

The Role of Visual Platforms -Visual Social Media- in the Creative Design Process

Jimena M. Toledo¹

¹ Secyt, Facultad de Arquitectura Urbanismo y Diseño- UNC, Córdoba, Argentina
jimena.m.toledo@mi.unc.edu.ar

Abstract. In the current design practice, new digital tools have emerged -visual- also called Infrastructures (Perkel, 2011) such as; Behance 2003, Pinterest 2009, Archdaily 2008, Instagram (2010) -to cite the most recognized in the creative field in Argentina-, which promote different opportunities and support the creative process and problem solving, making it easier for designers to find inspiring material through the Internet. However, very little is known about how these new practices affect professional work, how they themselves see it and the tensions they generate. This article will present the results of a general survey applied to expert designers as part of the first stage of the Doctoral Research project. Which investigates the behavior referred specifically to the use of visual platforms -visual social media- in order to understand, characterize, describe the use and involvement of them within the design process.

Keywords: Design Process, Creativity, Inspiration, Plataformas Visuales, Curatorial Practice.

1 Introducción

El creciente número de soluciones de diseño en línea, junto con el aumento global de diseñadores conectados - usuarios online-, ha llevado al desarrollo de servicios y plataformas dedicadas a apoyar la inspiración y búsqueda de información” (Koch et al., 2018).

En la última década el incremento de herramientas digitales visuales fue ganando notablemente un lugar en el desarrollo del proceso creativo de diseño. La aparición de <Plataformas Visuales de Diseño> tales como Pinterest Behance, Archdaily, Instagram permiten la creación de muestras en línea de galerías que otorgan a los diseñadores la posibilidad de encontrar inspiración a través de internet. Algunos ejemplos se muestran a continuación. (figuras 1-4).

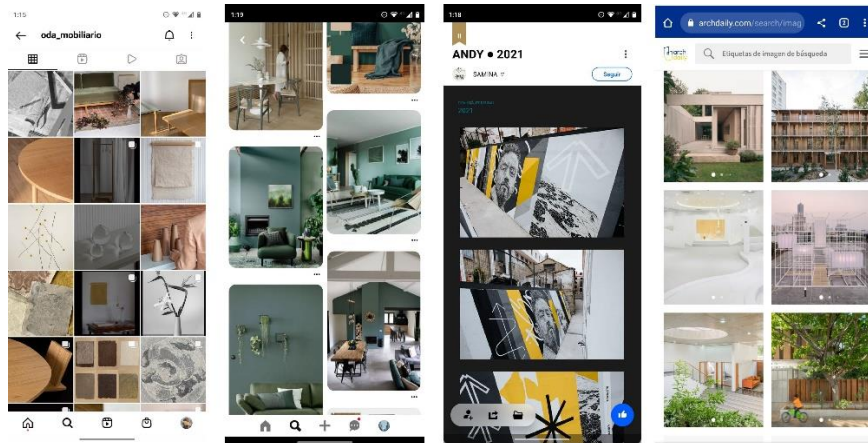


Figure 1. Collage Plataformas Visuales -Fuente: Toledo Jimena, 2022

Esta investigación parte de la premisa de dar a conocer cómo es el proceso de diseño actual, en donde el uso de Infraestructuras de diseño – concepto elaborado por Perkel (2011)- en el cual define que los artistas jóvenes utilizan la web para distribuir su trabajo y en el proceso producen la web como infraestructura para la práctica creativa y donde sostiene que los ideales contradictorios del arte, la creatividad y la web, cuando se ponen en práctica, dan lugar a nuevas plataformas como infraestructura técnica e ideológica, tales como las Plataformas Visuales <Visual Social Media> son una herramienta cotidiana y cada vez más indispensable a la hora de buscar fuentes de inspiración creativa (Eckert y Stacey, 2000), o fuentes de referencias (Goldschmidt, 1998).

Las Plataformas Visuales de Diseño funcionan como Infraestructuras (Perkel, 2011) permitiendo recopilar y organizar fuentes de inspiración - dando lugar a lo que luego denominaremos -Bibliotecas Virtuales-, tarea que puede llevar mucho tiempo en la práctica individual y off-line (fuera de línea). De este modo fomentan el trabajo colaborativo, en equipo y en red, mejorando la eficiencia y la eficacia en la resolución de problemas.

