

PROYECTO DE GRADUACION
Trabajo Final de Grado

Asociación Venezolana de Diseño Gráfico
Difusión y desarrollo de la profesión

Samantha Jeniree Rivera Uzcátegui
Cuerpo B del PG
14 de Diciembre del 2012
Licenciatura en Diseño
Proyecto Profesional
Nuevas tecnologías

Agradecimientos

Agradezco primero a Dios por las bendiciones que pone en mi camino día a día y por no permitir nunca que me aleje de Él.

A mi familia por su apoyo incondicional en todo momento, a mi madre por enseñarme que cuando se persigue lo que se ama, siempre hay una razón para seguir adelante; a mi padre por ser un ejemplo de lucha, perseverancia y humildad; a mi hermano por estar siempre ahí, con las palabras exactas en el momento exacto.

A mis compañeras de departamento, que son más que amigas, son mis hermanas, las que están y las que se fueron, quienes me apoyaron y soportaron en todo éste trayecto, sin ellas no lo hubiese logrado.

A Buenos Aires, el mate y a toda su gente, por darme la oportunidad de vivir esta experiencia y cumplir una meta de vida.

Y a todos aquellos que con pequeños detalles, me alentaron a seguir adelante y perseverar.

Índice

Introducción	1
Capítulo 1. Diseño gráfico en Venezuela	12
1.1. Situación actual	12
1.1.1. En la educación	12
1.1.2. En la profesión	20
1.2. En la difusión	22
1.3. Dificultades	25
1.4. Conclusiones preliminares	26
Capítulo 2: Medios digitales y su comunicación	28
2.1. La era de la información.....	28
2.1.1. Inteligencia colectiva	30
2.1.2. Ciudadano digital	32
2.2. Venezuela en la era de la información	35
2.3. La Tecnología, la Cultura y el Diseño.....	38
2.4. La era de la información y el Diseño gráfico en Venezuela.	39
Capítulo 3: Asociaciones de Diseño gráfico en la red.	41
3.1. Asociaciones.....	41
3.2. Asociaciones de Diseño gráfico a nivel mundial.....	42
3.2.1. International Council of Communication Graphic Design (ICOGRADA)	42

3.2.2. The Professional Association for Design (AIGA).....	44
3.2.3. Graphic Design of Canada (GDC).....	45
3.2.4. The Australian Graphic Design Association (AGDA).....	46
3.2.5. Alliance Graphique Internationale (AGI).....	47
3.2.6. The Bureau of European Design Associations (BEDA),	48
3.2.7. La Asociación Española de Profesionales de Diseño (AEPD),.....	49
3.2.8. Diseñadores de Madrid (DIMAD)	49
3.3. En Latinoamérica.....	50
3.3.1. La Asociación Latinoamericana de Diseño (ALADI).....	51
3.3.2. Asociación de Diseñadores Gráficos de Colombia (ADGCO).....	52
3.3.3. Centro Metropolitano de Diseño (CMD)	53
3.3.4. Red Argentina de carreras de Diseño en universidades nacionales (DiSUR).....	54
3.3.5. Asociación de Diseñadores en Comunicación Visual de la provincia de Buenos Aires (ADCVBA)	55
3.3.6. Unión de Diseñadores gráficos de Buenos Aires (UDGBA).....	55
3.3.7. Colegio de Diseñadores de Chile (CDC).....	56
3.4: Conclusiones preliminares.....	56
Capítulo 4: Asociación Venezolana de Diseñadores Gráficos (AVDG).....	58
4.1. Justificación	58
4.2. ¿Qué es la AVDG?	59

4.3. ¿Cuáles son sus estrategias?	61
4.4. Actividades	62
4.5. Estatutos.....	62
4.5.1. Capítulo I y II.....	63
4.5.2. Capítulo III	63
4.5.3. Capítulo V:	64
4.5.4. Capítulo IV, VI, VII y VIII	65
4.6. Código de Ética	65
4.7. Beneficios para los Miembros	66
4.8. Usuarios de la Web.....	66
Capítulo 5: Marca de la AVDG.....	68
5.1. Marca.....	68
5.2. Clasificación de las Marcas.....	69
5.2.1. Marcas Tipográficas.....	69
5.2.2. Marcas Icónicas.....	69
5.2.3. Marcas Geométricas.....	70
5.2.4. Marcas Casuales	70
5.3. Criterios de una Marca diseñada	70
5.3.1. Partido Conceptual	71
5.3.2. Partido Gráfico.....	71

5.3.3. Requerimientos Operativos.....	71
5.4. La Marca de la AVDG	72
5.4.1. Tipografía.....	74
5.4.2. Imagen visual I.....	75
5.4.3. Imagen visual II.....	76
5.4.4. Resultado.....	77
5.4.5. Color.....	77
5.5. Manual de Normas de Uso	78
5.5.1. Normas de construcción	79
5.5.2. Normas de aplicación.....	79
Capítulo 6: La AVDG en la Web.	81
6.1. Propósitos y objetivos	81
6.2. Identidad.....	83
6.3 Interfaz Gráfica del Usuario y Usabilidad	83
6.4. Maquetación y Diseño.....	86
6.4.1. Estructura	87
6.4.2. Retícula base.....	88
6.4.3. Retícula de composición	89
6.4.4. Tipografía.....	90
6.5. Diseño	91

Conclusiones93

Referencias bibliográficas

Bibliografía

Índice de figuras

Figura 1	74
Figura 2	75
Figura 3	76
Figura 4	76
Figura 5	77
Figura 6	77
Figura 7	78
Figura 8	87

Introducción

El presente Proyecto de Grado, se encuentra dentro de la categoría de Proyecto Profesional y sigue la línea temática de Nuevas tecnologías.

Parte de la hipótesis de que la conformación de una asociación de Diseño gráfico en Venezuela, que actúe como vínculo entre los diseñadores del país, aporta a la difusión y desarrollo de la disciplina. Por ello se propone la formación de una asociación la cual se denominará Asociación Venezolana de Diseñadores Gráficos (AVDG); entre cuyos proyectos principales se destaque la estructuración y diseño de una página Web, como método comunicativo entre los miembros de la Asociación y los interesados en el Diseño venezolano, y medio de difusión en el país y el mundo.

Como objetivos específicos se examinarán los medios de comunicación actuales a nivel mundial y el impacto del Internet en la sociedad; se analizarán los aportes positivos que genera la presencia de asociaciones de Diseño en la Web y el impacto que causan en la comunidad de diseñadores; se plantearán las posibles causas y consecuencias de la ausencia de una asociación de diseñadores en el país, así como los aspectos positivos que generaría su conformación. Y como objetivo general se definirá la identidad de la AVDG, se creará la marca diseñada y la página Web.

El tema se considera pertinente ya que relaciona directamente con el campo académico de la autora de éste Proyecto de Grado, el Diseño gráfico; aporta al desarrollo de la profesión en Venezuela y representa como se adapta a los cambios impuestos por las nuevas tecnologías.

El Diseño gráfico en Latinoamérica, comienza a desarrollarse como profesión a mediados del siglo XIX, gracias a los diseñadores que se dedicaron a promover este trabajo en el campo de la comunicación, como Cornelis Zitman, Nedo Mion y Gerd Leufert, en el caso de Venezuela. (Fernández y Bonsiepe, 2008)

El tiempo que tiene el Diseño gráfico en Latinoamérica, ha acompañado los diferentes períodos de cambio social, político y económico a los que se somete cada región y los cambios culturales que éstos producen. Hoy el Diseño ha alcanzado una posición prominente en la sociedad, que es vital para el desarrollo social, económico y cultura de cada país.

