

# El diseñador gráfico en el contexto de la sociedad red del siglo XXI: compromiso del diseño gráfico en la era virtual

Tiburcio García, Carmen

2015-03-12

---

<http://hdl.handle.net/20.500.11777/417>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>

**El diseñador gráfico en el contexto  
de la sociedad red del siglo XXI:**  
COMPROMISO DEL DISEÑO GRÁFICO EN LA ERA VIRTUAL

Mtra. Carmen Tiburcio



[www.gettyimages.com](http://www.gettyimages.com)

... diseño gráfico **comunicación visual**



Imagen tomada de google imágenes  
[Http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi](http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi)

... diseño gráfico **Determinado por la sociedad y la cultura**



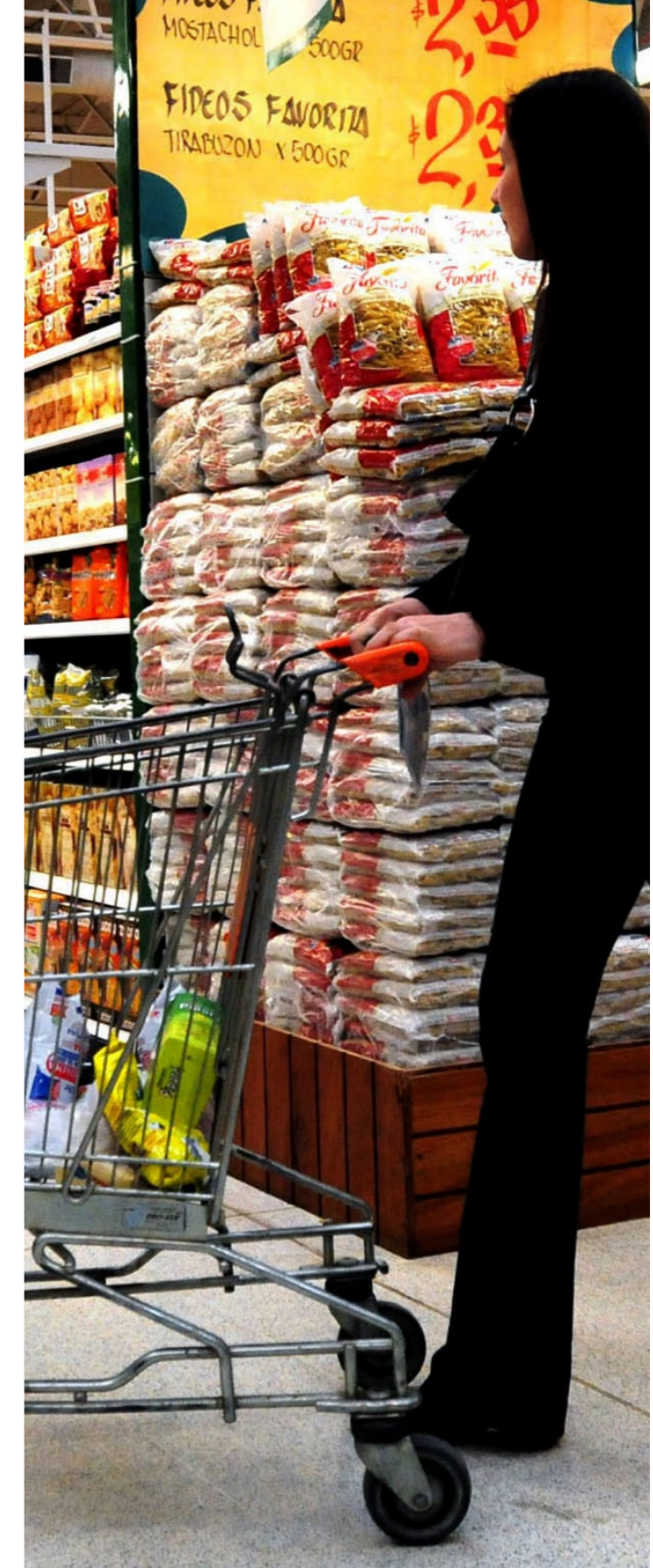
Imagen tomada de google imágenes  
[Http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi](http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi)

