

El diseño gráfico como profesión: características, inicios, evolución y futuro





Lony Fernández Álvarez

Egresado del Técnico en Artes Gráficas del Instituto Técnico Salesiano, en 2021; Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad APEC, en 2006; Magíster en Gerencia de la Comunicación Corporativa desde 2009, en la Universidad APEC.

Diseñador gráfico y experto en comunicación, con más de veinte años de ejercicio profesional en los sectores privado y público, donde ha ocupado puestos gerenciales y la dirección de artes. Cofundador de Spirole Agencia Creativa. Más de quince años de experiencia en la docencia, doce de ellos de manera continua en la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad APEC, y de otras universidades de República Dominicana.

Desde 2015 de manera regular publica artículos relacionados con el diseño gráfico, la publicidad, la comunicación y el marketing, en el blog www.lonyfernandez.com. Ha participado en entrevistas como especialista en el área, en diversos programas de televisión. En 2019 publicó el libro *Introducción al Diseño Gráfico*, donde establece los parámetros básicos y esenciales para adentrarse al mundo de la comunicación visual a través del diseño gráfico.

En la actualidad se desempeña como coordinador de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Escuela de Artes y Comunicaciones, de la Facultad de Humanidades de la Universidad APEC (Unapec).

El diseño gráfico como profesión: características, inicios, evolución y futuro

Lony Fernández Álvarez

RESUMEN

En un mundo cada vez más saturado por el ejercicio de la comunicación efectiva, el mensaje debe trascender y destacarse ante el ruido continuo que provoca el mar de información que se difunde, propio de la saturación de opciones y medios. En nuestra sociedad, el diseño gráfico trasciende a la necesidad de los individuos y de las empresas e instituciones. Por tanto, la eficiencia en la construcción del mensaje se convierte en una necesidad que acompaña el éxito de ser acertados a la hora de comunicarnos, lo que comprueba que en nuestra época no sólo bastan las palabras. Ante los procesos cotidianos de comunicación, la importancia del diseñador gráfico separa los paradigmas establecidos y convierte la administración de los procesos de comunicativos en un ejercicio profesional que representa una pieza fundamental en el equipo gestor de cualquier organismo. La finalidad de este artículo es documentar los inicios, la evolución y el futuro del profesional del diseño gráfico, con el objetivo de persuadir al lector para que conozca las necesidades que dieron origen a la profesión, así como las características del individuo que la ejerce y su nivel de importancia en nuestra sociedad.

Palabras claves

Diseño gráfico, información, comunicación, mensajes, sociedad.

ABSTRACT

In a world increasingly saturated within the exercise of effective communication, the message must stand out from the continuous noise caused by the sea of disseminated information, typical of the saturation

of resources and media. In our society, graphic design transcends the needs of both: individuals and companies. Therefore, the efficiency of the message's construction becomes a necessity that accompanies the success of being accurate when communicating, which prove that nowadays words are not just enough. The importance of the graphic designer, within the daily processes of communicating, separates those established paradigms and turns the administration of communication processes into a professional exercise representing a fundamental piece in the management team of any organism. The purpose of this article is to document the beginnings, evolution, and future of the graphic design profession, aiming to persuade the reader to understand the needs that help rise to the profession, as well as the characteristics of the individual who works as graphic designer, as well as its level of importance in our society.

Keywords

Graphic design, information, communication, messages, society.

LA PROFESIÓN DEL DISEÑADOR GRÁFICO

El diseñador y educador neoyorquino Timothy Samara, define al profesional del diseño gráfico como el comunicador que toma una idea y le da forma visual para que otros la entiendan, en un mensaje unificado en el que usa como recursos imágenes, símbolos, colores, materiales tangibles y no tangibles, con el fin de proyectar el mensaje (Samara, 2008).

En mi ejercicio como diseñador gráfico, he definido esta disciplina como la necesidad de resolver problemas de comunicación visual. El diseñador

gráfico tiene el objetivo de transmitir mensajes codificados visualmente a un grupo social determinado. Es, en esencia, más comunicador que artista en sí. En su libro *Fundamentos del diseño*, el pintor y diseñador de origen japonés Wucius Wong describe el diseño gráfico como: “Un proceso de creación visual con un propósito que a diferencia de la pintura y de la escultura, que son la expresión y visión personal de un artista, el diseño en sí mismo cubre exigencias prácticas que al momento de ser colocado frente al público debe comunicar el mensaje prefijado” (Wong, 1995).