El 12 de Noviembre de 1980, los gremios de diseñadores en los países con mayor desarrollo en el tema de Diseño, se agruparon para interrelacionar su trabajo y fomentar su comunicación, como resultado se fundó la Asociación Latinoamericana de Diseño (ALADI). Por medio de ésta asociación se llevaron a cabo congresos y conferencias en Colombia, Cuba y Brasil. En 1989 la Organización de las Naciones (ONU) acepta el ingreso de la ALADI como representante oficial de los diseñadores de la región y lo autoriza como órgano consultor en la disciplina.

La historia del Diseño en Venezuela, parte de los estudios realizados por la Licenciada en Comunicación Social y Arte Elina Pérez, única investigadora del Diseño venezolano, quien trabajó en el Centro de Arte la Estancia y su tesis de grado se tituló *La promoción del diseño industrial en Venezuela a través de una institución cultural: Centro de Arte La Estancia*, por medio de la cual evalúa el desarrollo del Diseño industrial en el país.

Venezuela participó desde 1990 en actividades organizadas por ALADI y en 1990 formó su propio comité nacional ALADI - Venezuela. Hasta 2002 se registra participación de este comité (Fernández y Bonsiepe, ob. cit). Actualmente ALADI, según lo observado en la página Web oficial de la Asociación, no presenta actualizaciones desde el 2009.

El recorrido del Diseño gráfico en Venezuela, contrastado con el de Latinoamérica, ha sido más lento. Comienza con la aparición de la imprenta a mediados del siglo XIX, acompañada por el primer diario; esto impulsa a los artistas plásticos a ser los primeros en ejercer ésta profesión, con conocimientos adquiridos en la Academia de Bellas Artes de Caracas se convierten en autodidactas del Diseño gráfico. (Como se cita en

Fernández y Bonsiepe, ob.cit)

La primera institución formal de enseñanza del Diseño gráfico, como carrera profesional de Venezuela y Sur América es el Instituto de Diseño Neumann, fundado en 1964; y su primera promoción egresó en 1968. Los nuevos profesionales no encontraron un espacio en el que pudieran contribuir directamente con el desarrollo del país, razón por la cual la institución recibió críticas de, formar creativos ajenos al contexto social, ya que el Gobierno Nacional consideraba que la profesión no aportaba de ninguna manera al progreso del país; esta percepción aún se hace presente en algunos sectores del país.

Venezuela se encontraba en una década de crisis económica y cambios políticos, por lo que los diseñadores comenzaron a involucrarse con la propaganda de distintos partidos políticos. El 18 de febrero de 1983, el país atravesó por el llamado Viernes Negro, día en que se anunció la devaluación de la moneda nacional.

En consecuencia, el Gobierno impuso el control de cambio, dificultando la importación de productos al país; las empresas se vieron obligadas a impulsar el talento nacional, desde el diseño de los empaques hasta la producción musical. Se inició un proceso de renovación gráfica, los diarios y revistas actualizaron su imagen gráfica y esto impulsó una fuerte presencia del Diseño gráfico e industrial en el país.

El progreso de la profesión, aportó a la inclusión de la figura del diseñador gráfico en nómina, siendo esto uno de los primeros hechos que aportaron a la formalización y difusión de la profesión ante la sociedad venezolana. Los diseñadores de la época coinciden en señalar que los proyectos de identidad corporativa, y particularmente el diseño de marcas, mantuvieron el impulso que traían desde la mitad de la década anterior (Fernández y Bonsiepe, ob. cit).

El avance y el desarrollo que el Diseño despliega en esta época, provocó la fundación de instituciones dedicadas a su enseñanza y la preparación de diseñadores capacitados

para satisfacer la demanda que surgió en el mercado. Sin embargo estas instituciones no fueron reconocidas por el Ministerio del Poder Popular para la Educación Universitaria (MPPEU), debido a que el contenido programático de la carrera no cumple con los requisitos establecidos por la entidad.

En 1989, se desencadenó un cambio social que dio inicio a la crisis política de los próximos diez años del país. En diciembre, se celebró la primera elección de gobernadores, lo que otorgó autonomía administrativa a los Estados, dando comienzo al proceso de descentralización, que más adelante influirá en la expansión de las instituciones de Diseño a lo largo del país.

La incorporación de la computadora personal como herramienta de trabajo, impactó directamente en el ejercicio de la actividad del Diseño. Sumándose a la computadora personal, se une Internet, desarrollando un avance significativo para la profesión y la expansión sobre el territorio nacional. A principios de la década de los 90, se forman escuelas de Diseño en algunas de las Universidades más importantes del país, que serán mencionadas posteriormente; la oferta educativa se orientó a la comunicación visual y como principal aporte, egresan diseñadores con un título universitario que es reconocido por el MPPEU.

En 1992 se fundó en la Capital del país, el Museo de la Estampa y del Diseño Carlos Cruz-Diez, con el objetivo de difundir y divulgar obras de Diseño gráfico, industrial y la estampa. En 1995, se funda el Centro de Arte La Estancia, bajo la supervisión y organización de Petróleos de Venezuela S.A (PDVSA); ésta es la primera institución venezolana dedicada a la promoción del Diseño industrial, gráfico y la fotografía; a través de exposiciones, organización de eventos y encuentros de relevancia para el área del Diseño; también apoyó iniciativas que se llevaron a cabo en el interior del país y las actividades realizados por la ALADI.

En el 2003 cerró el Centro de Arte La estancia y su personal fue despedido tras el paro

petrolero que se inició en diciembre del 2002. En el 2003 la Nueva PDVSA y el Gobierno Bolivariano retoman el centro bajo el nombre de PDVSA La estancia, con el propósito de mejorar la calidad de vida de los venezolanos y apoyar los proyectos de desarrollo social por medio de tres ejes de acción: social, cultural y patrimonial; dejando a un lado el propósito original del centro y en consecuencia el Diseño. El Museo de la Estampa y del Diseño Carlos Cruz-Diez mantiene su misión, pero el presupuesto limita su actividad.

En el 2004 el diseñador gráfico Juan Carlos Darías, fundador y director del Instituto de Diseño Darías (IDD), fundó en la Galería Venezolana de Diseño (GAVEDI), como un espacio único donde se unen la historia y el Diseño. Cumple con el objetivo de proporcionar una referencia histórica del Diseño gráfico como punto de comparación para las nuevas generaciones de diseñadores; así como un espacio que aporte a su difusión.

En la GAVEDI, se encuentra una exhibición permanente de la colección de Diseño gráfico, la cual recopila siete décadas de su historia. A su vez anualmente se realizan cuatro exposiciones, visitas guiadas, congresos y talleres. El fundador comenta en una entrevista realizada por el Correo del Orinoco, que espacios como la GAVEDI ayudan a dignificar la profesión gracias al trabajo de proyección del Diseño venezolano. (Gómez, 2010)

Sin embargo la presencia en la Web de GAVEDI, se limita a un blog, en el cual se publican las exposiciones que se llevan a cabo en la galería y algunos temas relacionados con el Diseño gráfico venezolano, que puedan resultar de interés. Así como este espacio, existen otros, que a pesar de no dedicarse específicamente al Diseño gráfico aportan a la profesión; sin embargo, solo se limitan a la difusión por medio de la exhibición de obras y no trascienden.

Venezuela nunca ha tenido un programa de Gobierno que promueva el Diseño. Sin embargo el Gobierno actual de Hugo Chávez, ha usado notablemente el Diseño gráfico como método de propaganda, bajo las líneas impuestas por el Ministerio del Poder

Popular de Información y Comunicación (MPPIC).

En el 2008 el MPPIC, en colaboración con el Ministerio del Poder Popular de la Ciencia y Tecnología (MPPCT) y el Museo de la Estampa y del Diseño Carlos Cruz-Diez, desarrollaron con tres debates y una exhibición, el proyecto “Diseño para que la gente viva mejor” con el fin de fortalecer el área de Diseño industrial del país.

