

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

... 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**



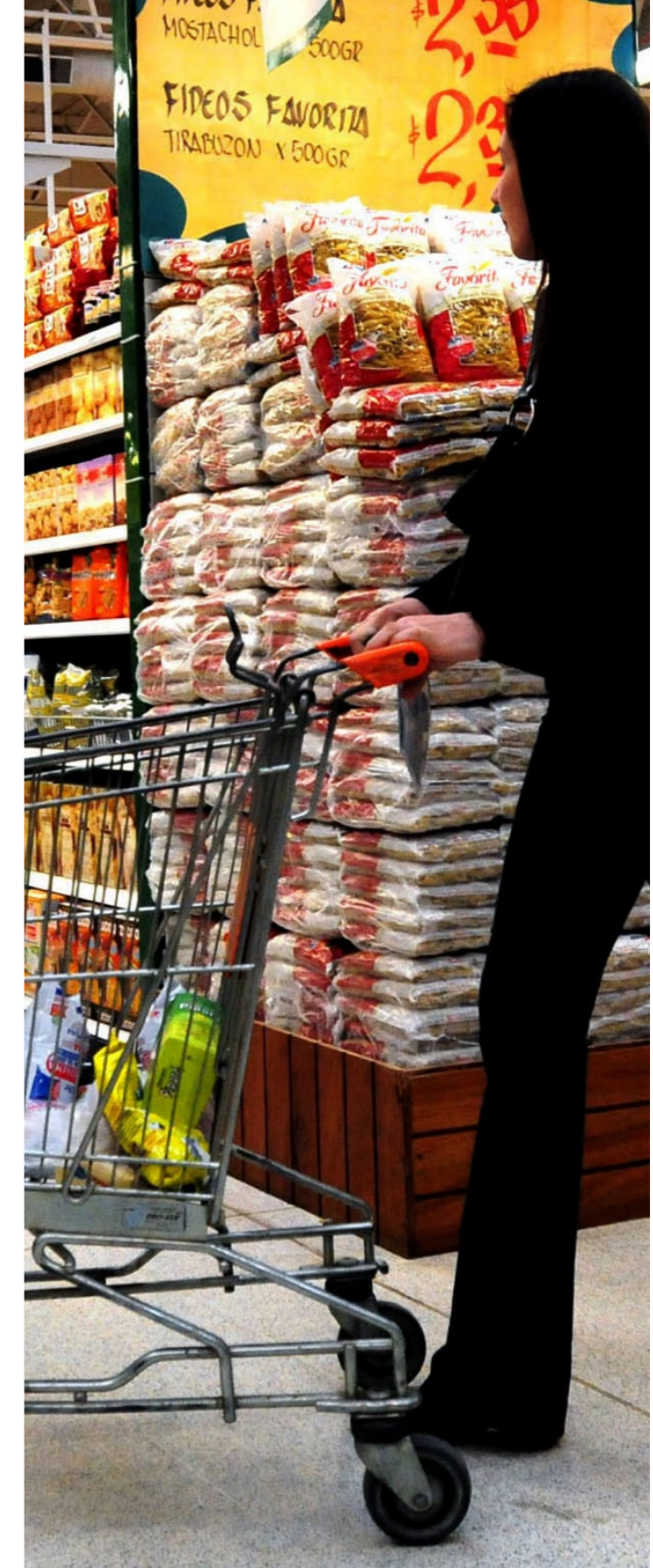
Imagen tomada de google imágenes
[Http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi](http://www.google.com.mx/imghp?hl=es&tab=wi)

... 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.co
m.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.

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)



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



medio



www.gettyimages.com

mensaje

COMUNICACIÓN VISUAL

¿QUÉ SE DISEÑA?

¿QUIÉN LO DISEÑA?



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

CONCEPTO

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



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

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.

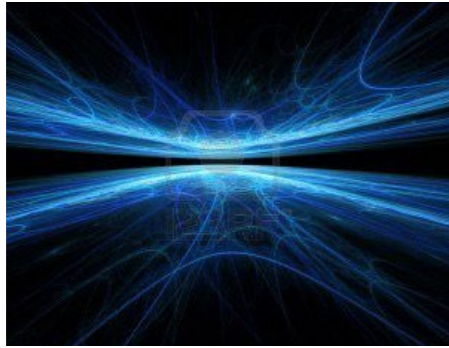
Flexible, multinacional,
tecnológica digital e
impresa, competitiva.

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



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

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

Mtra. Carmen Tiburcio