... diseño gráfico

**Nació a partir de la revolución industrial por la necesidad de embellecer objetos rechazados culturalmente, se activó el capitalismo por la producción en masa.**



Imagen tomada de google imágenes  
[Http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi](http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi)



... diseño gráfico **Se relacionó con la producción, la distribución y el consumo**

# PRODUCCIÓN

Trabajo proyectual,  
funcional y conceptual,  
sujeto a prioridades  
tecnológicas y  
económicas.

# DISTRIBUCIÓN

De productos  
industriales  
impresos.

# CONSUMO

Masivo, satisfacción  
utilitaria cotidiana, así  
como estética empírica  
del hombre común en su  
tiempo libre.

**Apogeo de la escuela alemana Bauhaus alrededor los años veintes del siglo XX.**

Trabajo proyectual,  
funcional y conceptual,  
con bases teóricas, sujeto  
a prioridades tecnológicas  
y económicas.

A través de medios  
impresos, digitales y  
televisivos.

Masivo, satisfacción  
utilitaria cotidiana, así  
como estética empírica  
del hombre de acuerdo a  
su contexto cultural.

**Época marcada hasta antes de los años 70s del siglo XX.**

# REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA

**Gestada en los años setenta del siglo XX**

# GLOBALIZACIÓN

**El poder se centra en la información y en la comunicación.**

Imagen tomada de google imágenes

[Http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi](http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi)







Imagen tomada de google imágenes  
[Http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi](http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi)

# SOCIEDAD RED DEL SIGLO XXI

Imagen tomada de google imágenes  
[Http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi](http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi)



# **SOCIEDAD RED DEL SIGLO XXI**

## **1. Cambios en las relaciones sociales de producción.**

Imagen tomada de google imágenes  
[Http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi](http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi)



## **SOCIEDAD RED DEL SIGLO XXI**

**2. Cambios en las formas  
cada vez más dinámicas  
de la construcción cultural.**

Imagen tomada de google imágenes  
[Http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi](http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi)



# **SOCIEDAD RED DEL SIGLO XXI**

## **3. Cambios en las nuevas tecnologías de la información TICs.**

Imagen tomada de google imágenes  
[Http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi](http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi)



## **SOCIEDAD RED DEL SIGLO XXI**

### **4. Cambios en el enfoque de la profesión de diseño gráfico.**



**Antes de la revolución tecnológica el diseño gráfico tenía  
EI MONOPOLIO EN LA PRODUCCIÓN DE IMÁGENES Y TEXTOS**



**medio**



[www.gettyimages.com](http://www.gettyimages.com)

**mensaje**

**COMUNICACIÓN VISUAL**

**¿QUÉ SE DISEÑA?**

**¿QUIÉN LO DISEÑA?**





[www.gettyimages.com](http://www.gettyimages.com)

