

el DISEÑO a favor de la COMUNICACIÓN




DI. Gisela Herrero García
Jefa Oficina Nacional de Diseño(ONDi).
gisela@ondi.cu (+53) 52861763

ONDi OFICINA
NACIONAL
DE DISEÑO

**MINISTERIO
DE INDUSTRIAS**

 **Cuba**

*...junto a los buenos días y las gracias
por la oportunidad de compartir,
convendría estar de acuerdo en que...*



Corren tiempos veloces que demandan de una comprensión igual de veloz, para el funcionamiento de la sociedad. En esa carrera, la COMUNICACIÓN y el DISEÑO , tienen un *importante* circuito a rodar.

...deben ser, cual casco y queso





...cual queso y vino

Asumir la comunicación como función esencial del diseño de comunicación visual, es salir fuera de la burbuja profesional para interactuar con las personas y la sociedad, a través del principal canal de percepción, de conocimiento y de recuerdo, el canal visual...

Norberto Chaves
Experto en Programas de Imagen
e Identidad Corporativa



La comunicación social es el proceso sociocultural que constituye la base de las relaciones humanas, sustentado en el intercambio y la interpretación de datos, información conocimientos, ideas, mensajes y significados entre personas, de estas con grupos y organizaciones, entre organizaciones y al interior de ellas, y entre estas y la sociedad; contribuye a la interacción social, la producción de sentidos, la conformación de la identidad individual y colectiva, el diálogo, el debate, la participación popular y el consenso.



DISEÑO

el DISEÑO a favor de la COMUNICACIÓN

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.



DISEÑOs

el DISEÑO a favor de la COMUNICACIÓN



DISEÑO

DISEÑO INDUSTRIAL : Proceso estratégico de resolución de problemas que impulsa la innovación, construye el éxito empresarial y conduce a una mejor calidad de vida a través de productos, sistemas, servicios y experiencias innovadoras. (World Design Organization, WDO 2020)

DISEÑO DE COMUNICACIÓN VISUAL : “Actividad intelectual, técnica y creativa referida a la producción, el análisis, organización y métodos de presentación de imágenes para lograr soluciones visuales a los problemas de comunicación”. (International Council of Graphic Design Associations, ICO-D 2008).