En este Proyecto surgió una visión compartida entre los diseñadores participantes de que, el Diseño en Venezuela puede ser integrado de dos maneras: como un elemento de transformación social y como la dirección del crecimiento sustentable del país (Fernández y Bonsiepe ob. cit). El Proyecto concluyó cuando el MPPIC cambió de personal en 2009 y no se continuó. Sin embargo, ese mismo año se publicó el libro *Diseño para todos*, por George Dunia y Leonel Vera (2009), editado por el MPPCT, que contiene una recopilación y muestra del trayecto del Diseño integral, arquitectura, diseño industrial y gráfico en Venezuela.

Ésta publicación es el primer aporte de un Ministerio Nacional al área del Diseño, además es la primera vez que se edita una publicación de esta índole; esto es un avance y una aproximación del Estado y el Diseño. Esto impactaría positivamente en la percepción del Diseño en la sociedad y al desarrollo de la comunidad de diseñadores, implantando en los venezolanos una cultura de Diseño. Como se observa en la publicación de Dunia y Vera:

Ha sido constante la invisibilidad del tema del diseño en nuestra sociedad. Por tal motivo, estamos llamados a sensibilizar al público sobre la conveniencia de incorporarlo a nuestra vida cotidiana, con la convicción de que este debe acompañar a cualquier proceso de creación desde sus inicios y en todas sus fases. La aplicación del diseño genera innumerables ventajas en cuanto a economía, ecología y calidad, que pueden dar paso a condiciones que favorezcan el bienestar de todos (ob. cit, p.1).

A partir del 2006 comienzan a surgir tiendas de Diseño; integrando marcas personales de diseñadores independientes venezolanos, en la mayoría predominan piezas de indumentaria y joyería. Estas tiendas causaron impacto en la comunidad de diseñadores, desarrollando y fomentando a la expansión de marcas de diseñadores; quienes tras crear sus productos, buscan la inserción en el mercado informal.

Debido a la situación política del país y los conflictos para importar productos, se comenzó a desarrollar un interés en la producción nacional. Como sucedió durante la crisis del Viernes Negro en los 80, la producción nacional es más beneficiosa para la economía del país, que importar productos del extranjero; en consecuencia se recurre a fomentar el talento nacional.

Surge una expansión notable de diseñadores independientes como emprendedores, estableciendo sus propias marcas, diseñando sus productos y buscando un espacio en el mercado. Para la venta de sus productos, recurren principalmente a tiendas de Diseño, venta personal, bazares o por medio de la Web. Son los mismos diseñadores, con el apoyo de empresas privadas e instituciones culturales, quienes a partir de la búsqueda de oportunidades para vender sus productos; comienzan a organizar las primeras ferias de Diseño del país, como espacios para la promoción del trabajo de los diseñadores y la difusión del Diseño en todas sus áreas.

La recepción positiva del público y los diseñadores, impulsó rápidamente al crecimiento de las mencionadas ferias, no sólo en la Capital, sino en el resto del país. A pesar del impacto que se ha creado, el Estado no forma parte de éste tipo de iniciativas, un ejemplo de cómo podría colaborar y fomentar éste tipo de eventos, es la gestión del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires al apoyar y promover actividades relacionadas con el Diseño.

En Venezuela, existen registros en la Web de la existencia de asociaciones de Diseño, como la Asociación de Diseño Gráfico de Venezuela (ADGV), cuya organización se desempeñaba en las instalaciones de La Universidad del Zulia (LUZ); la Asociación

Venezolana de Diseño (AVD), fundada en el 2007 en la GAVEDI por el mismo Juan Carlos Darias; y un comité nacional de la Asociación Latinoamericana de Diseño (ALADI) creada gracias a la participación del Centro de Arte la Estancia.

En la actualidad no hay registros de que las asociaciones, mencionadas anteriormente, se encuentren en funcionamiento. Por lo tanto, no existe una entidad en actividad que se encargue de reunir, comunicar e informar a la comunidad de diseñadores, fomentando el crecimiento, difusión y desarrollo del Diseño gráfico venezolano. Lo más próximo a esto son agencias, colectivos y empresas de Diseño, cuya actividad se enfoca en el asesoramiento, organización y proceso de congresos y talleres de Diseño.

A pesar del desfasaje tecnológico que pueda presentar América Latina, debido al retraso económico, se podría decir que el desarrollo en cuanto al uso de la red se encuentra en una posición igual o próxima a la de los países más avanzados, debido a la fuerte presencia de usuarios en redes sociales y que recurren al Internet como un medio de comunicación e información.

En Venezuela en 2010, ocurrió un fenómeno que se produjo gracias a la red social *Twitter*, debido a la capacidad de movilidad que se creó por medio de ésta red al difundirse un *hashtag* o etiqueta llamada *freevenezuela*, como un medio de expresión social, por medio del cual los usuarios comparten diariamente fotos y videos de la situación social actual de Venezuela; convirtiéndose en una de las más visitadas en la red del *microblogging* a nivel mundial. Se propagaron más de 10 mil mensajes en poco menos de una hora, según estadísticas proporcionadas por William Echeverría, presidente del Colegio Nacional de Periodistas (Ivoskus, 2010).

Esto marcó un antes y un después, en la ahora denominada Política 2.0 del país. Esto demuestra que la sociedad venezolana, como el resto del mundo, se suma a la adaptación de la tecnología y a la red 2.0.

El recorrido al que se ha sometido el usuario desde la invención del Internet, en 1985, hasta la actualidad, trajo como consecuencia nuevas necesidades. Los usuarios pueden interactuar con la Web de una forma que nunca se había conocido y ha influido en el estilo de vida de los individuos, desde la forma en que se comunican con los demás, hasta el desarrollo de la habilidad de adaptarse rápidamente a los cambios tecnológicos a los que se expone constantemente.

Un estudio llevado a cabo por la agencia de publicidad y medios Universal McCann en 2008, afirma que la voz de los usuarios en la Web, impacta los medios de comunicación de masas. Esto implica un cambio en el modo en el que se comparten las opiniones, y la influencia que solía ser en grupos privados, es ahora compartida a nivel mundial. Este medio permite que el usuario viva una experiencia inclusiva, interactiva y comunitaria, impulsada por la información digital que suele ser formada en colaboración de otros usuarios. (Como se cita en Alonso y Arébalos, 2011).

El Diseño gráfico en Venezuela que se encuentra la Web, ésta principalmente en los mencionados blogs, que a pesar de estar constantemente actualizando sus contenidos y publicando noticias y artículos relacionadas, no han causado gran impacto en la comunidad de diseñadores; debido a que los usuarios no tienen acceso a ellos, por desconocimiento de su existencia.

Una de las razones del desconocimiento de los usuarios es que los blogs referidos, no figuran entre los resultados más notables de los buscadores de Internet, debido a las escasas visitas o, en su defecto, porque no están hechos de la manera correcta para que sean encontrados fácilmente, además de no tener una promoción adecuada que abarque a toda la comunidad de diseñadores.

No existe un organismo que se encargue de la difusión de todos éstos sitios dentro de la Web, al igual que los espacios culturales, congresos, talleres y eventos de Diseño gráfico en el país; no se organizan para ser divulgados masivamente, por lo tanto, su éxito se

limita a la región en la que se desempeñan.

Partiendo de la observación de la escasa presencia del Diseño gráfico en la Web y de la influencia del Internet en las comunidades *online*; se propone que la AVDG, ofrezca un sitio Web cuya estructura se base en un sistema de recopilación de información y temas de interés relacionados con el Diseño gráfico venezolano en el país y el mundo; y a su vez se desenvuelva como reportero y propagador de los proyectos de la Asociación.

