

Problemas y Funciones profesionales

El *Diseñador de comunicación visual* posee una formación general e integral, una visión global y una postura innovadora ante los problemas, es formado para aprender de la realidad y a la vez cuestionarla, para intuir los cambios y planificar respuestas.

Es un profesional de perfil amplio, con énfasis en su formación metodológica, técnica y tecnológica, que le permite abordar el complejo universo de problemas de diseño que la realidad social y empresarial le presenta.

Las funciones profesionales definidos para el Diseñador de Comunicación Visual son aquellas relacionadas con el nivel proyectual en función de los problemas profesionales, por lo tanto radican en:

Realizar proyectos de Diseño en cada una de las esferas de actuación definidas para la carrera:

- Diseño editorial de revistas, libros, periódicos, catálogos, de soportes varios, infografía, tipografía, ilustración, historieta, envase y embalaje.
- Diseños de sitios web, multimedias, interface para software y videojuegos, aplicaciones para dispositivos móviles.
- Diseño de videos promocionales, institucionales, musicales y de videojuegos, diseño de sistemas audiovisuales para televisión y cine, infografías y banners animados, y animación.
- Diseño de sistemas señaléticos, stand y diseño de ambientación para espacios.
- Diseño de sistemas de identidad y diseño de campañas.

Evaluar procesos, productos, servicios y proyectos en cada una de las esferas de actuación donde se desempeña.

Investigar sobre procesos de diseño, teoría de diseño, desarrollo de productos, características de usuarios y contextos.

Gestionar proyectos de diseño, estrategias y programas de diseño a nivel de empresas.

Objeto de la profesión

El Objeto de la profesión del Diseñador de Comunicación Visual se concreta en la acción de **diseñar**, definida como “*una actividad que tiene como objetivo la concepción de los productos, para que estos cumplan eficientemente su finalidad útil y puedan ser producidos garantizando su circulación y consumo.*”¹

En esta definición se entiende por *concepción*, la creación y determinación de las propiedades multifacéticas que condicionan el proyecto, la síntesis de los factores humanos, tecnológicos, contextuales, socio económicos y de mercado que condicionan un problema y que permiten resolver las relaciones funcionales y de significado, organizando el uso y las características formales y estructurales de la solución.

El término *productos* significa, en primer lugar, todo lo que sea resultado de un proceso de producción, independientemente de la escala del mismo y se utiliza para resumir el universo de objetos de trabajo de la profesión.

¹Peña, S. "Propuesta de Currículo para la formación de diseñadores" Tesis para alcanzar el título de Master en Gestión e innovación de Diseño. 2007

Como *finalidad útil* se entiende el deber del producto de cumplir eficientemente la función, el propósito y objetivo que este tiene, permitiendo un uso eficiente por el usuario, para resolver sus problemas por vía, apoyado o mediante la utilización de él.

Producidos significa ser construidos industrialmente, fabricados en serie, reproducidos, elaborados según los intereses económicos y productivos de la Industria, con las condicionantes tecnológicas de la producción y la capacidad de movilización de recursos técnicos, humanos y financieros.

Garantizar la *circulación*, se entiende como la manera en que el producto, proceso o servicio llega a manos del usuario, donde cumple la promesa de utilidad de este. Implica hacer efectiva la transportación, el almacenaje, la distribución y la venta.

Y el *consumo*, se refiere al acto de apropiación individual, a la utilización, la interacción del hombre con la solución o el insumo del producto para otros procesos productivos, es resolver las necesidades en la apropiación individual o colectiva del producto.

Modos de actuación profesional

Los Modos de actuación del Diseñador de Comunicación Visual son:

- Proyecto (*Diseñar*)
- Evaluación (*Evaluar*)
- Investigación (*Investigar*)
- Gestión (*Gestionar*)

Modos de actuación Proyecto: es diseñar, desarrollar proyectos de diseño. Este modo de actuación es la base de los tres modos restantes y la actividad primaria del diseñador. Su contenido es resultado de entender cómo se diseña en la práctica profesional, en la que el Diseñador de Comunicación Visual deberá dominar el Proceso de metodológico de trabajo y cada una de sus etapas (*Necesidad-Problema-Concepto-Desarrollo-Implementación*) y consiste en:

- Analizar la realidad, detectar necesidades y definirlas en términos de problema de Diseño, elaborando toda la información necesaria para el desarrollo y conducción de un proyecto de Diseño.
- Estudiar problemas y presentar propuestas integrales de solución que se establezcan como guía para las posteriores soluciones.
- Realizar proyectos, esto implica analizar, conceptualizar, desarrollar alternativas de solución, evaluar, desarrollar detalles técnicos constructivos de las propuestas.
- Evaluar, representar y comunicar las soluciones, en cada etapa y al final de los estadios del proceso y resultados del proyecto.