ahora

... unas precisiones

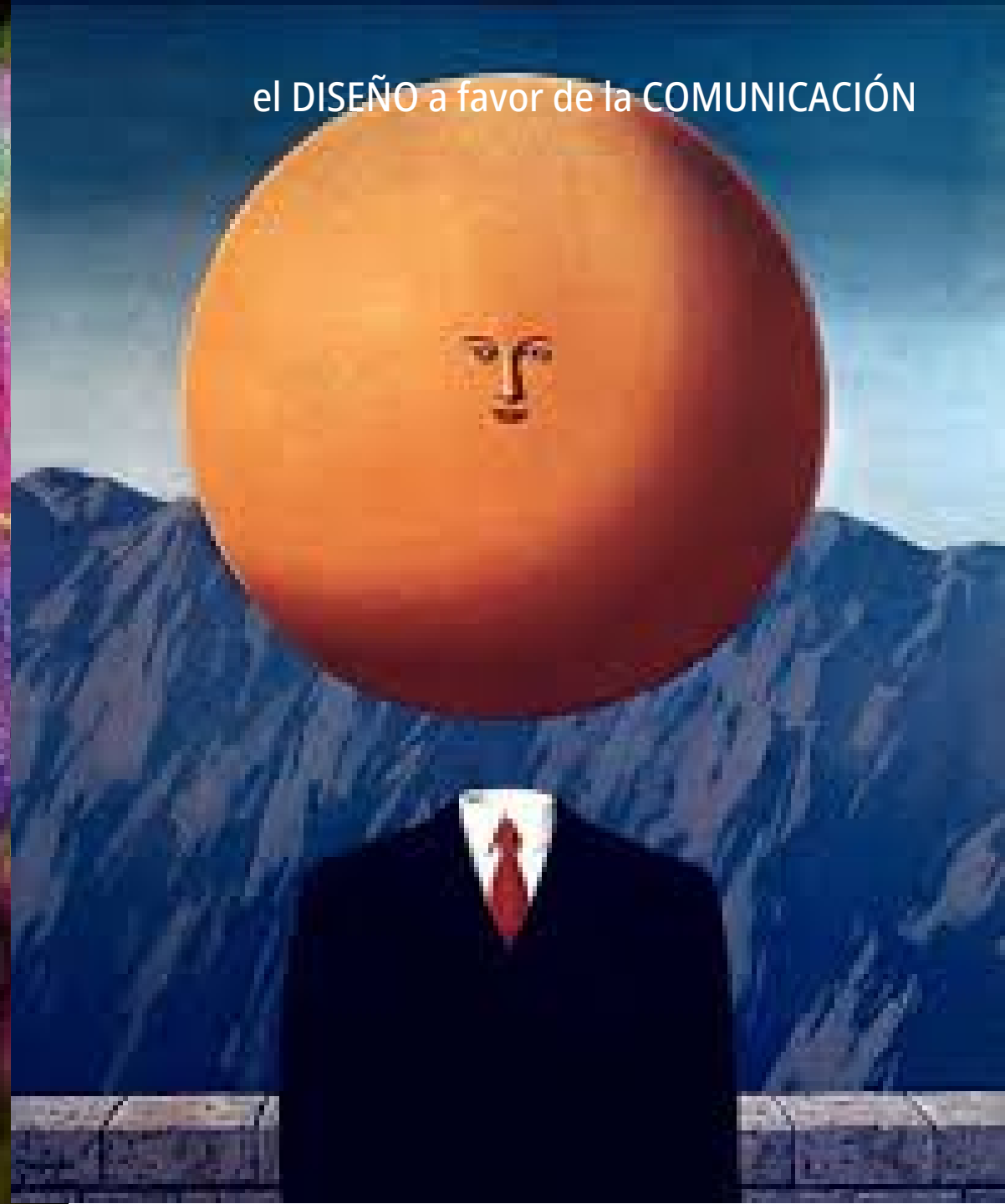
el DISEÑO a favor de la COMUNICACIÓN

DISEÑO

NO es cosmética



el DISEÑO a favor de la COMUNICACIÓN



el DISEÑO a favor de la COMUNICACIÓN

...**NO** es arte



En la creación de una obra de arte, generalmente, no interviene nadie más que el artista. Aunque a veces puede realizar obras por encargo, generalmente el cliente no suele inmiscuirse en el proceso creativo ni en las técnicas que utiliza.



Mientras tanto, un diseñador tiene en la mayoría de los casos clientes, y debe ceñirse a sus peticiones. Por tanto, su creatividad tiene cotas e igual, es un desafío para buscar soluciones pertinentes.



...es deir

el DISEÑO a favor de la COMUNICACIÓN

DISEÑO



ARTE



el DISEÑO a favor de la COMUNICACIÓN

El arte plantea preguntas,



el DISEÑO a favor de la COMUNICACIÓN

el diseño ofrece respuestas



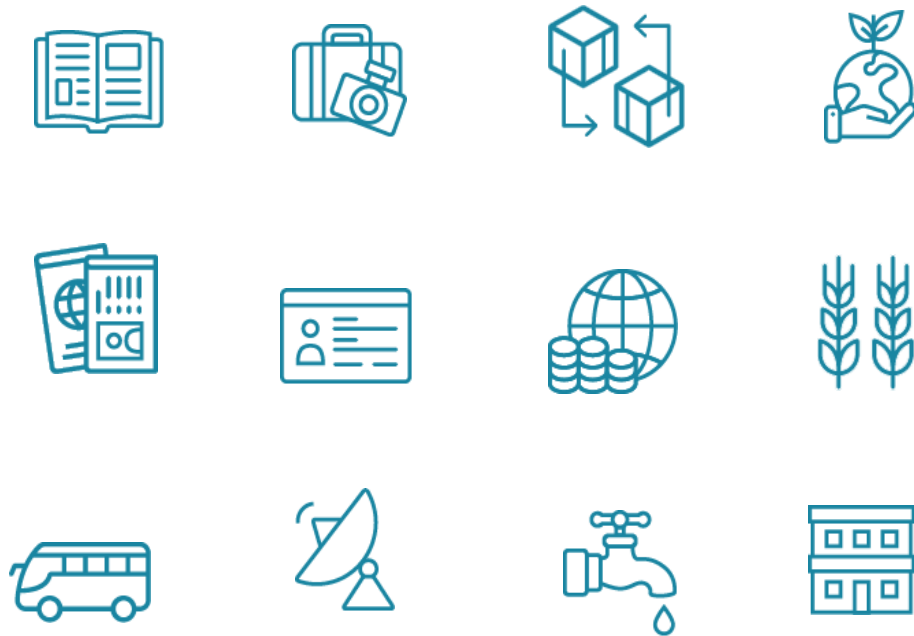
Apisun
pure cuban honey





el DISEÑO a favor de la COMUNICACIÓN





El diseño brinda una solución visual funcional y enfocada a un público meta muy segmentado, cada propuesta visual que uno desarrolla como diseñador de comunicación visual y en el caso de productos por el diseñador industrial, es un aporte extra con el que contribuye a lograr comunicación.