Se pretende con esta página Web, difundir el Diseño gráfico venezolano en el país y el resto del mundo. Con el objetivo unir la comunidad de diseñadores, establecer una red de comunicación e intercambio de ideas entre los diseñadores que fomente y desarrolle la cultura de Diseño. Como dice Martín Groisman “La instauración definitiva del imperio de la comunicación visual obliga una reformulación permanente de los conceptos que intentan explicar los mecanismos de transmisión cultural” (2007, p. 91) y Van Perborgh plantea que “Los cambios que promueve la web 2.0 y que lidera la generación digital involucran también a la ciudadanía y la forma en que las personas se movilizan para actuar de manera colectiva.” (2010, p.33).

Son muchos los que se han dedicado y se dedican en la actualidad al estudio del impacto de las nuevas tecnologías en la sociedad y los fenómenos que de ellos se generan. En este Proyecto de Grado los estudios de Pierre Lévy, sociólogo reconocido mundialmente por sus estudios basados en la inteligencia colectiva y sociedades basadas en el conocimiento; Manuel Castells, sociólogo especialista en las ciencias sociales y las Tecnologías de la Información y Comunicación; y Daniel Bell, sociólogo conocido por sus opiniones acerca del impacto del capitalismo; son los que tendrán mayor relevancia, otros autores formarán parte como complemento o como respaldo de alguna información.

El sociólogo Lévy (2004) asegura que la Web perfecciona y aumenta la inteligencia colectiva, la que define como un proceso de crecimiento, diferenciación y reactivación mutua de las inteligencias singulares, lo que permite una comunicación de tipo

transversal u horizontal. Las empresas, administraciones públicas, ONG's, asociaciones y las redes se manejan mejor con este método.

La AVDG proporcionará a la comunidad de diseñadores, opciones de crecimiento profesional, que impactarán en el desarrollo de la cultura de Diseño del país. Y a su vez la página Web, ofrecerá elementos que permitirán el acceso a los más recientes acontecimientos del Diseño gráfico venezolano.

El Proyecto de Grado se distribuye en seis capítulos, los cuales han sido desarrollados siguiendo la metodología de recolección de datos y hechos observacionales. En el primero se detallará la situación actual de los diseñadores gráficos dentro del contexto educativo, profesional y los medios en los cuales se difunde; se determinarán las dificultades a las que se enfrenta la disciplina y se propondrán posibles soluciones.

En el capítulo dos, se desarrollará el impacto que han causado los nuevos medios de comunicación y el intercambio de información en la sociedad. Se estudiará el impacto en Venezuela y como éstos cambios se han reflejado en la sociedad venezolana. Por medio de una recopilación de las asociaciones de Diseño en el mundo, con presencia en la Web y que contribuyen con su difusión, en el tercer capítulo, se describirán, contrastarán y examinarán los métodos de difusión y factores en común entre cada una de ellas, determinando cual puede ser el patrón a seguir para el desarrollo de la AVDG.

En el cuarto capítulo es de carácter técnico, se justificará la conformación de la AVDG y se establecerán sus objetivos, estrategias, actividades, estatutos y código de ética; y se determinarán los beneficios de sus miembros. En el capítulo 5, se presentará la Marca diseñada de la Asociación y se explicará su proceso de creación. Y en el último capítulo se desarrollará la estructura y Diseño de la página Web de la AVDG.

Capítulo 1. Diseño gráfico en Venezuela

El Diseño gráfico se ha practicado en Venezuela como profesión desde hace cuatro décadas, sin embargo aún no se ha establecido como una disciplina que sea valorada por la sociedad venezolana. En éste capítulo se describirá el contexto dentro del que se desenvuelve el Diseño de Venezuela, se establecerán los obstáculos y dificultades ante las cuales se enfrenta, y se propondrán posibles soluciones.

1.1. Situación actual

Para poder apreciar de manera más clara la situación actual del Diseño en el país, se describirá de manera detallada su posición en la educación, su desempeño como profesión y difusión.

1.1.1. En la educación

Para analizar el desarrollo de la disciplina del Diseño, es fundamental conocer los métodos de formación académica de quienes ejercen la profesión. Señala Jorge Frascara (2004) que "El diseñador como identificador de problemas, como solucionador de problemas y como activo coordinador de equipos multidisciplinarios dedicados a mejorar el bienestar de la gente necesita un programa educacional ambicioso." (p. 25).

Con la inauguración del Instituto de Diseño en 1964, se inició el proceso de inserción de la formación académica del Diseñador gráfico en Venezuela. A este le siguieron instituciones que anexaron otras áreas de la disciplina del Diseño, como el industrial. A pesar de que ninguna de estas instituciones se conserve en la actualidad, impactaron directamente en los métodos la enseñanza del Diseño.

En el sector de la Educación Superior y Universitaria, regido bajo el Ministerio Popular Para la Educación Universitaria (MPPEU), las oportunidades de estudio que se ofrecen en el área del Diseño son reducidas. El Diseño gráfico, industrial, integral, indumentaria y

joyas son las únicas carreras que se ofrecen en instituciones que son reconocidas por el Ministerio; dejando a un lado otras áreas del Diseño presentes en el campo laboral del país, como el Diseño de interiores o la ilustración.

El *Libro de Oportunidades de Estudio en las Instituciones de Educación Universitaria*, proporcionando por el portal en Internet del MPPUE, indica que las oportunidades de estudio del Diseño gráfico como licenciatura, se ofrece sólo en cuatro universidades del país: La Universidad del Zulia (LUZ), Universidad de Los Andes (ULA), Universidad privada Rafael Bellosillo Chacín (URBE) y Universidad José María Vargas (UJMV).

Y como carrera terciaria, en cinco institutos técnicos universitarios: Instituto Universitario de las Mercedes, Instituto Universitario de Tecnología Antonio José de Sucre, Instituto Universitario de Tecnología Industrial Rodolfo Loero Arismendi, Instituto Universitario de Tecnología Pascal, Instituto Universitario de Tecnología READIC; y en dos de las universidades mencionadas anteriormente la UJMV y URBE.

El sistema de ingreso a estas universidades es por medio de la selección aleatoria, determinada por el Sistema Nacional de Ingreso (SNI) de la Oficina de Planificación del Sector Universitario (OPSU), por medio del curso propedéutico o aprobación de la Prueba Interna de Admisión (PINA) de cada casa de estudios.

El Diseño gráfico comenzó a figurar por primera vez entre las oportunidades de estudio ofrecidas por el MPPEU, en la ULA en 1996. Esta es una Universidad Nacional Autónoma y financiada por el Estado. Se extiende por la región Andina del país, constituida por los Estados: Trujillo, Mérida y San Cristóbal; la constituyen 13 facultades y 3 núcleos universitarios.

Originalmente la carrera de Licenciatura se encontraba dentro de la Facultad de Arquitectura y Arte, pero desde el 2005 se separaron las disciplinas y se independizaron la Facultad de Arquitectura y la Facultad de Arte, la Licenciatura en Diseño gráfico pasó a

formar parte de la Facultad de Arte, lo que es una prueba de que en el país aún existe un desconocimiento del desempeño del diseñador gráfico.

Según datos de los boletines estadísticos de la Dirección de Servicios de Información Administrativa (DSIA) y la Oficina de Admisión Estudiantil (OFAE) de la ULA, los primeros ingresantes a la carrera de Licenciatura en Diseño gráfico fueron 29 y la primera promoción egresó en 1999 con 12 graduandos.