Wucius Wong en el Ayuntamiento de Hong Kong, 2010.
Fuente: Creative Commons.

La preparación artística de un diseñador gráfico lo hace conocedor de las técnicas de artes plásticas, lo que le permite expresar el mensaje a comunicar con estética y creatividad a través de las piezas de comunicación visual que diseña. Pero, como explica Wucius, eso no lo convierte en un artista. El profesional del diseño tiene el reto de diseñar para terceros, a partir de la necesidad de comunicación que tiene el cliente que le solicita y remunera por la pieza de diseño que recibe. El éxito del buen diseño consiste en entender los códigos culturales, generacionales y visuales que influyen en el segmento al que se desea comunicar.

El color, las formas, las imágenes y la tipografía son las cuatro herramientas básicas que permiten al profesional del diseño gráfico desarrollar piezas de comunicación visual exitosas. Y que

en conjunto forman parte de la simplicidad del mensaje hasta lograr la armonía perfecta en su codificación visual, siempre que expresen emociones y sentimientos que apelen a la sensibilidad creativa como habilidad central que conjuga el talento con las herramientas múltiples, tanto análogas como digitales, para la producción masiva del mensaje.

Al entrar a una institución bancaria, por ejemplo, esta se comunica con nosotros a través de sus diferentes elementos visuales y nos persuade con una estrategia de comunicación diseñada para influenciar en nuestras decisiones financieras, para hacernos sentir la seguridad y el respaldo que internamente nos reafirmen que no nos equivocamos al seleccionar ese banco en particular. La presencia fija de una tonalidad de color, la buena elaboración de los elementos informativos, así como la unificación de los criterios visuales llegan al punto de mostrarnos cómo identificar la institución con solo ver de lejos su sobre timbrado.

En la actualidad, el ejercicio de esta profesión trasciende mucho más el paradigma de la agencia. Eso es así porque con el transcurso del tiempo, la evolución tecnológica y la realidad del trabajo remoto, las instituciones ven como necesario el éxito de sus procesos comunicativos tanto internos como externos; y por eso cada vez más frecuentemente contratan los servicios de profesionales del diseño gráfico para garantizar la calidad con que su mensaje llegue a su público, independientemente de la infraestructura en que se ejerza nuestra profesión.

CARACTERÍSTICAS DEL DISEÑADOR GRÁFICO

El diseñador es el encargado de trabajar la interpretación, ordenamiento y presentación de los mensajes a través de piezas visuales. Además, debe apelar a un conjunto de habilidades como la intuición, la creatividad, la innovación y el pensamiento lateral para cumplir exitosamente sus objetivos.

Considero importante precisar que los elementos que se utilizan para la construcción del mensaje

visual no dependen del diseñador en su totalidad. Elementos como la ilustración, la fotografía y los dibujos pueden ser suministrados por profesionales en esas áreas específicas. Claro está que el diseñador debe y tiene la capacidad para construir esos elementos; sin embargo, la importancia de la intervención del diseñador gráfico no recae precisamente en la elaboración de estos sino en lograr, a través de la dirección y gestión efectiva del equipo creativo, la construcción de las piezas de comunicación visual. Como profesional de la comunicación visual, el diseñador gráfico debe poseer conocimientos sobre las siguientes áreas, entre otras:

- Comunicación visual
- Comunicación
- Percepción visual
- Administración de recursos económicos y humanos
- Tecnología
- Medios
- Técnicas de evaluación

El conocimiento de esas áreas permitirá que el diseñador gráfico pueda desarrollar herramientas útiles que propicien un desenvolvimiento profesional exitoso.



Cueva de Lascaux, el mayor museo del arte prehistórico.
Fuente: Historia National Geographic.