Diseña mensajes gráficos, su función es optimizar la comunicación aportando a la pieza no sólo valores formales sino eficacia comunicacional. Cada producto de las dos o las tres dimensiones, COMUNICA, transmite una imagen y habla, o bien o mal, no hay diálogos medios.



"El diseño no es hacer cosas más o menos bonitas, debe dar soluciones"



"El diseño no es hacer cosas bonitas, sino mejores"

"El diseño no es hacer cosas más o menos bonitas, debe dar soluciones"



"El diseño no es hacer cosas bonitas, sino mejores"

el DISEÑO a favor de la COMUNICACIÓN



"El diseño no es hacer cosas más o menos bonitas, debe dar soluciones"

¡QUE
COMIENZE
EL JUEGO!



PARA PRODUCIR
MEJOR CALIDAD DE VIDA

La actividad lúdica resulta esencial en la vida, es una gran fuente de alegría, vitalidad y motivación que permite reducir tensiones de la cotidianidad y reforzar vínculos emocionales.

ONDI VIAS VIAS

¡QUE COMIENZE EL JUEGO!



-LEXEND-

ABCDEFGHIJKLMN
NOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz

1234567890

~{}*¿()?/#"

¡Sobria!

-SEGOE UI-

ABCDEFGHIJKLMN
NOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz

1234567890

~{}*¿()?/#"

¡Versátil!

¡QUE
COMIENZE
EL JUEGO!

LOS PRODUCTOS LÚDICOS Y EL ENVEJECIMIENTO SALUDABLE

Las políticas públicas desempeñan un papel esencial en el impulso del envejecimiento saludable. Este tiene como finalidad mejorar la calidad de vida a medida que las personas envejecen sin embargo, alcanzar este propósito solo es posible si el contexto sociocultural y político proporcionan los medios precisos.

Tal como propone la OMS, envejecer activamente no es una condición personal que se pueda elegir; este debe ser respaldado por un plan estratégico que pretenda lograr el bienestar de la población cubana, que envejece a un ritmo acelerado.

BENEFICIOS DE LOS PRODUCTOS LÚDICOS

SOCIOEMOCIONAL

- Mejoran el estado de ánimo o la paz de potenciar la comunicación y las relaciones sociales.
- Previene el aislamiento y la soledad de los adultos mayores.
- Desarrolla valores y sentido de la responsabilidad.



COGNITIVO

- Fortalece la memoria, la percepción, mejorar rapidez y la capacidad de concentración.
- Potencia el razonamiento y la resolución de problemas.
- Favorece el desarrollo de la innovación y la creatividad.

PSICOMOTORIZ

- Contribuyen a mejorar la calidad de vida y el estado general de salud de los mayores porque activan el cuerpo y la mente.
- Aumenta el tono muscular, la coordinación y el tiempo de reacción.

El juego es una parte importante de la vida, las experiencias positivas desde el momento en que nacemos influyen exponencialmente en la manera que nos desarrollamos.

BIENES QUE OFERTAN LA INDUSTRIA LIGERA



La industria ligera desde su fundación no se ha especializado en la producción de juegos.

el DISEÑO a favor de la COMUNICACIÓN



"El diseño no es hacer cosas bonitas, sino mejores"

"El diseño no es hacer cosas más o menos bonitas, debe dar soluciones"

Sabrina Gutiérrez Sardiñas/ Claudia Carralero Rodríguez/
Richard Velázquez Camilo

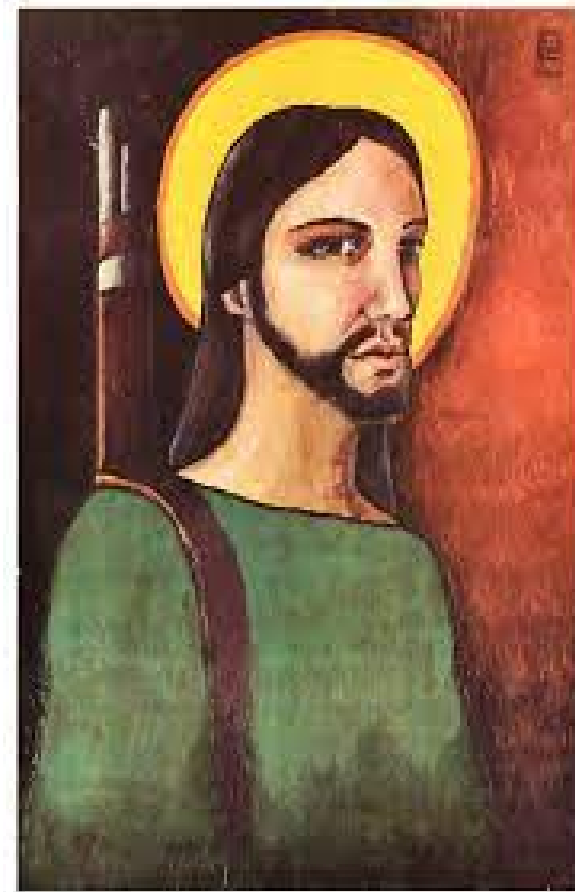


el DISEÑO a favor de la COMUNICACIÓN



"El diseño no es hacer cosas bonitas, sino mejores"