Las cifras actuales indican que en el 2008, se inscribieron en la PINA, 421 aspirantes y fueron seleccionados 56, esto indica que 365 ciudadanos, no lograron ingresar a la carrera. Este mismo año en la ULA, egresaron 47 Licenciados en Diseño gráfico y se registró una matrícula de 47.254 alumnos, de los cuales 481 se inscribieron en la carrera de Licenciatura en Diseño gráfico, lo que representa el 4,8% de la población estudiantil de la ULA.

La Facultad de Arte está ubicada en la Ciudad de Mérida, Estado Mérida. En éste Estado sólo se ofrece el estudio de Licenciatura en Diseño Gráfico en la ULA y la Tecnicatura en la extensión del Instituto Universitario de Tecnología Antonio José de Sucre. Las estadísticas de egreso de este Instituto privado son desconocidas, pero considerando el número de aspirantes, inscritos para la Licenciatura en Diseño gráfico, en la PINA de la ULA, y la cantidad de seleccionados, se observa una demanda en la carrera que no puede ser ocupada por un sólo Instituto, lo que obliga a los aspirantes a estudiar Diseño gráfico a estudiar otras carreras o adquirir otras alternativas, como cursos del manejo de los programas de Diseño o estudiar en los institutos de Diseño que no están avaladas por el MPPEU.

Debido a la reducida oferta en las instituciones universitarias y bajo el impacto de las primeras instituciones de Diseño del país, se han creado un gran número de instituciones privadas dedicadas exclusivamente a la enseñanza del Diseño en todas sus áreas. Sin embargo estas instituciones, si bien están inscritas ante el MPPEU, no son reconocidas

por el mismo, por lo tanto, están habilitadas para la enseñanza pero no pueden proporcionar un título universitario que se pueda registrar ante éste Ministerio y por consiguiente legalizar y apostillar.

Como se contempla en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, en el artículo 105: “La ley determinará las profesiones que requieren título y las condiciones que deben cumplirse para ejercerlas, incluyendo la colegiación.” Las instituciones privadas mencionadas anteriormente, no se considera que cumplan con las condiciones del MPPEU y por lo tanto no son amparadas en ésta ley. (Tribunal Supremo de Justicia, 2000)

En la Universidad de Yaracuy (UNEY) la primera promoción de Diseño integral del país egresó en Febrero del 2011, con 47 nuevos licenciados. “Nos costó tanto su aprobación porque llevó mucho tiempo que las autoridades en el país comprendieran la pertinencia de la carrera, ya que no tenía precedentes en ninguna otra universidad” comentó Santiago Pol director de ésta casa de estudios, para el diario *Correo del Orinoco*. (Prensa UNEY, 2011)

Los egresados de estas instituciones, se gradúan con un título proporcionado por la institución en donde se estudió, como constancia de haber cursado y aprobado la carrera en dicho establecimiento; además los diseñadores elaboran un portafolio personal, con la recopilación de los trabajos realizados a lo largo de la carrera. El portafolio, el título y el Currículo Vitae (CV), será lo que presentarán frente a entrevistas de trabajo y posibles clientes.

Debido a la trayectoria del Diseño en el país, algunas de las empresas y clientes que recurren al servicio del diseñador gráfico, están al tanto de las reducidas posibilidades de estudio universitario del país, y en consecuencia acceden a contratar a profesionales egresados de dichas instituciones, a pesar de no tener un título universitario certificado por el MPPEU. Evalúan el potencial del diseñador desde el portafolio y CV, más que

desde la formación académica. Sin embargo no es una condición que se cumpla en todos los casos.

Si bien estudiar en dichas instituciones no presenta mayores inconvenientes en el momento del egreso académico y en la inserción al campo laboral del el país; con el mencionado título, los graduados no pueden aplicar a estudios de licenciatura o estudios de especialización, en ninguna entidad de la República, debido a que el registro del título ante el MPPEU no puede ser ejecutado.

Por el contrario, existen universidades de otros países que están al tanto de la situación de los egresados de las instituciones, que a pesar de no ser reconocidas por el MPPEU, son reconocidas internacionalmente por el desempeño en la formación de diseñadores destacados en el campo laboral nacional e internacional. Por lo tanto, bajo los criterios de cada universidad, se evalúa el desarrollo y el sistema de enseñanza de las instituciones, así como el desempeño y trabajo de los egresados.

Son varias las universidades que consideran que algunas de estas instituciones, cumplen con los requisitos de formación académica necesarios y por lo tanto sus egresados están en capacidad para realizar sus estudios en sus respectivas casas de enseñanza. Éstas proveen al egresado, la oportunidad de completar sus estudios de licenciatura o de especialización universitaria, por medio de la convalidación de sus estudios realizados en Venezuela.

Como es el caso de la Universidad de Palermo, que ofrece la oportunidad de estudiar la Licenciatura en Diseño, a aquellos egresados de carreras terciarias de algunos institutos de Venezuela como el Instituto de Diseño de Caracas (IDC), que funciona como institución de enseñanza del Diseño desde 1983.

En Venezuela existen profesiones que están organizadas en gremios, como el Colegio de Ingenieros, Colegio de abogados, Colegio de Médicos, Colegio de Arquitectos, entre

otros, quienes representan cada una de las profesiones y, se encargan de velar por su desarrollo y educación en el país. Hasta la actualidad en Venezuela no ha existido ninguna entidad que represente la disciplina del Diseño gráfico.

En Argentina se conformó en el 2007 la Red Argentina de Carreras de Diseño (DISUR) que busca poner en manos de un colectivo, formado por las carreras de Diseño de las universidades nacionales argentinas, políticas de investigación, entre otras y así determinar una plataforma de enseñanza definida. Y dieron comienzo al Plan Estratégico Nacional de Innovación y Diseño (PENID), el cuál:

Contribuye a la concreción de un escenario de Desarrollo deseado. Con su creación se declara la contribución del diseño como disciplina de interés para el Estado y para la calidad de vida de los habitantes, lo que permite por su sola mención la inclusión prioritaria de programas y proyectos en todas las áreas ministeriales, ya sean del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación productiva, como de Trabajo, Desarrollo Social, Educación y Cultura, Producción, Relaciones Exteriores, Salud, Defensa y Economía. (2009, p. 3)

Según estadísticas publicadas en el 2009 por DISUR y el PENID (Plan Estratégico Nacional de Innovación y Diseño, ob. Cit) la cifra de diseñadores recibidos en las Universidades Nacionales argentinas supera los 10.000 graduados anualmente y existen más de 300 instituciones que ofrecen a los aspirantes la oportunidad de estudiar alguna carrera correspondiente al área de Diseño.

En Venezuela no se tiene acceso a éste tipo de estadísticas debido a la inexistencia de una entidad que organice, represente, formalice la profesión de los diseñadores y ponga en marcha planes como el PENID, que colaboren con el desarrollo de la disciplina.

En el 2008, se realizó el tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño, organizado por la Universidad de Palermo; estuvieron presentes algunos diseñadores venezolanos,

quienes participaron en el Foro de Escuelas de Diseño, única red formal y de intercambio académico que reúne a más de 230 instituciones educativas de Latinoamérica. Durante este Foro se congregan distintos profesionales relacionados con la disciplina del Diseño, con el objetivo de dar a conocer las situaciones y problemáticas que se presentan en cada uno de los países en relación con el desarrollo del Diseño, y conjuntamente proponer soluciones concretas.

En el plenario del Foro del Encuentro Latinoamericano de Diseño, la venezolana Elías Amarilis (Actas de Diseño, 2009), diseñadora gráfica y docente en la Universidad del Zulia, mencionó que en Venezuela las áreas prioritarias para el Gobierno Nacional son agronomía, medicina y arquitectura. La comunicación visual no es considerada prioritaria, por lo tanto el Diseño tampoco lo es, y que en el campo laboral se puede presenciar que estas profesiones no son consideradas dignas.