**¿DISEÑADORES GRÁFICOS**  
**... DIGITALES**  
**... DE LA INFORMACIÓN?**

# PROCESO DE DISEÑO



# PROCESO DE DISEÑO



SOLICITUD DE SERVICIO  
DETECCIÓN DE NECESIDAD



RETROALIMENTACIÓN  
DEL RESULTADO

**PRODUCCIÓN  
DEL MENSAJE**

**REPRODUCCIÓN  
DEL MENSAJE**

**DISTRIBUCIÓN  
DEL MENSAJE**



# **PROCESO DE DISEÑO**

**SOLICITUD DE SERVICIO  
DETECCIÓN DE NECESIDAD**

**RETROALIMENTACIÓN  
DEL RESULTADO**

**INVESTIGACIÓN  
Y CONCEPTUALIZACIÓN**

**MEDIO (IMPRESO  
O ELECTRÓNICO)**

**INSERCIÓN  
EN EL MERCADO**

**PRODUCCIÓN  
DEL MENSAJE**

**REPRODUCCIÓN  
DEL MENSAJE**

**DISTRIBUCIÓN  
DEL MENSAJE**



# **PROCESO DE DISEÑO**

**SOLICITUD DE SERVICIO  
DETECCIÓN DE NECESIDAD**

**RETROALIMENTACIÓN  
DEL RESULTADO**

**INVESTIGACIÓN  
Y CONCEPTUALIZACIÓN**

**MEDIO (IMPRESO  
O ELECTRÓNICO)**

**INSERCIÓN  
EN EL MERCADO**

**PRODUCCIÓN  
DEL MENSAJE**

**REPRODUCCIÓN  
DEL MENSAJE**

**DISTRIBUCIÓN  
DEL MENSAJE**



**IMPRESOR  
DESARROLLADOR  
DIGITAL  
INGENIERO**

**CANALES  
DE MEDIOS  
FÍSICOS  
Y ELECTR.**



# **PROCESO DE DISEÑO**

**SOLICITUD DE SERVICIO  
DETECCIÓN DE NECESIDAD**

**RETROALIMENTACIÓN  
DEL RESULTADO**

INVESTIGACIÓN  
Y CONCEPTUALIZACIÓN

**(DOMINIO)ÓN  
DEL MENSAJE  
DISEÑADOR  
GRÁFICO**



MEDIO (IMPRESO  
O ELECTRÓNICO)

**SUPERVISIÓN DEL  
DISEÑADOR GRÁFICO Y  
TRABAJO**

**INTERDISCIPLINAR**

IMPRESOR  
DESARROLLADOR  
DIGITAL  
INGENIERO

INSERCIÓN  
EN EL MERCADO

**DISTRIBUCIÓN  
DEL MENSAJE**

JANANES  
DE MEDIOS  
FÍSICOS  
Y ELECTR.



# PROCESO DE DISEÑO

SOLICITUD DE SERVICIO  
DETECCIÓN DE NECESIDAD

RETROALIMENTACIÓN  
DEL RESULTADO



[www.gettyimages.com](http://www.gettyimages.com)

# CONCEPTO

es aquello percibido por el usuario  
se encuentra en el mundo de las ideas es abstracto





[www.gettyimages.com](http://www.gettyimages.com)

# CONCEPTUALIZAR

Modificar o reforzar determinada percepción

**La conceptualización de diseño  
se relaciona con cuatro elementos:**

**EMISOR**

**PERCEPTOR/USUARIO**

**MENSAJE**

**COMPETENCIA/CASOS ANÁLOGOS**

# **Lo que se necesita conocer de cada uno:**

## **EMISOR**

Qué quiere que el perceptor o usuario perciba del diseño

## **PERCEPTOR/USUARIO**

Quién es, cómo es, cuáles son sus costumbres, sus gustos, sus tradiciones, cómo comprende las cosas, cuáles son sus códigos culturales

## **MENSAJE**

Qué es lo que se quiere comunicar o que el perceptor/usuario perciba

## **COMPETENCIA/CASOS ANÁLOGOS**

Qué se ha hecho sobre el tema.  
Cuáles han sido los éxitos y los fracasos, qué se puede aprender de ello

# LA CONCEPTUALIZACIÓN

consiste en:

**1. Identificar los conceptos que se quiere que los perceptores/usuarios perciban.**

Se toma del emisor y del mensaje. Se elige a través de qué actividad o acción.

**2. Revisar lo que se ha hecho sobre el tema para conocer los aciertos y la experiencia en torno al caso y aprovechar ese conocimiento.**

Se toma de la revisión de competencia o los casos análogos.

**3. Se identifican los elementos de forma, color, ambiente, experiencia, etcétera, y todo lo que se relacione con lo que el diseño tiene que transmitir (hacer sentir) al perceptor.**

Con base en los códigos culturales del perceptor/usuario.

**4. Se diseña (proyecta).**

Se planea la estructura, los componentes, las actividades, la imagen, etcétera.