"El diseño no es hacer cosas más o menos bonitas, debe dar soluciones"



No se puede abandonar la propaganda, porque es el alma de toda lucha. La nuestra debe tener su estilo propio y ajustarse a las circunstancias.

Fidel Castro: Carta a Melba Hdez, citado por Mario Mencía en La Prisión Fecunda, p. 26

el DISEÑO a favor de la COMUNICACIÓN



...el diseño es comunicación, si analizamos uno de sus principales objetivos, es brindar soluciones a problemas de comunicación de carácter visual y del mundo objetual, agregaríamos.

“ Diseño significa ser perseverante y progresivo en lugar de escapar y abandonar ”.

Dieter Rams. Diseñador alemán responsable de grandes desarrollos en diseño para la empresa BRAUN.

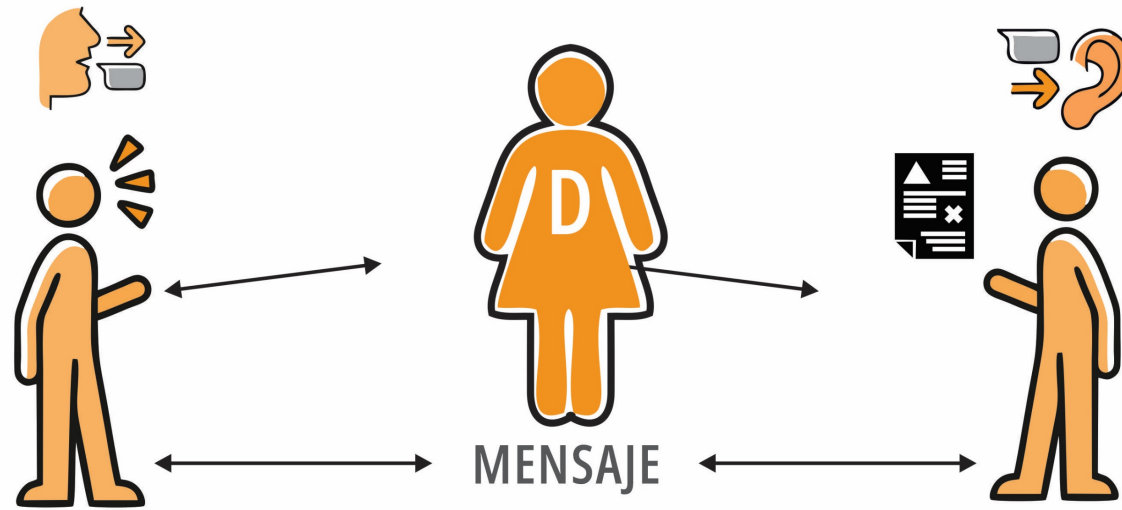


el DISEÑO a favor de la COMUNICACIÓN

El elemento fundamental que permitió a la humanidad desarrollar sus habilidades y capacidades más que otras especies fue la **comunicación** y gracias al **diseño** nos hemos comunicado y enviado mensajes casi desde los orígenes mismos del hombre.