Amarilis justifica que una de las razones causantes de lo antes mencionado, es que la profesión se ha visto debilitada debido al reducido número de universidades que ofrecen carreras de Diseño y el riguroso método de ingreso que presentan. Agrega que, a la vez, se ha desarrollado una tendencia de querer estudiar Diseño, no como convicción sino como moda, lo que ha generado consecuencias negativas en el desarrollo de la profesión, ya que muchos casos los estudiantes que ocupan un espacio dentro de las universidades e instituciones, no aportan ni fortalecen el avance de la carrera.

Amarilis dictó una conferencia la cual tituló: “El pasado, presente y futuro del Diseño en Venezuela”. En la cual indica que se busca consolidar el nivel educativo y profesional, para actualizar constantemente los conocimientos, técnicas e instrumentos tecnológicos, que permitan al Diseño venezolano nivelarse con otros países y lograr un reconocimiento en el campo laboral. (Como se cita en Actas de Diseño, 2009)

También menciona que desde hace más de 30 años existen instituciones privadas que han formado profesionales en el campo del Diseño. Y que los profesionales egresados de

éstas instituciones son los que asumieron la responsabilidad de intervenir en el desarrollo social y cultural, buscando mostrar el talento del Diseño venezolano, que día a día adquiere mayores dimensiones y mayor prestigio; logrando establecer una estrategia de posicionamiento del país en el ámbito internacional.

Durante el plenario del Foro de Escuelas de Diseño del 2008, se propuso la creación del Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño, el cual se llevo a cabo por primera vez en Julio del 2010, en la Ciudad de Buenos Aires.

Este Congreso organizado por la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, es un evento de carácter académico y gratuito; que se integra a la agenda del Encuentro Latinoamericano de Diseño, que se realiza anualmente en las sedes de la Universidad. Está dirigido exclusivamente a docentes, autoridades académicas e investigadores del campo del Diseño; en búsqueda del intercambio, vinculación institucional y personal, y el desarrollo de proyectos interinstitucionales.

En el Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño, participaron 5 instituciones educativas de Venezuela: Instituto de Diseño Centro Gráfico de Tecnología, Instituto de Diseño Darías (IDD), LUZ, UJMV y la Universidad experimental del Táchira (UET). Mencionó Miguel Ángel Gonzáles, venezolano, diseñador gráfico, docente del Instituto de Diseño Centro Gráfico de Tecnología y conferencista e investigador en el área de Comunicación y Diseño, que le preocupa las trabas que presenta el país para evolucionar a nivel educativo. (Actas de Diseño, 2011)

Y en el Segundo Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño realizado en el 2011, con la presencia de las mismas instituciones educativas de Venezuela. Se llevaron a cabo 9 conferencias relacionadas con temas vinculados a los problemas y posibles soluciones que se presentan en la tarea de la enseñanza y el aprendizaje en el campo de formación universitaria del Diseño.

La comisión y el equipo de Coordinación del Congreso (Actas de Diseño, 2012), con respecto a la enseñanza del Diseño, concluyen y proponen: que la tecnología en la actualidad es un recurso valioso que permite viabilizar y facilitar sus procesos, por lo tanto, se debe considerar su protagonismo en los ámbitos de la vida del estudiante, adaptar las técnicas de enseñanza y lograr una convergencia que enriquezca el proceso creativo; pensar en el rol del docente, como quien debe proporcionar métodos y recursos que permitan al estudiante resolver sus necesidades académicas y al mismo tiempo ayudarlo a descubrir su pasión por la carrera.

La demanda de todas las áreas del Diseño como profesión se hacen presentes en Venezuela; cada vez es mayor la cantidad de personas que ejercen ésta profesión y es mayor la población que quiere ejercerla. El desarrollo de los nuevos medios de comunicación que fomentan el intercambio de información expande el campo de trabajo de los diseñadores gráficos. Esto ha impulsado al incremento de los centros de enseñanza de la carrera, pero no asegura que la formación sea la pertinente.

1.1.2. En la profesión

Los egresados de la carrera de Diseño gráfico en Venezuela, por lo general, se insertan en el mercado al ser contratados por empresas, agencias de publicidad, medios de comunicación o como diseñadores independientes, quienes buscan sus propios clientes y trabajan por su cuenta propia.

El desconocimiento del desempeño de la profesión, en la sociedad venezolana, y la ausencia de una entidad formal que se encargue de regular el ejercicio profesional y sus responsabilidades; ha formado una percepción del Diseño gráfico como un oficio informal y no una disciplina, plantea Gonzales:

Imaginar al Diseño como un oficio surgido del sistema laboral y no como una disciplina constructora de una estética social, implica aceptar un determinismo

mercantil y confundir el tipo de trabajos que reclama el mercado con los que puede generar el campo de acción. (1994, p.49)

El Diseño en Venezuela carece de una entidad formal que lo represente, por lo tanto no está amparado bajo ninguna Ley de Ejercicio Profesional. Estas leyes están destinadas a determinar un marco legal que preserve la profesión y resguarde a los profesionales. La Ley Marco, determina el campo de desarrollo profesional, contribuye y orienta el ejercicio de la profesión en función de la sociedad. Esto a su vez contribuye y facilita la creación de una entidad que goce de personalidad jurídica, y tenga el poder de regular el cumplimiento de la Ley y su reglamento interno.

Los reglamentos son elaborados y estructurados por las colegiaturas, gremios o entidades que representen la profesión; estos reglamentos varían dependiendo del desenvolvimiento de cada carrera. Primero se debe formular un anteproyecto de la Ley, el cuál es presentado ante la Asamblea Nacional (AN) para su discusión y aprobación. En el caso del Diseño gráfico, nunca se ha hecho un ante proyecto.

En 1989 se fundó la Sociedad del Diseño (SD), integrado por publicistas y diseñadores gráficos, con el objetivo de la difusión del Diseño gráfico del país. Los registros del desarrollo de la dicha Sociedad son desconocidos. El único registro de su existencia es una publicación realizada en 1992 titulada “Sociedad del Diseño: Tarifas de referencia 1992”; como un intento de establecer un sistema de referencia de las tarifas de los trabajos de Diseño gráfico. Esta ha sido la única vez que se ha intentado crear un sistema que genere una unificación y estabilidad, en cuanto a presupuestos del ejercicio de la profesión.

En los últimos años se ha presenciado en Venezuela un aumento notable en el desarrollo del Diseño independiente. Ante la dificultad de ingresar al mercado formal, los egresados en el campo del Diseño se ven obligados a emprender como pequeños empresarios en el mercado informal.

En el país se estima lo artesanal y manufacturado, en consecuente los bazares artesanales han sido parte de la cultura venezolana, cuando de eventos de desarrollo cultural se habla. Sin embargo estos no se han relacionado directamente con las áreas del Diseño, sino con el folklore de Venezuela.

Los diseñadores emprendedores, observaron la afluencia de los asistentes a los bazares artesanales y al conocer las llamadas ferias de Diseño en otros países; a partir del 2007 los bazares dan espacio al desarrollo de ferias de Diseño como una nueva alternativa para los diseñadores emergentes. Se comienzan a desarrollar en la Capital del país y se expanden a las ciudades con mayor desarrollo, impactando la sociedad venezolana.

Originalmente estas ferias de Diseño captaban la atención de sus visitantes por la variedad e innovación de sus productos; garantizando al cliente que los diseños eran producidos en cantidades limitadas, lo que le proporcionaba al producto el atributo de exclusividad.

Sin embargo bajo la tendencia de Diseño como moda, mencionado por anteriormente por Elías Amarilis, no solo se refleja en las casas de estudio sino también en estas ferias de Diseño. Los participantes no se enfocan en Diseños únicos, sino que comienzan a producir lo que es más comercial; esto ha ocasionada homogeneidad en los productos ofrecidos y cierto descontento y desinterés en los clientes, debido a que la exclusividad se ha perdido.