[www.google.com.mx](http://www.google.com.mx)

**No todos necesitan diseño gráfico.**

**El mercado del diseño gráfico es muy específico  
(se vuelve internacional incerto en el mundo de los negocios)**

## **PRODUCCIÓN**

Trabajo proyectual,  
funcional y conceptual,  
con bases teóricas, sujeto  
a prioridades tecnológicas  
y económicas.

## **DISTRIBUCIÓN**

A través de medios  
impresos, digitales y  
televisivos.

## **CONSUMO**

Masivo, satisfacción  
utilitaria cotidiana, así  
como estética empírica  
del hombre de acuerdo  
a su contexto cultural.

**Época marcada hasta antes de los años 70s del siglo XX.**

Trabajo proyectual,  
funcional y conceptual,  
con bases teóricas, sujeto  
a prioridades tecnológicas  
y económicas.

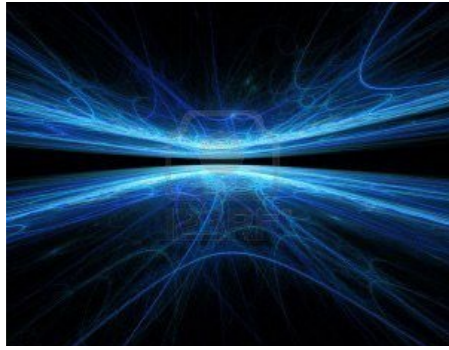
Flexible, multinacional,  
tecnológica digital e  
impresa, competitiva.

Red, en tiempo real.

Dependiente de los  
flujos.

Masivo, con perspectivas  
culturales de contexto (la  
tradicional), red (global)  
con matices individuales  
simultáneamente.

**Época de la sociedad red del siglo XXI.**



[www.gettyimages.com](http://www.gettyimages.com)



[www.google.com.mx](http://www.google.com.mx)



## Caracterización del contexto del ejercicio profesional del diseño gráfico a inicios del siglo XXI:

**Trabajo en equipos virtuales dentro de una geografía variable.**

**Producción horizontal en equipos organizados de acuerdo con la demanda.**

**Autocomunicación de masas.**

**Generaciones competitivas e informadas nativas de la sociedad red.**

**Información masificada que se triplica potencialmente intervenida por productores de alto valor.**

**Medios impresos, digitales y virtuales(ambientes co constructivos).**

**En el contexto social  
Latinoamericano  
(y de otros países), prevalece  
la inequidad, la exclusión,  
la pobreza...**

**¿Cómo interviene entonces el diseño?**



**¿Qué pasa con los contextos  
excluidos?**

**¿Qué pasa con el diseño social?**

**¿Qué pasa con el servicio desde  
el diseño para todos,  
para los grupos vulnerables?**

**El mercado local tiene características y requerimientos distintos que se pueden y deben atender.**

**Diseño social no significa no cobrar.**

**Diseño social no se trata de atender únicamente a los grupos vulnerables.**

**Conciencia permanente del impacto de mis diseños.**

**¿Cuál es el futuro del diseño gráfico en el contexto red de la sociedad del siglo XXI?**



Los medios de  
comunicación en la  
sociedad red del siglo XXI,  
en su mayoría son visuales

**¿Quiénes son los expertos  
en conceptualizar los  
mensajes visuales?**

# Caracterización de los profesionales de diseño gráfico del siglo XXI:

- **Alta calidad profesional.**
- **Enfoque sociológico del contexto de los proyectos de diseño.**
- **Trabajar en equipos interdisciplinarios.**
- **Conocer los medios digitales, virtuales y sus conceptos (interactividad-movimiento-audio), además de los impresos.**
- **Estrategias en comunicación de mensajes visuales.**
- **Comprometidos, honestos, responsables, formales.**



[www.gettyimages.com](http://www.gettyimages.com)

ERA VIRTUAL ~ SOCIEDAD RED ~  
**ERA DE LA COMUNICACIÓN VISUAL** ~  
DISEÑO DE **CONCEPTOS**

**Mtra. Carmen Tiburcio**