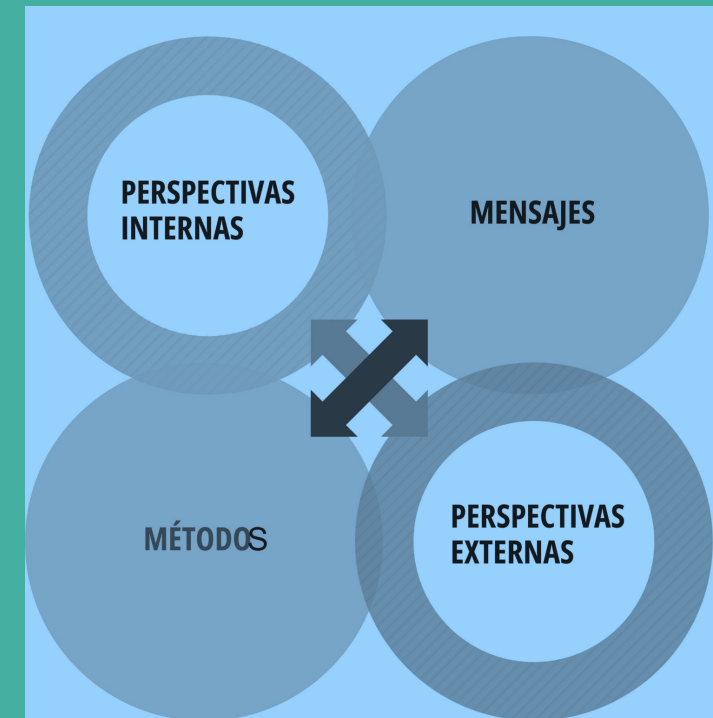


...la base de una buena respuesta a una necesidad de COMUNICACIÓN, es saber al detalle, qué ha de comunicarse para elegir el cómo de mayor pertinencia...

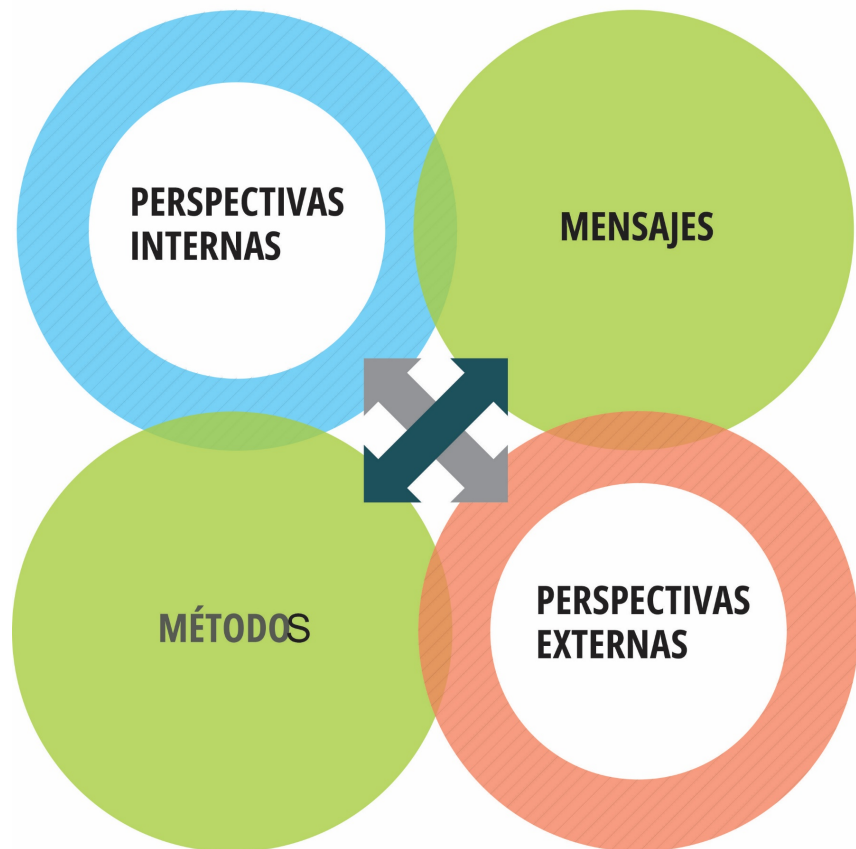


COMUNICACIÓN VISUAL

Estudiar el encargo, sumergirse en la necesidad de comunicación, pasa por trabajar de modo interdisciplinar, con las indagaciones que arroja la **AUDITORÍA DE COMUNICACIÓN**.