Algunas de las Plataformas en línea, tales como Pinterest o Behance, ofrecen al usuario la posibilidad de crear tableros (Pins Boards o Portfolios online) facilitando la confección, categorización y organización de estas Bibliotecas Virtuales y permitiendo la continua retroalimentación de la información, lo que genera un intercambio ilimitado de conocimiento.

Sin embargo, se sabe muy poco acerca de cómo estas nuevas prácticas afectan el quehacer profesional de los diseñadores, como ellos mismos la usan, las ven y las tensiones que estas generan.

1.1 Comunidad Creativa

Los diseñadores son una comunidad creativa de interés único porque su experiencia en la curación de imágenes es fundamental para su trabajo profesional. Diseñadores de interiores, gráficos, industriales, escenógrafos arquitectos, etc. a menudo recopilan imágenes precedentes, ejemplos existentes de diseño, como parte del proceso de diseño para desarrollar sus conocimientos; identificar patrones y tipologías para futuros problemas de diseño. Descubren y buscan puntos de partida para innovar en la práctica (Lawson, 2004). Estas imágenes precedentes actúan como fuentes de inspiración y a menudo se organizan en diseños de tableros (Eckert y Stacey, 2000).

Los diseñadores cada día están más familiarizados con las nuevas prácticas tecnológicas en lo que se refiere a Software de diseños o Plataformas Visuales <Infraestructuras> que sirvan de ayuda y soporte para su labor profesional. Cuando hablamos de recopilación de datos y fuentes de inspiración, en esta investigación, nos referiremos específicamente a fuentes digitales que pueden influir directa e indirectamente en el resultado final del producto / artefacto de diseño, ya que sostenemos que <las fuentes de inspiración creativa> juegan un papel importante en el proceso de diseño, tanto en la definición del contexto para los nuevos diseños y en la información de la creación de diseños individuales. En palabras de Eckert (2000):

‘El diseño sirve como punto de partida para el diseño, es un precedente, un elemento para la reutilización, un patrón y un generador primario para nuevas ideas’.

Además, Koch et al. (2018) explica que la comparación de soluciones de diseño en la misma industria ayuda a los diseñadores a formar ideas generales sobre estructuras para nuevos diseños. Los diseñadores se comunican entre sí sobre nuevos diseños, estilos, en gran parte por referencia a las fuentes de sus ideas (Eckert y Stacey, 2000).

1.2 La Práctica Curatorial

El concepto de “Curación de Contenidos” aún es reciente, pero es un término cada vez más utilizado. Según Sergio Ortega (2011) diseñador Multidisciplinar y Doctorando en Educación

UPSA, Salamanca, la curación de contenidos se entiende como: “La capacidad por parte de un sistema o del ser humano de encontrar, organizar, filtrar y dotar de valor, relevancia, significatividad, en definitiva, de utilidad el contenido de un tema específico que procede de diversas fuentes”. (Sergio Ortega, 2011, blog)

El curador de contenidos -traducción del término en inglés “curator” - del latín cura o curare, “cuidar”- puede aplicarse a los diseñadores ya que según

Cullinane (2013) el trabajo de los diseñadores es la reorganización o recombinación de elementos existentes en una nueva configuración de acciones o intervenciones. Es alguien que continuamente encuentra, agrupa, organiza y comparte los mejores y más relevantes contenidos sobre un tema específico en línea.

La curación de contenidos permite filtrar la inmensa cantidad de información que encontramos en internet y presentarla en un modo coherente y organizado por temas o tópicos.

A pesar de la importancia de la curaduría en la cultura del diseño, hoy sigue siendo una tendencia de diseñadores, educadores en diseño y diseño en general el "sobervalorar la diferenciación y originalidad" a la que Cullinane (2013) se refiere como la "paradoja de la originalidad" en el diseño.