1.2. En la difusión

El único espacio dedicado a la difusión del Diseño gráfico en Venezuela vigente en la actualidad es la Galería Venezolana de Diseño (GAVEDI). Sin embargo, este centro se limita a la estructura física del lugar; si bien el que visita la galería, puede experimentar una muestra de lo que es el Diseño venezolano, se queda solo en una exposición y no trasciende, ni lo difunde. La información publicada en el *blog* de la GAVEDI, se enfoca

solo en los eventos realizados en la galería.

El más reciente acontecimiento en cuanto a difusión de Diseño es la conformación del Circulo de Diseño de Maracay (CDM), este es un ente que busca formar coherentemente una propuesta concreta de todas las áreas del Diseño y aquellas que se le vinculen, que no solo se limiten a exponer los proyectos de los diseñadores, como es el caso de GAVEDI, sino que también sirva como medio para difundir la cultura del Diseño. El CDM es una organización que está en sus comienzos, pero es un buen indicio de que existen personas dispuestas a trabajar por la Difusión del Diseño en Venezuela.

Algunos centros culturales, centros de arte y museos que ofrecen exposiciones temporales de algunos diseñadores gráficos venezolanos, la mayoría de estos espacios se ubican en la Capital, lo que limita la cantidad de asistentes. La presencia de estos espacios en la Web es precaria, ya que se limitan a publicar información básica de la institución y no funcionan como medio de difusión que dé a conocer las obras de los diseñadores y promueva la participación.

Las instituciones de enseñanza de Diseño tienen sus portales en la Web, en las que proporcionan información acerca de las inscripciones, sus planes de estudio y en algunos casos exponen los mejores trabajos de los estudiantes o eventos relacionados con la institución. Sus publicaciones se limitan a información acerca de las casa de estudios.

El registro de información fiable de la situación del Diseño gráfico venezolano en la Web, es muy escasa. La mayoría de los resultados encontrados en *Google*, apuntan a enlaces de usuarios de *Facebook*, empresas de Diseño, buscadores de empleos, perfiles corporativos, blogs personales, monografías, foros, academias e instituciones de Diseño, cursos de *software* de Diseño. Son muy pocas las publicaciones que proveen información que pueda ser de provecho o que den a conocer el Diseño gráfico Venezolano.

Los diseñadores emergentes y los organizadores de los mercados de Diseño han

formado blogs y páginas Web, como medio de difusión. Por medio de ellos publican sus mejores trabajos y en algunos casos comparten trabajos de otros, así como opiniones de temas de Diseño. Estos blogs no tienen una promoción que los destaque para que lleguen a la comunidad de diseñadores de Venezuela.

También se han formado colectivos de Diseño que han creado espacios en la Red, pero más que difusores del Diseño, surgen bajo el impacto de la tendencia del Diseño como moda y solo difunden información, que si bien puede ser atractiva para los diseñadores, no impactan en la comunidad de diseñadores.

En el campo editorial existen revistas como la revista OJO, de distribución gratuita; Plátano verde, revista por suscripción; ¡Qué! Revista; revista digital, entre otras que orientan sus publicaciones hacia el Diseño. Estas revistas no son de tiraje extenso, por lo cual su difusión se limita a un sector, que por lo general solo está representado por la Capital.

En el 2011, se realizó el 3er Congreso Internacional de Diseño Gráfico Signo 2011; es el más importante acontecimiento académico del Diseño en los últimos años en Venezuela. Convocó estudiantes y profesionales del Diseño y disciplinas afines. Organizado por Vanguardia Creativa Producciones C.A., la GAVEDI y con el apoyo de la UNEY. Mediante el desarrollo de talleres, buscan ampliar la interacción de los participantes y asistentes. De modo que los conocimientos y destrezas adquiridas por los estudiantes en estos talleres, sean considerados como complemento para el logro académico y el ejercicio profesional de un comunicador visual.

El primer Encuentro de Estudiantes de Diseño (ENED) es un evento enfocado a difundir, discutir y conversar, acerca de proyectos realizados por las escuelas de Diseño en el país; así como también exponer diferentes experiencias obtenidas a través del desarrollo de los estudiantes en todas las áreas del Diseño en Venezuela. Mencionan en el *blog* del ENED, como justificación del evento que:

No es secreto para los hacedores profesionales del diseño en el país, que la tendencia del mercado se ha dividido y ha dirigido la fuerza creativa hacia la publicidad y hacia el diseño rentado, sin una intencionalidad artística y mucho menos con una función social apreciable. El reto de este siglo es sincerarse con el devenir social que se está desarrollando de manera global y enfocar la tendencia del diseño hacia soluciones prácticas, rentables, y sustentables, que den respuesta a la carencia del colectivo social, con especial atención en los sectores tradicionalmente más oprimidos y en sectores populares. Es necesario crear espacios idóneos para el análisis y la disertación, de la función que debe cumplir el diseño en sus diversas áreas en el contexto global actual. (Encuentro de Estudiantes de Diseño, s.f.)

1.3. Dificultades

Al analizar el contexto actual del Diseño gráfico en Venezuela, se observa que la disciplina se enfrenta con algunas dificultades y conflictos, las cuales hacen que su desarrollo se más lento:

- 1) Debido al desconocimiento en la sociedad de las verdaderas obligaciones y responsabilidades de la profesión, se identifica al diseñador gráfico como cualquier individuo con la habilidad para manejar programas de Diseño, y en consecuencia esto desestima la carrera y los profesionales.
- 2) En el sector educativo se observa que las instituciones, tanto privadas como públicas, actúan de manera individual, por consiguiente los planes de estudio de cada una, a pesar de ser semejantes, tienen fines distintos.
- 3) La fundación de instituciones privadas, sin un ente que las regule, evalúe y supervise los planes de estudio y métodos de enseñanza, ha permitido la formación de instituciones que dicen formar diseñadores gráficos, pero solo se enfocan en la capacidad de utilizar y

manejar programas digitales de Diseño. No existe un patrón que establezca y controle regímenes de estudio que aseguren al estudiante una formación académica que contribuya con su éxito como profesional capacitado.

4) Los “diseñadores” sin formación académica, es decir, los individuos que saben manejar los programas de Diseño pero no recibieron ningún tipo de formación académica, inducen una desventaja en el sector laboral de Venezuela; debido a que cuando los egresados en Diseño gráfico, se insertan en el campo laboral, se enfrentan a que los posibles clientes tienen preferencia por los diseñadores sin formación académica, ya que estos ofrecen presupuestos más bajos por el desempeño de su trabajo.

5) La existencia de material bibliográfico que respalde el Diseño gráfico de Venezuela es escaso. Se desconoce las causas del porqué no se ha desarrollado una investigación profunda al respecto. La investigación más amplia en existencia hasta el momento es la realizada por la Licenciada Elina Pérez.

6) Las ferias de Diseño han impactado en la sociedad, ya que han formado una presencia en el mercado y han expandido el conocimiento de las distintas áreas del Diseño en la sociedad, menciona Tapia (2005) “El problema es que el diseño parte de las habilidades artesanales pero exige reubicarlas en una dimensión más amplia donde tales habilidades requieren ser incorporadas a un proceso más abstracto de planeación y estrategia social y cultural.” (p.20).

7) A pesar de la presencia de algunos colectivos de Diseño en la Web, no hay un sitio dedicado a la difusión del Diseño gráfico venezolano y que facilite el acceso a información de interés, para los diseñadores e interesados en el tema.