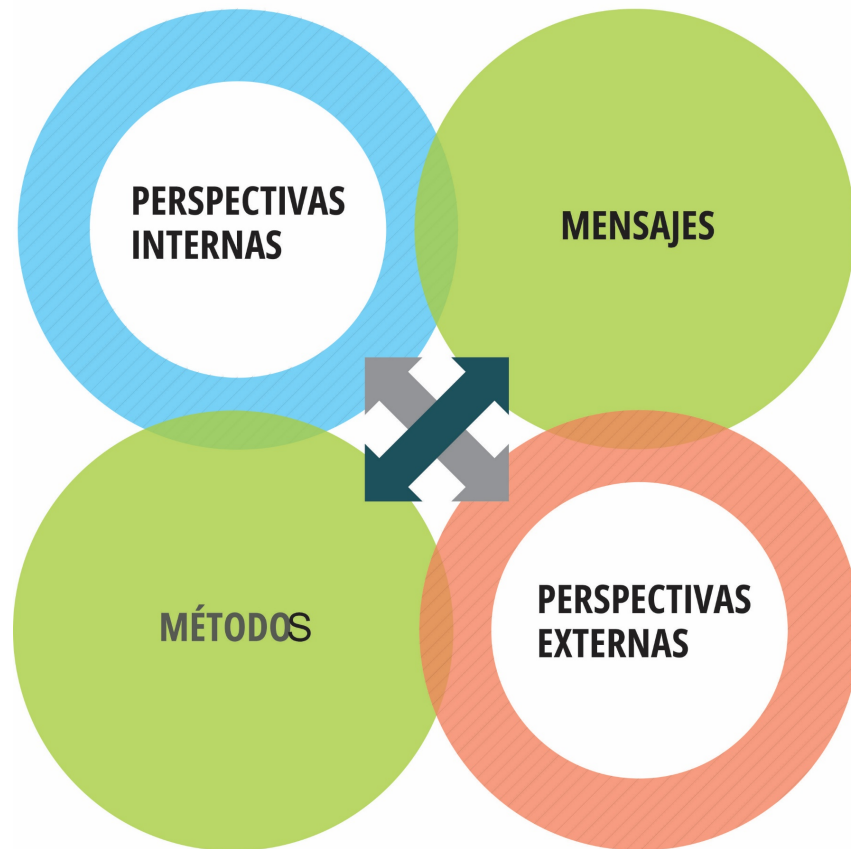
AUDITORÍA DE COMUNICACIÓN



¿QUÉ ES?

La auditoría de comunicación es la valoración de los canales que utiliza una entidad para comunicarse con los clientes los usuarios o sus propios miembros. Su fin es comprender mejor lo que cuenta una empresa de sí misma, a quién se lo cuenta y cómo lo hace.

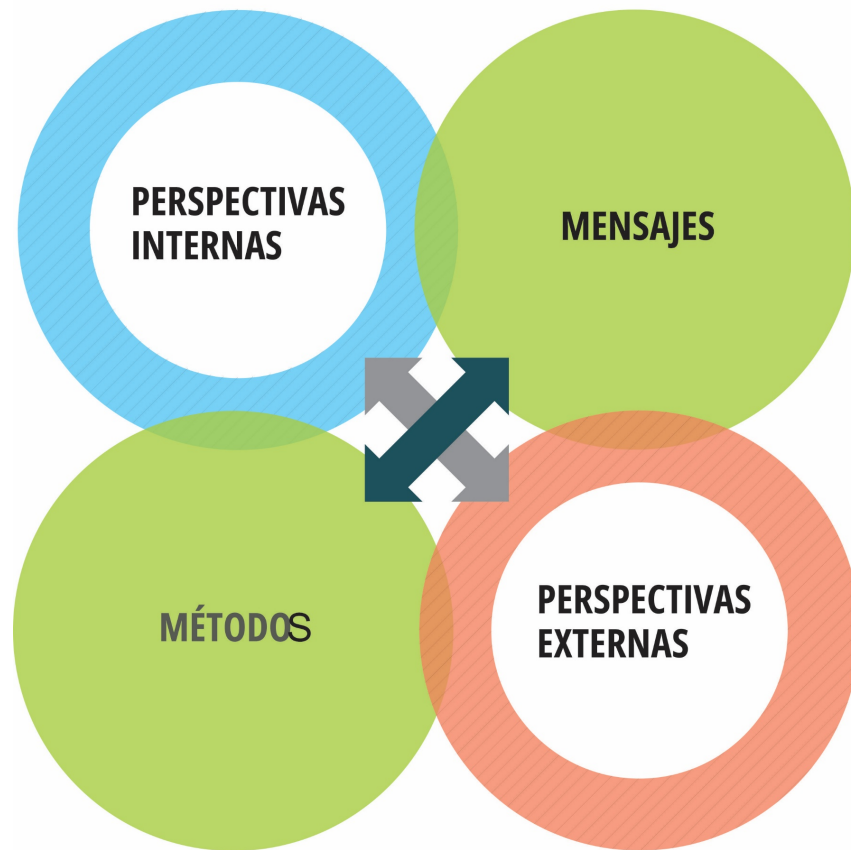
AUDITORÍA DE COMUNICACIÓN



¿QUÉ PUEDE HACER?

Describen el mensaje que una empresa aspira a proyectar y analizan cómo repercute en el público. Determinan si esos mensajes se reciben y se entienden. Abundan en la información extraída de materiales escritos, interactuando con el público a través de entrevistas, encuestas y cuestionarios. Una auditoría de comunicación puede concluir si las perspectivas internas de una empresa coinciden con las externas. Y, en caso de no ser así, dónde se produce la fractura.