1.3 De la Web 2.0 a la Web Semántica

En 1991, cuando Tim Berners-Lee logró vincular la tecnología de hipertexto a la internet, con la creación de la World Wide web [Red de Extensión Mundial, WWW], fundó las bases de un nuevo tipo de comunicación en redes. Los blogs, los distintos medios de suscripción a noticias y actualizaciones y los servicios de correo electrónico contribuyeron a la conformación de comunidades online y sirvieron de ayuda a grupos offline (VanDijck, 2013). Hasta el cambio de milenio, los medios de la red eran en su mayoría servicios genéricos a los que el usuario podía suscribirse o de los que podía hacer uso de manera activa para construir grupos, pero estos servicios no lo conectaban a otros usuarios de manera automática. Con la llegada de la web 2.0, los servicios online dejaron de ofrecer canales de comunicación en red y pasaron a convertirse en vehículos interactivos y retroalimentados de sociabilidad en red (Castells, 2007).

Es en este contexto, a principios de los 90, donde encontramos a los pioneros de la Arquitectura Digital. Arquitectos / Diseñadores tales como Greg Lynn, Frank Gehry, Stan Allen, Mario Carpo -a modo de citar algunos de los nombres más reconocidos de ese movimiento- lograron manifestar nuevos modos de pensar la Arquitectura, producto de la aparición de nuevos softwares de diseño (CATIA / Autodesk), es decir nuevas competencias tecnológicas. Es entonces en este periodo donde el Diseño Generativo y el Diseño Paramétrico comienzan a fundar las bases de otro modo de proyectar, donde los recursos tecnológicos no son una herramienta que sirve de soporte al diseño, si no que es 'la herramienta a través de la cual el diseño comienza, se comparte se retroalimenta y se produce'. Sin embargo, las Redes Sociales todavía permanecían al margen del campo disciplinar del diseño.

Con la evolución de la Web 2.0 surge la Web Semántica término también acuñado por Berners-Lee (2000) para describir una red en la que las máquinas procesarían el contenido de forma similar a la humana y en la que todos los

datos estarían conectados y se entenderían tanto contextual como conceptualmente (conocido también como Web 3.0), es este nuestro escenario en la actualidad.

Retomando el campo disciplinar de la Arquitectura, podríamos afirmar que cada vez son más los estudios de arquitectura y empresas Internacionales que trabajan de manera online colaborativa con software de diseños, tales como los sistemas BIM (Building Information Modeling) que permiten el trabajo participativo, en comunidades diversas, interconectados desde diferentes partes del mundo. Si a este fenómeno le añadimos la complejidad de las redes sociales y las aplicaciones móviles como nuevo espacio de interacción laboral y social, espacio que co-habítamos y que cada día interviene más en el desarrollo de nuestras prácticas cotidianas, nos encontramos con un nuevo escenario conocido y reconocido por todos sin embargo todavía existe muy poca literatura que haga referencia a cómo estas nuevas prácticas, sociales / virtuales influyen en los procesos proyectuales a la hora de resolver un problema del campo disciplinar..

1.4 Sobre la Literatura

Investigaciones anteriores trabajaron con plataformas específicas determinando diferentes categorías y aportando diferentes reflexiones en lo referido a la práctica de diseño mediante el uso de Plataformas Visuales Online tales como Behance (Llopis Muñoz, A., 2016), Pinterest (Scolere, 2016), DeviantArt (Perkel, 2011). Mientras otras estudiaron cómo es el proceso de búsqueda inspiracional comparando el uso entre varias Infraestructuras en línea como es el caso del trabajo Koch et. al. (2018).

Mediante esta investigación se busca complementar las perspectivas antes mencionadas formulando los siguientes interrogantes: ¿Cómo operan las Plataformas Visuales de diseño <Visual Social Media> y que nuevas lógicas plantean en la praxis proyectual en diseñadores expertos -entendiendo a éste como la búsqueda inspiracional y creativa de reflexión y resolución de problemas en el proceso de diseño-? y ¿Cómo afecta al pensamiento de diseño en la búsqueda de material inspirador?

2 Metodología

Como primera instancia de esta investigación se trabajó con una metodología descriptiva. Para ello se elaboró una encuesta general aplicada a diseñadores expertos indagando sobre el comportamiento referido específicamente al uso de Plataformas Visuales -Visual Social Media- en el desarrollo del proceso de diseño para poder acercarnos a resolver la hipótesis de este trabajo.

