

27 de abril, 2020

Creativity Under Constraint: The Challenges for a Designer in Troubling Times

Conversación entre Kerstin Scheuch y Sagi Haviv

VOR es una plataforma que se conforma de diálogos e intervenciones que, a través de diferentes formatos y contenidos, exploran nuevas rutas para solucionar temas complejos a través de la creatividad.

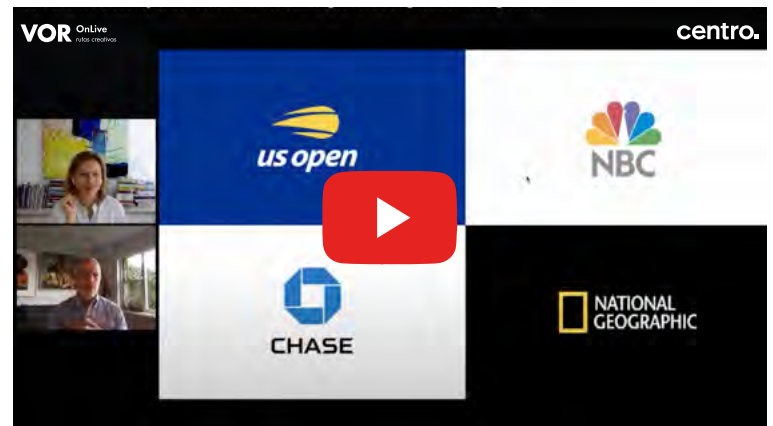
En el marco del Día Mundial del Diseño, **el 27 de abril de 2020** a las 12 h, tuvimos nuestra primera conversación **VOR OnLive** entre [Kerstin Scheuch](#) –Directora General de CENTRO– y [Sagi Haviv](#) –socio de [Chermayeff & Geismar & Haviv](#) y experto mundial en diseño de logotipos e identidad visual–.

VOR OnLive en un minuto

Kerstin y Sagi empezaron por reflexionar sobre cómo la creatividad es una constante en la situación de confinamiento como la que se vive por el COVID-19 y cómo este tiempo también es una oportunidad para diseñar y crear cosas que permanezcan, tanto en sentido personal como empresarial.

Sagi explicó que lo más relevante en el diseño de un logo es que encuentre un balance entre la distinción y la simplicidad para que sea funcional, memorable y especial. Además, un logo puede ser pictórico –como el de [Animal Planet](#) o [NBC](#)– o abstracto –como el de [Chase Bank](#) o el de [National Geographic](#)– dependiendo de la personalidad del cliente y la audiencia a la que se dirige la empresa u organización.

Un logo puede no gustar inmediatamente pero, como manifestó Sagi, lo que más importa es cómo se desenvuelve a largo plazo y cómo perdura en el tiempo para volverse icónico.



Puedes ver la conversación completa entre Kerstin y Sagi [aquí](#).

Ideas memorables

“Identity design takes place on a continuum between distinction and simplicity. The beauty is in the balance.”

Sagi Haviv

“Stay away from trends, we are looking for something timeless. An identity is all about the long term view and building value for decades to come.”

Sagi Haviv

“The more nimble you are, the more successful you will be in viewing this crisis as an opportunity.”

Sagi Haviv

“Being creative, doing new things, creating new content [...]; this will outlast the situation we are living today.”

Kerstin Scheuch

Recomendaciones



TM: Trademarks Designed by Chermayeff & Geismar
[Adquiérello aquí.](#)

Identify: Basic Principles of Identity Design in the Iconic Trademarks of Chermayeff & Geismar
[Adquiérello aquí.](#)

Identity: Chermayeff & Geismar & Haviv
[Adquiérello aquí.](#)

Publicaciones de CENTRO
Cuadernos del Centro de Investigación en Economía Creativa:

El arte de expresar en símbolos – Lance Wyman
[Descárgalo aquí.](#)

Typo Apeloig: Un parisino en América
– Philippe Apeloig | [Descárgalo aquí.](#)