



UNIVERSIDAD DE GRANADA

USABILIDAD, DISEÑO... ¿Y LA CREATIVIDAD?

Autor

Juan Manuel Castillo Nievas



MÁSTER PROFESIONAL EN INGENIERÍA INFORMÁTICA

Granada, 14 de octubre de 2020

1. ¿Necesitan los informáticos ser creativos?

Tal y como se describe en este foro, sí que es cierto que los informáticos carecen de creatividad debido a que en ningún momento de su formación académica han tenido oportunidad de aprender los conocimientos necesarios para ser creativos.

La respuesta a esta pregunta es SÍ. Los informáticos necesitan aprender a ser creativos puesto que su profesión consiste en crear productos para todo el mundo, sin importar edad, sexo, etc. Esto quiere decir que, a pesar de no saber el equipo informático que se esconde detrás de un producto, sus productos si están hechos para ser utilizados por las personas, y estas personas son las que van a decidir qué producto comprar y no. Está claro que la usabilidad y diseño juegan un papel muy importante, pero... ¿y si hay varios productos cuya usabilidad y diseño están a la par? Los usuarios optarían por el producto más creativo. Al fin y al cabo, la creatividad es lo que va a causar la primera impresión de los usuarios acerca del producto, y lo más importante: cuando un producto es creativo, la mejor publicidad que se le va a dar es la buena opinión de la gente.

2. ¿A que nos puede ayudar la creatividad?

Como he dicho antes, lo primero que se me viene a la mente es la publicidad que se le puede dar a ese producto. Estoy convencido de que gran parte de los productos que conocemos (y que acabamos comprando) es por haberlo oído en la opinión de otra gente. Cuando un producto es creativo, causa una sensación en los usuarios finales que son ellos mismos los que deciden correr la voz dando sus buenas opiniones.

La creatividad también puede ayudar en la creación de productos innovadores. Los productos informáticos necesitan una renovación casi constante, puesto que hay mucha competencia y muchos productos similares. La creatividad de un producto que es casi idéntico a otro es lo que va a determinar la compra de uno.