2.1 Sobre la Encuesta

La encuesta aplicada a diseñadores expertos fue realizada en el mes de julio del 2022 mediante Formulario Google Forms. La misma se estructuró en dos partes, la primera parte recopila datos demográficos (Edad - Género- Nacionalidad) mientras que la segunda parte cuenta con 5 preguntas, 4 de ellas cerradas para obtener información cuantificable y estadística- y 1 abierta - a modo de introducirnos sobre el uso específico en cuanto a plataformas visuales se refiere.

El objetivo, de esta primera etapa del proyecto de investigación, fue validar el uso de las Plataformas Digitales en el campo de diseñadores expertos y de esta manera validar la hipótesis de la investigación, para luego interiorizarse específicamente sobre el uso exclusivo de las mismas como segunda etapa de la Tesis Doctoral.

3 Resultados

3.1 Tablas y Figuras

La encuesta contó con 83 participantes 97% de Nacionalidad Argentina de los cuales 70,7% corresponden a género Femenino; 23,2% Masculino; 4,9% No Binarix y el 1,2% Otro.

Tabla 1: Datos demográficos de los encuestados (83 en total)

Cuenta de Genero con el que te identificas	Nacionalidad				
Genero con el que te identificas	Argentina	Argentina - española	Boliviana	Ítalo argentina	Total, general
Femenino	56	1	1	1	59
Masculino	19				19
No Binario	1				1
Otrx	4				4
Total, general	80	1	1	1	83

Tabla 1. Fuente: Toledo Jimena, 2022

Gráfico 1: Datos demográficos: Edad + Género

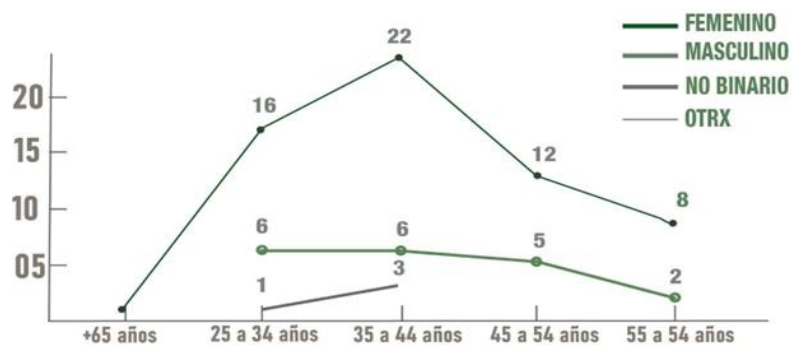


Gráfico 1. Fuente: Toledo Jimena, 2022

Entre los encuestados preponderan participantes entre 25 a 44 años de edad -60%- acompañando con el 20,5 % diseñadores entre 45 a 54 años.

De los 83 encuestados 56 afirmaron ser Diseñadores Independientes, 19 contar con un trabajo en dependencia y 8 de ellos optaron por ambas opciones para definir su actividad laboral.

Cuenta de Edad	Situación laboral actual:			
Edad	Di. Indep.	Di. Indep, Di. trabajo en depend.	Diseñador trabajo depend.	Total general
+ 65 años	1			1
25 años a 34 años	11	1	11	23
35 años a 44 años	22	6	4	32
45 años a 54 años	13	1	3	17
55 años a 64 años	9		1	10
Total general	56	8	19	83

Tabla 2. Fuente: Toledo Jimena, 2022

3.2 Aspectos Significativos

Uno de los aspectos más significativos resultó que 77 participantes, correspondiente al 92% de los encuestados- afirmaron usar Plataformas Visuales -Visual Social Media- durante el proceso creativo de diseño, respondiendo a la pregunta: Durante el proceso de ideación/ proyectación

¿Utiliza Plataformas Visuales online para la búsqueda inspiracional? Ejemplo: Plataforma Arquitectura/ Archdaily /Pinterest Instagram /Behance / Otra. Luego se pidió a los participantes que especifiquen qué Plataformas utilizan con mayor frecuencia, posicionándose Pinterest como la más utilizada a la hora de buscar inspiración online con un valor del 60%, acompañando Archdaily con el 58%, Instagram con el 47% y Behance con el 30%. Solo el 26,5% optó por la opción “Otras” manifestando utilizar Plataformas tales como Dribbble, El Croquis, Porfoliox, Dezeen.