AUDITORÍA DE COMUNICACIÓN

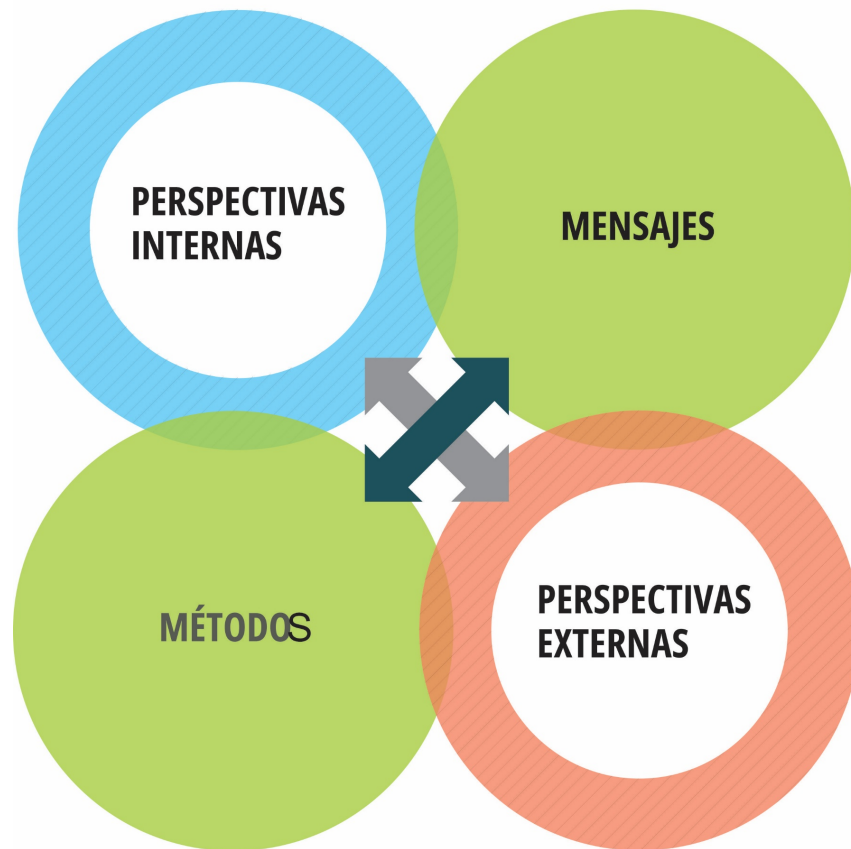


¿CÓMO SE UTILIZA?

Se utilizan para discernir si la imagen interna de una empresa coincide con la externa y para identificar las contradicciones que existan. Ello ayuda a revelar qué estrategias de comunicación actuales funcionan bien, dónde se producen las desconexiones y las oportunidades fallidas o incluso las nuevas oportunidades.

Los equipos de diseño pueden analizar los resultados de una auditoría de comunicación, buscar las lagunas y luego, proponer acciones de conjunto con los especialistas en comunicación, para subsanarlas.

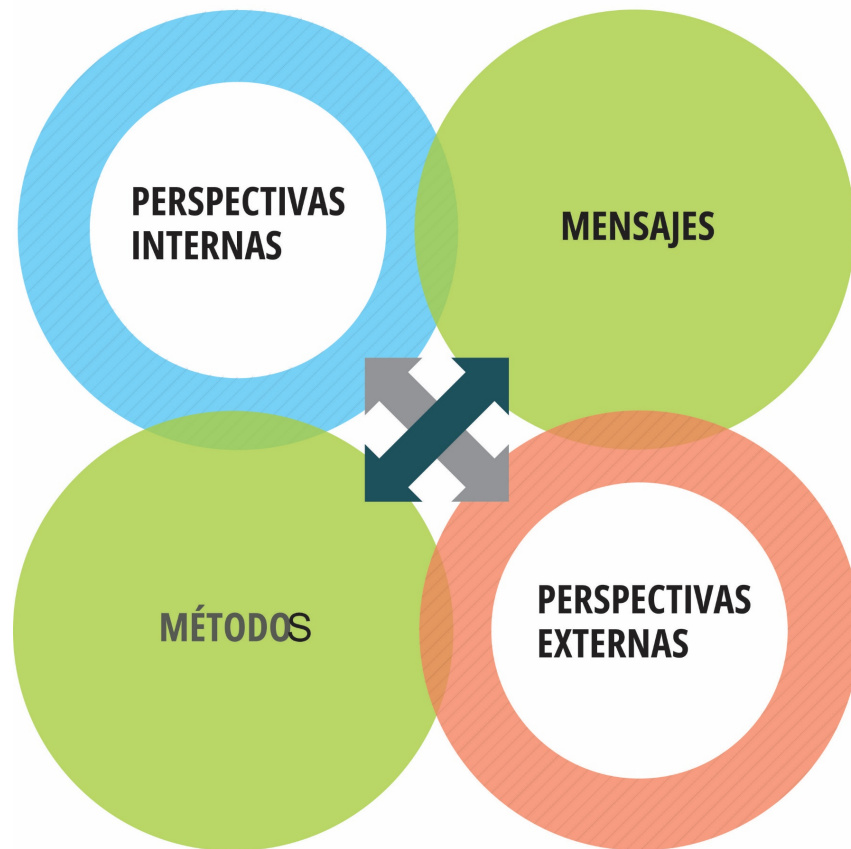
AUDITORÍA DE COMUNICACIÓN



¿CUÁNDO SE UTILIZA?