Modo de actuación Evaluación: En la práctica profesional conviven diferentes formas de evaluación en el Diseño que derivan tanto del objeto a evaluar como de la tipología del problema y el nivel en que opera la acción. La Evaluación puede definirse en tres niveles:

- Evaluación de proyecto (*proceso, resultados y solución*)
- Evaluación de producto (*productos, soluciones de Diseño*)
- Evaluación de la gestión (*programas y estrategias de Diseño*)

Modo de actuación Investigación: en el Diseño se asumen métodos y prácticas de la investigación aplicada, orientada a resolver problemas prácticos, extender y desarrollar

conocimientos de un tema específico, establecer principios generales y aplicar conocimientos adquiridos en la solución de problemas prácticos. Ejemplos de esa labor lo constituyen:

- Realizar investigaciones de mercados, análisis y validación de proyectos de Diseño, así como su impacto en diferentes contextos.
- Elaborar diagnósticos acerca de la situación interna (organización, estrategias de comunicación, recursos, capacidades y economía) y externa de empresas y organizaciones (características del sector productivo, mercado, competencia, marco jurídico y aspectos legales).
- Desarrollar proyectos de investigación de Diseño y áreas afines.

Modo de actuación Gestión: es la actividad de administrar, planificar, organizar, dirigir y controlar los objetivos, procesos y recursos de Diseño a todos los niveles en el entorno organizacional, empresarial. En ese sentido las acciones fundamentales a desarrollar son:

- Planificar y delinear proyectos, estrategias y políticas de gestión de diseño, fijar objetivos y metas de diseño considerando los factores sociales, políticos, climáticos, económicos, tecnológicos, etc.
- Organizar, coordinar y sincronizar proyectos y programas, definir responsabilidades y obligaciones; prever cómo y cuándo se ejecuta cada tarea y en que margen de tiempo.
- Dirigir y conducir el proceso de diseño y/o de gestión, mediante la influencia o capacidad de liderazgo sobre el equipo, para la consecución de los objetivos fijados. Tomar las decisiones necesarias para el logro de los de las metas trazadas.
- Controlar y mediar el desempeño durante el proceso, comparar resultados objetivos y metas fijadas. Detectar los desvíos y tomar las medidas necesarias para corregirlos en tiempo.
- Determinar la forma en que se debe integrar el Diseño a una organización, visualizando la contribución e impacto del Diseño.

- Dirigir la actividad de Diseño en una organización así como equipos de Evaluación y Diagnóstico de Diseño controlando los recursos presupuestarios de las actividades de Diseño.
- Formular e implementar la estrategia y política del Diseño en una empresa analizando las invariantes contextuales, tecnológicas y sociales, definiendo el grado de centralización y de integración del Diseño a los procesos.
- Estructurar los contenidos de una adecuada Imagen Institucional y velar por su desarrollo en todas las manifestaciones visibles de la empresa, sus productos, instalaciones, servicios y comunicación interna y externa.

Los Modos de actuación del Diseño se interrelacionan entre sí, haciendo compleja la demarcación de los límites de cada comportamiento ante el universo infinito de tareas presentes en el ejercicio profesional. Para visualizar la subordinación que se establece entre los diferentes Modos y su complejidad, se propone un modelo escalonado donde se representan los niveles de subordinación y solapes entre ellos. *Fig. 1*

			Gestión
		Investigación	G+I
	Evaluación	E+I	E+G
Proyecto	P+E	P+I	P+G

Fig. 1 Modos de actuación profesional del Diseñador de Comunicación Visual

En la base de la actuación profesional de todo diseñador se encuentra el *Modo de actuación Proyecto* con sus particularidades de desempeño aunque, como puede observarse, en la acción de proyectar hay componentes de los demás modos. En el Proceso de Diseño, además de proyectar, se emplean herramientas de la *investigación* para el estudio del problema, la búsqueda y procesamiento de información, de igual forma se *gestiona* el desarrollo del proceso, se planifican, administran y controlan recursos, además se hace necesario *evaluar* cada una de las etapas del proyecto y sus resultados parciales y finales. Siendo así, se declara el alcance de la formación de pregrado al Modo de actuación profesional Proyecto y los elementos de los restantes modos que conviven dentro de este, quedando el abordaje particular cada uno de los demás Modos para estudios de posgrado.