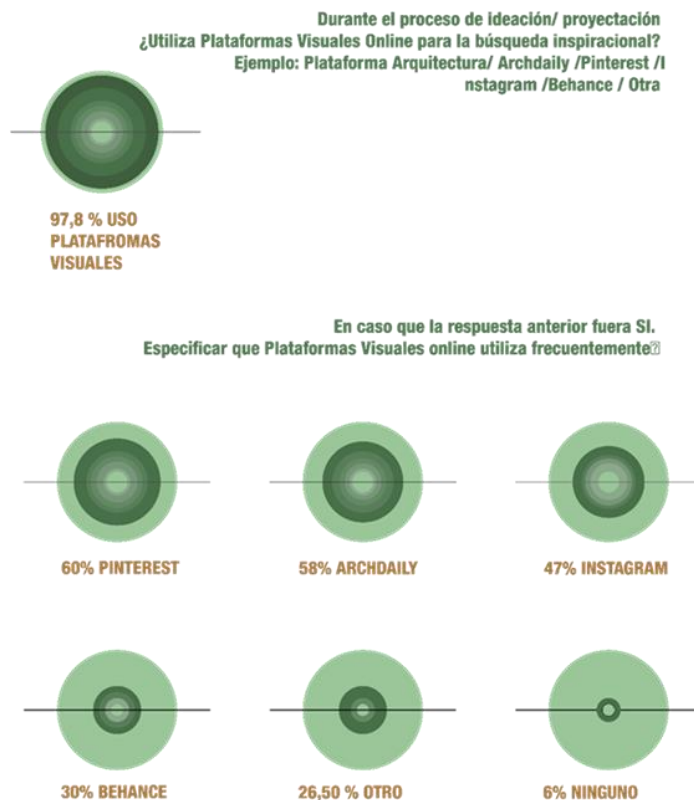


Gráfico 2. Fuente: Toledo Jimena, 2022

Otra de las variables significativas se obtuvo bajo la premisa de determinar cuáles Plataformas Visuales eran sus preferidas a la hora de comenzar el proceso de ideación, pudiendo seleccionar 3 (tres) opciones como máximo. Las opciones propuestas fueron las siguientes: 1. Búsqueda inspiracional a través de Internet, 2. Búsqueda Inspiracional en Plataformas Visuales, 3. Software de diseño: Cad / Revit /Sketchup / Otros, 4. Hoja y lápiz, 5. Otro. De lo que se tuvo los siguientes resultados:

El 80% afirma preferir la hoja y el lápiz a la hora de comenzar a proyectar. Valores iguales se obtuvieron cuando de Búsqueda Inspiracional a través de Internet o en Plataformas Visuales se refiere. Pudiendo deducir que el 80% de los diseñadores recurre a herramientas/recursos online y solo el 50% de ellos tiene preferencia por las Plataformas Visuales enunciadas. El 30% también optó por herramienta preferida la opción Software de Diseño, quedando solo el 7% (correspondiente a 6 personas) que confirma no utilizar ningún tipo de acceso a internet durante el proceso creativo de diseño.

