



UNIVERSIDAD
SAN IGNACIO
DE LOYOLA



ARTE Y
DISEÑO
EMPRESARIAL

Zoo!

INVESTIGACIÓN Y DISEÑO

Editor

Mtro. Rafael Vivanco

Comité Editorial

Mtra. Guillermina Ávalos

Mtra. Lilian Carranza

Mtra. Sandra Tineo

Lic. Ruperto Pérez Alvela

Fotografías

Laura Wisst / carátula, página 2 y contra carátula

Artículos

Lic. Erika Fierro

Lic. Antonella Magagna

Lic. Dennisse Hong

Lic. Enrique Vargas

Lic. Nathaly Valenzuela

Lic. Stefany Loconi

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional
del Perú N° 2012-06308
ISSN 2227-989X

Universidad San Ignacio de Loyola
Av. La Fontana 550, La Molina. Lima, Perú
T. 317 1000 Anexo 3251



Un diseñador fuera de la caja

Mg. Rafael Vivanco
Director
Arte y Diseño Empresarial

Hoy en día ser diseñador es ser un comunicador visual que debe dominar las técnicas de investigación, pero ojo que hablamos de una profesional que utiliza herramientas de otras ciencias para poder tener los recursos argumentativos pertinentes que le permitan sostener su propuesta de diseño. El trabajo de campo, construcción del campo, reconocimiento de los actores y búsqueda de autores y referentes confiables son actividades que hacen la diferencia en un diseñador profesional, que ha ganado nuevos espacios en donde pone en práctica sus conocimientos adquiridos. Todo esto sumado con la habilidad de poder analizar y tamizar la información recolectada para poder hacer el primer paso esencial que da inicio a todo diseño: conceptualizar. Un proceso que no es juego ni una acción a la ligera es la vida misma del diseño.

El diseñador de hoy está fuera de la caja y va por más, es un profesional de la comunicación conocedor de su entorno y cultura, disciplinado, ordenado pero por sobre todas las cosas identificado con los problemas que aquejan a su sociedad. Sabe investigar y leer lo que le permite ser creativo e innovador. Cualquiera puede ser diseñador pero no un comunicador visual que entiende el diseño como una disciplina holística capaz de solucionar problemas de diversa índole, eso solo lo hace un diseñador formado con la filosofía de DISEÑO AGENTE DE CAMBIO aportando al joven estudiante un conocimiento real del cliente y público objetivo desde una mirada antropológica y social que debe de aprender desde el primer año de formación, siendo capaz de diseñar para un público real sin estereotipos ni modelos foráneos

Definitivamente se debe de investigar para diseñar, y ojo que no es buscar solo superficialmente algunos temas relacionados al proyecto que se trabaje es buscar fuentes y autores confiables, hacer trabajo de campo. Debe de amar y respetar la carrera no con retórica populista o barata sino con hechos y acciones que permitan educar al mercado quien es finalmente el que necesita de este comunicador visual integral, holístico, formado con todas las herramientas del diseño pero con las habilidades interdisciplinarias necesarias.

Ahora las áreas o campos en donde puede desenvolverse este diseñador son muy amplias. Su campo de acción va más allá de la agencia publicitaria, es capaz hoy de dirigir un departamento de diseño pero con una mirada más amplia que la visión tradicional del diseño de solo hacer folletos, diagramaciones o logotipos. Este diseñador es capaz de dirigir un área o dirección de comunicación, lidera y gestiona proyectos de corte social involucrando al diseño cómo herramienta de búsqueda de soluciones. Trabaja en los departamentos de imagen y estrategia visual en el sector retail. Puede desenvolverse en diversos sectores estatales como ministerios o gobiernos regionales solucionando los problemas de comunicación de diversas políticas estatales o iniciativas que necesitan ser comunicadas de la manera más efectiva. Es un profesional que con la mirada del diseño ve el mundo más optimista.