Esferas de actuación

Las Esferas de actuación profesional para el Diseño de Comunicación Visual son 4 y definen como:

- Esfera Gráfica
 - Esfera Digital
 - Esfera Audiovisual
 - Esfera Espacio
1. **Esfera Gráfica:** Relacionada con los problemas profesionales vinculados a la comunicación humana y a la construcción de mensajes con medios visuales, gráficos y tipográficos, se corresponde con la producción de productos visuales destinados a comunicar mensajes específicos y da cabida a problemas como la identidad visual de empresas y organizaciones, la marca, la creación de signos, logos y aplicaciones, la gráfica editorial que abarca libros y publicaciones, los carteles y soportes gráficos, la infografía, la tipografía y la ilustración.
 2. **Esfera Digital:** Contiene los problemas profesionales vinculados a las tecnologías informáticas y la computación, a los medios digitales, las soluciones que aplican en la interfaz de softwares, de utilidades, sitios web, tiendas digitales, revistas digitales, libros electrónicos y manuales, multimedias educativas, promocionales y culturales, visualizaciones de entornos virtuales, video juegos y simuladores 3D. El elemento distintivo de esta esfera es el medio digital donde se desempeña y su soporte tecnológico, el ciber-espacio y el mundo virtual, donde la interacción tiene la prioridad. Aquí el trabajo del diseñador exige un manejo elevado de componentes visuales y cognitivos en las soluciones, en estrecho vínculo con las tecnologías, aplicaciones informáticas y herramientas de programación.

3. **Esfera Audiovisual:** Integra aquellos problemas que encuentran su solución en el mundo del sonido y la imagen en movimiento, una simbiosis de recursos visuales y de audio que dan origen a su calificativo, en ella se engloban temas proyectuales como la animación, los video-clips, presentaciones para televisión y video, spots y otros, de amplio uso en la publicidad y promoción de bien público y transmisión de mensajes en medios masivos de comunicación. Es uno de los espacios proyectuales más jóvenes y con un desarrollo exponencial en los últimos años. Se caracteriza por el manejo de la gráfica cinética, recursos de la fotografía en movimiento, el cine y la televisión, junto al empleo del sonido como un recurso más en las soluciones.
4. **Esfera Espacio:** Se refiere al diseño de los espacios interiores y exteriores cuya escala es mayor que el ser humano y que rodea a este y a los elementos con los él habita, como son: sociales, de servicios, laborales, hospitalarios, turísticos, culturales, gastronómicos, comerciales, entre otros. Igualmente encontramos, perteneciente a esta esfera, la ambientación gráfica, la señalética, el diseño de exposiciones y puntos de ventas, relacionados también con la esfera Gráfica. Así mismo se pueden señalar el diseño de espacios y entornos virtuales, con mayores puntos de contacto con la esfera Digital.

Campos de acción

Los Campos de acción del Diseñador de Comunicación Visual proceden de aquellas áreas con las cuales el diseño interactúa en la solución de los problemas profesionales e incluyen los contenidos esenciales que debe dominar para dar respuesta eficaz a estos problemas.

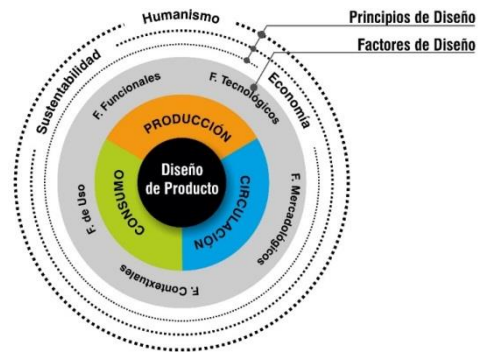


Fig. 2 Estructura interna del Diseño de Comunicación Visual

Por una parte los conocimientos necesarios para implementar el Modo de actuación Proyecto y por la otra los aspectos que abarcan los factores que debe dominar para dar solución, desde el proyecto de diseño, a cada una de esas etapas por las que transita el producto en su ciclo de vida, tal como lo refleja el esquema de la Fig.2. De la definición de los campos de acción se derivan las disciplinas básicas de la Carrera.

Campos de acción del Diseñador de Comunicación Visual:

- **Proyectuales:** Los recursos formales, el proceso de diseño, la planificación, gestión, desarrollo, evaluación, representación y comunicación del proyecto, sus modelos y soluciones técnico constructivas.
- **Humanos:** El conocimiento del hombre, en tanto usuario de los productos de diseño, sus características físicas, socioculturales y psicológicas y la influencia del contexto de uso en la interrelación de este con el producto.

- **Socioculturales:** Métodos y técnicas de investigación y análisis, los problemas sociales de la ciencia y la tecnología relacionados con la actividad de diseñar y la obtención de información sobre el contexto sociocultural donde se produce el uso, la interacción hombre-producto.
- **Técnicos:** Principios de funcionamiento, mecanismos y sistemas técnicos y estructurales que facilitan la definición y diseño de la finalidad útil de los productos.
- **Productivos:** materiales, procesos, recursos y tecnologías y la gestión de los mismos, necesarios para definir los aspectos que permitirán la materialización de los productos, según las posibilidades económicas y productivas de la Industria.
- **Mercadológicos:** El mercado, sus leyes, soportes y logística, distribución, almacenamiento y transportación de los productos, así como de aspectos económicos que condicionan la producción, distribución y circulación.