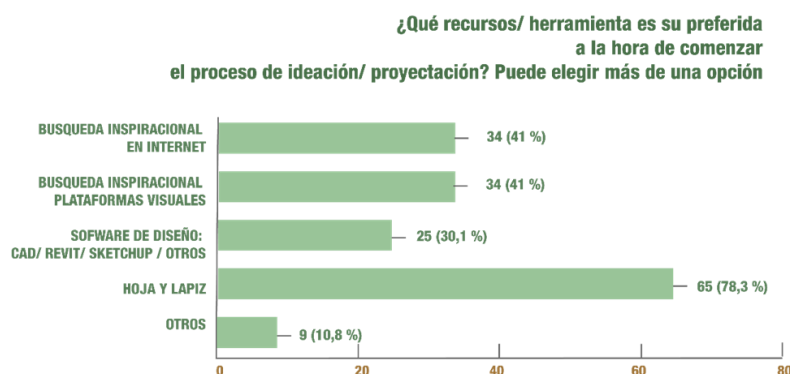


Gráfico 3. Fuente: Toledo Jimena, 2022

4 Discusión

Los resultados obtenidos además de confirmar un uso relevante de Plataformas Visuales -cuando de búsqueda inspiracional se trata- también demuestran, aunque se lo encuentre predecible, que la mayoría de los participantes que afirmaron no utilizar Plataformas Visuales corresponden a una población de más 55 años, por lo que se hace necesario reconfigurar las

metodologías de diseño tradicionales, entendiendo que las generaciones presentes y futuras configuran y establecen sus prácticas de diseño con y a través de herramientas digitales.

A la hora de comenzar el proceso de diseño las opciones más elegidas resultaron ser Hoja y Lápiz, quedando como segunda opción Búsqueda Inspiracional en Internet y Plataformas Visuales seguida por Software de Diseño, los resultados marcan la notable y emergente presencia que las herramientas digitales tienen en el desarrollo del proceso de Diseño Actual por lo que nos deja varios interrogantes ¿Dónde se comienza a gestar la idea? ¿En lápiz y papel? ¿Recurriendo a herramientas Digitales Online? ¿Netamente es Software de Diseño? ¿Comienza en lápiz y papel para luego dicha idea definirse con Herramientas Digitales, o viceversa? ¿Se trabaja en simultáneo cooperando entre las diversas tecnologías?

Como puede verse surgen varios interrogantes como puntos de inflexión dónde dicha investigación deberá indagar en la segunda etapa de su desarrollo con el objetivo de dilucidar - y en el mejor de los casos caracterizar- el uso de estas herramientas digitales. Se pretende así comprender, reflexionar y describir los nuevos modos y/o metodologías de diseño actual.

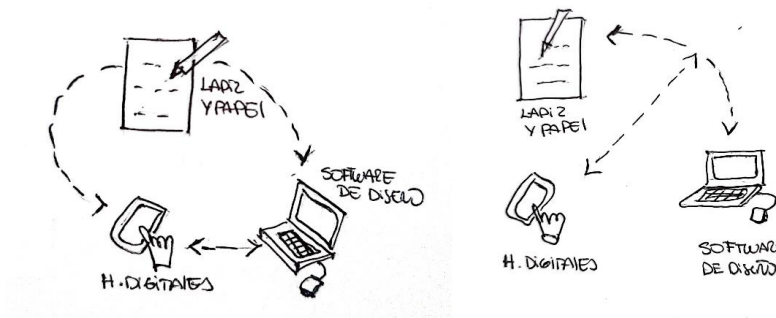


Figura 4-5: Ideogramas Posibles proceso de Búsqueda inspiracional-
Elaborado: Toledo Jimena, 2022

4.1 Tensiones y Deliberaciones

Perkel (2011) en su Investigación doctoral "Making Art, Creating Infrastructure: deviantART and the Production of the Web" presenta varios autores (Benkler, 2006; Shirky 2010) que discuten sobre la -Democratización de la Producción y Creatividad de los Medios gracias a las nuevas tecnologías digitales- sosteniendo que las nuevas tecnologías no solo hacen que más personas sean más creativas con más frecuencia, sino que también esa creatividad es producto de actos sociales y colectivos, anclados en la comunidad.

Otra Investigación contemporánea que reflexiona sobre esta temática sostiene que en el mundo académico todavía está presente la idea de que las herramientas digitales inhiben la creatividad (Lima Saravia Junior & Ribeiro, 2021) y responden a dicho planteo afirmando que 'El primer paso para crear una cultura creativa para el estudio del proyecto es la presentación de la creatividad como habilidad y no como genio o talento' (Lima Saravia Junior & Ribeiro, 2021). Para ello resulta necesario que las nuevas herramientas digitales se fusionen en el desarrollo del proceso creativo de diseño y no sean procesadas como herramientas meramente auxiliares de apoyo técnico en la fase de proyectación. A tal efecto se hace imprescindible promocionar la creciente literatura a modo de contribuir con la problemática teniendo como objetivo comunicar e informar sobre la práctica de diseño actual.