Las auditorías de comunicación deberían llevarse a cabo al comienzo del proceso de investigación para ayudar a diagnosticar los fallos que pueden tener los mensajes. Los datos que se recojan mediante este ejercicio podrán luego guiar la decisión por ejemplo de que redes sociales utilizar, así como, influir en los mensajes, su enfoque y fundamentar el argumento creativo.

AUDITORÍA DE COMUNICACIÓN



NIVEL DE DIFICULTAD O COMPLEJIDAD

Las auditorías de comunicación resultan asequibles. Por ellas, se recaba información sobre los nuevos clientes para comprender mejor su historia, su marca y su público. Complementa lo averiguado durante el análisis de material escrito. Gozar de una visión empresarial básica, contar con una experiencia de investigación secundaria, tener conocimiento sobre cómo hacer entrevistas y dominar las destrezas de comunicación interpersonal, son factores que ayudan a encauzar el diálogo y el intercambio de ideas entre cliente y diseñador.

Con tales buenas prácticas, se está en el ámbito de las certezas, de lo estratégico más que en el de las movedizas arenas de la intuición o la improvisación...

The background of the slide is a solid blue color with a pattern of white question marks of varying sizes and orientations, creating a textured, repeating effect.

LAS PREGUNTAS

...diseñamos para COMUNICAR

...comunicamos porque DISEÑAMOS

Para respondernos y sin ninguna intención de categorizar ni concluir, lo que sí es una realidad...

*...es que contamos con una LEY DE
COMUNICACIÓN SOCIAL y con una POLÍTICA
PÚBLICA DE DISEÑO de Comunicación Visual y de
Diseño Industrial.*

el DISEÑO a favor de la COMUNICACIÓN



Política de Diseño aprobada la el 18 de Mayo del 2022, por el Comité Ejecutivo del Consejo de Ministros.



CAPÍTULO VIII DEL DISEÑO DE COMUNICACIÓN VISUAL E INDUSTRIAL

Artículo 68. El diseño de comunicación visual e industrial como actividad profesional:

- a) Actúa en todos los ámbitos de la comunicación social;
- b) es expresión de la cultura, la historia y los valores de la nación c) aporta al posicionamiento de ideas y símbolos;
- d) impacta en la prosperidad individual y colectiva, y en el desarrollo político, económico, social y cultural del país; y
- e) resulta un componente imprescindible de la calidad y promoción de productos y servicios competitivos, portadores de identidad, para su inserción en el mercado interno y externo.

Artículo 69. Para el ejercicio del diseño se requiere la inscripción obligatoria del profesional en el registro oficial correspondiente.

Artículo 70. Las regulaciones para el desempeño del diseño de comunicación visual e industrial se establecen en las disposiciones normativas sobre el tema

...entendiendo que ambas son herramientas rectoras de dos de las actividades profesionales RESPONSABLES del pensamiento y accionar estratégico e integrado, para comunicar las dinámicas socio políticas y económicas de nuestro modelo de sociedad, debemos andar como gemelos , la COMUNICACIÓN y el DISEÑO

porque



El punto de partida de todo **Diseño** es la decisión de qué hacer, para identificar y definir un problema hay que ser más creativo que para resolverlo.

DrCs, Peña, S.L, Conferencia magistral. "Diseño conciencia".
FORMA 2017

...misma tarea tenemos

Comunicadores y diseñadores

Para defender todo lo que debemos y tenemos que proteger, para que nuestra VERDAD jamás lo sea a media, para la soberanía que precisamos, para los desarrollos que nadie vendrá a hacer por nosotros...COMUNICAR y hacerlo bien, es URGENTE. HAGAMOS QUE SEA.

con el diseño a FAVOR



...muchas gracias

DI. Gisela Herrero García
Jefa Oficina Nacional de Diseño(ONDi).
gisela@ondi.cu (+53) 52861763

ONDi OFICINA
NACIONAL
DE DISEÑO

MINISTERIO
DE INDUSTRIAS

 **Cuba**