INICIOS DEL DISEÑO GRÁFICO

Los orígenes de la comunicación visual con objetivos específicos se pueden ubicar en el Paleolítico, con las pinturas rupestres. La evolución del diseño gráfico siempre ha estado estrechamente vinculada al desarrollo tecnológico, a las necesidades de comunicación de la sociedad y a la creatividad artística del diseñador; a cómo lograr hacer impacto en las personas sin desvirtuar el mensaje. El arte y la comunicación están asociados entre sí desde el principio de los tiempos. Actualmente los jeroglíficos se consideran expresiones artísticas de los humanos primitivos, pero aun así no dejan de ser también un intento de comunicarse con los demás, en el quehacer cotidiano. Además de los jeroglíficos, como muestra de las primeras expresiones gráficas registradas en la historia, no podemos dejar de mencionar el aporte al diseño que constituyen los manuscritos de sociedades como la egipcia, la griega y la china.

Hay dos teorías relevantes sobre el origen de la profesión del diseñador gráfico: la primera, sitúa su nacimiento a finales del siglo XIX; mientras que la segunda, lo sitúa en los tiempos de entre guerras. Lo cierto es que el diseñador gráfico tiene un auge significativo a finales de la revolución industrial, dada la necesidad del etiquetado de los productos. Entre los profesionales que dieron origen al oficio se puede señalar a ilustradores, pintores y arquitectos de la época. Hacia 1922 el tipógrafo norteamericano William Addison Dwiggins fue considerado el primero en acuñar ese término, con el fin de autodefinirse como profesional.

La biblia manuscrita de Kells, mejor conocida como *Libro de Kells*, trabajo ilustrado por monjes irlandeses del siglo IX, es para algunos historiadores un ejemplo temprano del concepto de diseño gráfico. La evolución del libro y la tipografía están directamente asociados con lo que hoy conocemos como diseño gráfico. El desarrollo de la imprenta del alemán Johannes Gutenberg, los afiches parisinos, el movimiento de artes y oficios



WA Dwiggings, letras dibujadas a mano en 1941. Fotografía de Robert Yarnall Richi. Fuente: Atlas Obscura.

(*Arts and Crafts*) son bases esenciales que dan forma, carácter y definición al oficio del diseñador gráfico. Sin lugar a duda, son esos orígenes los que establecen la vinculación artística del oficio, como se señala desde el principio de este artículo.

A través de su imprenta (Kelmscott), en la década de 1890 William Morris publicó algunos libros en los que enfatizaba tanto el detalle como la conjugación estética de los elementos y los vendía como artilugios a los ricos, con lo que demostró que para entonces existía un segmento importante de mercado para el diseño gráfico. El desarrollo de la tipografía moderna por parte de Eric Gill y Edward Johnston contribuyó de manera significativa al desarrollo del diseño gráfico. Por ejemplo, el aporte realizado por Edward Johnston con la tipografía utilizada en el metro de Londres sentó las bases para la utilización de uno de los componentes del diseño que, junto con el color y las formas, iniciaron la construcción codificada de los mensajes visuales. Es decir, ya la tipografía no se veía solo como un elemento decorativo, sino que se demostró su

importancia y relevancia en la composición e influencia de su forma en el diseño, pues transmitía emociones al leer el mensaje.

Los diseñadores destacados que colaboraron en el desarrollo de la profesión de diseñador gráfico durante el siglo XX son innumerables, y tomaría toda la edición de esta revista para hacer justo honor a cada uno de ellos. Pero en este momento es imposible omitir el aporte de Bauhaus, que fue la escuela de diseño más famosa de la modernidad. Con ideales utópicos para el futuro, la escuela fue pionera en la fusión de arte, artesanía y tecnología aplicada a la pintura, la escultura, el diseño, la arquitectura, el cine, la fotografía, los tejidos, la cerámica, el teatro y la instalación artística. La Bauhaus fue fundada en Alemania en 1919 por el arquitecto y diseñador alemán Walter Gropius, como una comunidad apasionada y un colectivo preocupado por la problemática social de la época. La escuela fue testigo de un intercambio carismático y creativo entre profesores y estudiantes de diversos estilos y preferencias artísticas, pero unidos en su idealismo e interés por una obra de arte total en torno a diferentes prácticas y medios (Magdalena Droste, 1997. Bauhaus, Serie *Basic Art*).

EVOLUCIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO

Dado el nivel de intercambio de información en la actualidad y su importancia en las estrategias de comunicación de las instituciones, la demanda de diseñadores gráficos experimentados es cada día mayor, lo que corrobora la necesidad innegable del servicio profesional del diseñador. Como ya se ha señalado, la tecnología ha sido un factor esencial en la evolución del diseñador gráfico como profesional, tanto en la necesidad de comunicar como en la confección del mensaje. Sin embargo, pese a que se puede señalar al diseñador como dependiente del uso de la tecnología para la realización de sus piezas comunicativas, el avance tecnológico solo funciona en la agilización de los procesos. Esto es, la tecnología no hace al diseñador sino que, como en otras profesiones, el diseñador utiliza la tecnología como una herramienta para realizar su trabajo de manera más efectiva.



Obra *Upwards*, de Wassily Kandinsky. Fuente: Reprodart.

Ahora bien, así como no todo el que usa un martillo es carpintero, lo mismo sucede con el diseñador gráfico pues no a todo el que usa Photoshop o cualquier otro software disponible en el mercado se le puede llamar diseñador. Recordemos que para el ejercicio de diseñador gráfico se requiere de una formación profesional y artística, que permita crear piezas de comunicación visual del más alto nivel. El diseñador gráfico actual tiene a su disposición múltiples áreas dentro de la comunicación visual, lo que le permite especializarse en una de ellas. Algunas de esas áreas de especialización son:

- Diseño tipográfico
- Diseño de marcas (*branding*)
- Diseño de señalética
- Diseño editorial
- Diseño de productos (*packing*)
- Diseño multimedia
- Diseño de página web
- Diseño de UX (experiencia de usuarios)
- Diseño publicitario
- Diseño de la información

Cabe señalar que en esa lista solo se muestran las áreas más comunes, y así como existen diseñadores gráficos que se especializan en algunas de ellas, también es cierto que hay diseñadores con la capacidad de desempeñarse en la mayoría de estas, simultáneamente.

FUTURO DEL DISEÑO GRÁFICO

El 27 de abril de 1963 se conmemoró la fundación del Consejo Internacional de Diseño, una organización internacional sin fines de lucro con sede en Montreal, Canadá, que tiene como objetivo representar a los diseñadores gráficos en todo el mundo. Desde 1991 se celebra el 27 de abril de cada año el Día Internacional del Diseño Gráfico. La realidad de que los diseñadores gráficos tengan un día internacional para celebrar y hacer conciencia de su impacto en la sociedad demuestra que es una profesión que llegó para quedarse, que evoluciona a la par con las sociedades.

A inicios del siglo XXI la mayoría de los diseñadores gráficos orbitaban en las cercanías de las agencias publicitarias, las casas editoriales y las imprentas; pero en la actualidad, cada vez son más las empresas que suman a su nómina un diseñador gráfico. Es por ese fenómeno que la Universidad APEC, Unapec, se constituyó en la pionera y única en República Dominicana que desde hace más de veintitrés años ofrece de manera continua la Licenciatura en Diseño Gráfico, con la que aporta a la sociedad y a la industria profesionales de la más alta calidad.

El diseñador gráfico es una necesidad dentro de las instituciones, una pieza fundamental y clave en el diseño y elaboración de estrategias de comunicación, con un campo profesional muy amplio a cubrir. Diseño gráfico o comunicación visual, como gusten llamarle, con el tiempo seguirá su continua perfección de los elementos del mensaje en una sociedad donde lo que se dice pierde importancia en fracción de segundos, porque lo que importa es cómo se transmite

el mensaje y con qué viene acompañado. Dado que en la actualidad nos comunicamos hasta con emojis, la evolución de la tecnología permite expresar los mensajes con una simplificación de los símbolos; así, la pericia del diseñador gráfico se reflejará mejor en la tendencia cada día mayor de comunicar más, con menos.

REFERENCIAS

Ambrose, G. (2006). *Fundamentos del diseño creativo* (2 ed.). Paramón Ediciones.

Fernández, L. (2019). *Introducción al diseño gráfico*. Santo Domingo, República Dominicana: Spirole Agencia Creativa.

Droste, M. (1997). *Bauhaus. Serie Basic Art*. Barcelona, España: Editorial Taschen.

Samara, T. (2008). *Elementos del diseño*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S. L.

Wong, W. (1995). *Fundamentos del diseño*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S. A.

Vista nocturna de *Times Square*. Manhattan, Nueva York, 2013. Fuente: Creative Commons.