4.2 Conclusión

Como Primera etapa de la investigación se cumplió con el resultado esperado el cual valida el uso de la Plataformas Visuales en el proceso creativo de Diseño. También pudimos afirmar el incipiente uso de dichas Plataformas para la búsqueda inspiracional en diseñadores expertos tal como la búsqueda online.

Como segunda etapa se procederá a ampliar la base de datos de la encuesta realizada para afianzar los resultados elaborados y así poder introducirnos en el estudio específico de dos Plataformas Visuales (si nos basamos en los resultados obtenidos en esta encuesta correspondería seleccionar las más elegidas por los diseñadores liderando Pinterest con el 60% y Archdaily con el 58%) para determinar qué cambios sustanciales se observan en el proceso proyectual y cuáles son éstas nuevas lógicas de diseño.

La propuesta metodológica se llevará a cabo aplicando entrevistas particulares a estudios de Diseño con el objetivo de profundizar sobre las discusiones anteriormente descritas..

Acknowledgements. A mi Directora: Dra. Arq. Silvia Patricia Hernandez por su presencia y colaboración y disposición en cada momento y a mi Codirectora: Dra. Arq. Soledad Valeria Guerra Martinez por su acompañamiento y disposición.

References

Cullinane, K. (2013, March 13). The original paradox. The DesignObserver Group, Retrieved from: <http://designobserver.com/feature/the-original-paradox/37733/>.

De Lima Saravia Junior, S & Ribeiro, D (2021). Digital Creativity: Pedagogical Strategies for Design Teaching. Gomez, P and Braida, F (eds.), Designing Possibilities -

- Proceedings of the XXV International Conference of the Ibero-American Society of Digital Graphics (SIGraDi 2021), Online, 8 – 12 November 2021, pp. 401–419number (issue number), Article number, page numbers of the whole article.
- Eckert, C., & Stacey, M. (2000). Sources of inspiration: A language of design. *Design studies*, 21, 523–538. doi.org/10.1016/S0142-694X(00)00022-3number (issue number), page numbers of the whole article. <https://doi.org/xx.xxx/xxxx>
- Goldschmidt, G. (1998). Creative Architectural Design: Reference Versus Precedence. *Journal of Architectural and Planning Research*, 15(3), 258-270. Retrieved November 15, 2020. Recuperado de: <http://www.jstor.org/stable/43030466>
- Koch, Janin & Laszlo, Magda & Lucero, Andrés & Oulasvirta, Antti. (2018). Surfing for Inspiration: digitainspirational material in design practice. 10.21606/drs.2018.352
- Lawson, B. (2004). Lo que saben los diseñadores. Boston, MA: Elsevier/Prensa arquitectónica
- Lucero, Andrés. (2012). Framing, aligning, paradoxing, abstracting, and directing: How design mood boards work. Proceedings of the Designing Interactive Systems Conference, DIS '12. doi/10.1145/2317956.2318021
- Ortega S. (2011). Simplicidad, UX y Curación de Contenido. Blog de Sergio Ortega sobre diseño visual, diseño de interacción y producto digital. <https://blog.sortega.com/simplicidad-ux-y-curacion-de-contenido/>
- Perkel, D. (2011). Haciendo arte, creando infraestructura: deviantART y la producción de la web. UC Berkeley. Recuperado de: <https://escholarship.org/uc/item/6fg9f992>
- Scolere, L. y Humphreys, L. (2016). Pinning Design: el trabajo curatorial de los profesionales creativos. *Social Media + Sociedad*. <https://doi.org/10.1177/205630511663348>
- Llopis Muñoz, A. (2016). Redes Sociales creativas para portafolios: El caso de Behance en España. Tesis de grado. Universidad de Valladolid. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/18604>
- VanDijck, J. (2013). La Cultura de la Conectividad: Una historia crítica de las redes sociales. Siglo Veintiuno