1.4. Conclusiones preliminares

Al observar la situación del Diseño gráfico en Venezuela y determinar las dificultades a las que se enfrenta, se concluye que para lograr la formalización y posicionamiento de la

profesión debe existir una asociación que la respalde y así proponer soluciones a las problemáticas de la disciplina.

La conformación de la AVDG, establecería un Código de ética profesional y obligaría a los diseñadores a ejercer bajo los requerimientos determinados, esto no sólo respaldaría el ejercicio ético de la disciplina, sino también brinda confianza a los clientes.

Se definiría un programa de estudios y método de enseñanza, como patrón para las instituciones que ofrecen carreras de Diseño, para así garantizar la formación de profesionales capacitados y disminuir la cantidad de personas que sólo usan los programas de Diseño.

Se fomentaría a la realización de una exhaustiva investigación acerca de la historia del Diseño gráfico en Venezuela, para así brindar a los interesados en el tema, material bibliográfico que los apoye y fomente a la experimentación de otros proyectos que favorezcan o se relacionen con el Diseño venezolano.

Si bien, la AVDG no pondrá fin a todos los obstáculos, ni solucionará todas las dificultades de la disciplina, se considera que contribuirá positivamente con el desarrollo de la profesión; y con el correcto uso de los recursos que ofrecen en la actualidad las nuevas tecnologías, en cuanto a los medios digitales y su comunicación, se puede generar un impacto en la sociedad venezolana.

Capítulo 2: Medios digitales y su comunicación

En el capítulo anterior se determina como la sociedad venezolana no está familiarizada con la cultura del Diseño. Es importante conocer como se desenvuelve la sociedad de hoy y cómo es su interacción con los nuevos medios de comunicación y el impacto de la tecnología en su cotidianeidad; para poder establecer las estrategias y los métodos que la AVDG debe implementar en su desempeño como organismo que pretende respaldar y difundir el Diseño venezolano y fomentar su cultura.

Una de las propuestas de la AVDG es una página Web como medio principal de difusión del Diseño venezolano, por lo tanto se considera pertinente que en el desarrollo de este capítulo, se examine el impacto de la tecnología en la sociedad venezolana y como está se adapta a estos nuevos medios de comunicación.

2.1. La era de la información

Lo que un día parecía que sólo era parte de las películas de ciencia ficción, es hoy una realidad. Una persona puede estar en conexión con innumerables personas en lugares completamente distintos y compartir datos con solo el movimiento de los dedos o con sólo un *click*, desde un teléfono móvil por medio de un mensaje de texto o un correo electrónico desde una computadora personal.

Gracias a los nuevos medios de comunicación y dispositivos tecnológicos, como las redes sociales y los teléfonos móviles inteligentes, se ha hecho posible la eliminación de distancias y tiempo, haciendo que la comunicación sea inmediata y convirtiendo al planeta en una extensa red de comunicaciones e intercambio de datos.

Afirma Ivoskus (ob. cit) que: “a las empresas telefónicas les llevó 75 años conseguir cincuenta millones de usuarios en el mundo. A Internet, sólo cinco.” (p.111). Esto refleja no sólo la aceptación social ante éste nuevo medio de comunicación, sino también la velocidad de expansión de los dispositivos tecnológicos.

El rol que desempeñan los nuevos medios de comunicación, en la cotidianidad actual no puede ser ignorado. En los últimos años la tecnología digital ha impactado a la mayor parte de la población; y el Internet, ha formado parte del desenvolvimiento de la sociedad; la integración de los dispositivos electrónicos, como instrumentos indispensables para la comunicación interpersonal, ha cambiado la forma en que se relacionan los individuos.

La facilidad de acceso inmediato a cualquier tipo de contenidos, proporcionada por el internet, ha abierto puertas al constante intercambio de información. Cada día es mayor el número de personas que, sin importar su ubicación en el planeta, edad, situación económica, idioma o cultura, se unen a la Red, en busca de datos o comunicarse, en fin, en busca de conocimientos.

El sociólogo norteamericano Daniel Bell (1973), conocido por sus aportaciones al debate sobre la cultura de masas; plantea que en la historia de las sociedades humanas, han tenido lugar cuatro revoluciones en cuanto a la formación del dialogo social, representadas por: lenguaje, escritura, imprenta y ahora telecomunicaciones.

Desde el invento de la electricidad, se comenzaron a desarrollar instrumentos de comunicación como el código Morse y la telegrafía, sucedida por la radio, el teléfono, la televisión y las computadoras. Las computadoras evolucionaron en lo que se conoce hoy como las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs). Bell (ob. Cit) menciona, que las comunicaciones se convertirán en la infraestructura de toda la sociedad y se creará una sociedad informada, que acelerará el desarrollo de lo que él define como sociedad postindustrial. Las características que Bell considera que identifican ésta sociedad son, el acento en los servicios sociales y profesionales, y la más importante que los cambios proceden del saber. Como se refiere en De Moragas:

Toda sociedad está basada hasta cierto punto en el saber. Pero sólo desde hace muy poco el cambio técnico depende de la codificación del saber teórico (...) El punto crucial respecto a la sociedad posindustrial es que el saber y la informática

se convierten en los recursos estratégicos de transformación de esta sociedad.
(1985, p. 44)

Actualmente conocida como la Sociedad de la Información o Sociedad del Conocimiento, bajo la influencia de la evolución de los nuevos medios, el avance de nuevos dispositivos electrónicos y la facilidad de acceso a la información. El usuario se ha involucrado, no solo como espectador, sino que se ha convertido en productor y destinatario de datos, desencadenando un constante intercambio de información entre los usuarios de la Red.

2.1.1. Inteligencia colectiva

Pierre Lévy (2004) define la inteligencia colectiva como una inteligencia repartida en todas partes, valorizada constantemente y coordinada en tiempo real. Esto conduce a una movilización efectiva de las competencias. El fundamento y objetivo de la inteligencia colectiva es el reconocimiento y enriquecimiento mutuo de las personas. Señala que “Nadie lo sabe todo, todo el mundo sabe algo, todo el conocimiento está en la humanidad” (p.19).

Lévy (ob. cit) denomina conocimiento a todo lo que sabe la gente y explica que no existen personas ignorantes, ya que todos los conocimientos, dependiendo del contexto, pueden ser de gran valor. Sin embargo, expone que desconocer los conocimientos de las personas permite el desperdicio de experiencia, competencias y riquezas humanas. Señala que la inteligencia colectiva, solo comienza con la cultura y aumenta con ella; el ideal del intelecto colectivo implica la valoración técnica, económica, jurídica y humana de la inteligencia repartida, con el fin de formar una dinámica positiva del reconocimiento y de la movilización de las competencias.

Partiendo del concepto de Lévy de la inteligencia colectiva y siendo conscientes de la rapidez de propagación del uso de los medios digitales en la sociedad, así como el acceso a la información; se considera que la correcta complementación y utilización de

los medios digitales y el acceso a datos que estos permiten, puede formar resultados que impacten en la sociedad. Esto se observa en la influencia de organizaciones de dimensión mundial, como *World Wild Life Foundation*, *Greenpeace*, *The Invisible Children* o regional como la *Agenda Cultural de Buenos Aires*; organizaciones o asociaciones que promueven información desarrollada para causar impacto en el usuario.

Lévy mencionó que:

Los nuevos sistemas de comunicación deberían ofrecer a los miembros de una comunidad los medios para coordinar sus interacciones en el mismo universo virtual de conocimientos. No se trataría pues solo de concebir el mundo físico ordinario, sino también de permitir a los miembros de colectivos delimitados de interactuar dentro de un paisaje móvil de significaciones. Acontecimientos, decisiones, acciones y personas estarían situados en los mapas dinámicos de un contexto compartido, y transformarían continuamente el universo virtual dentro del cual toman sentido. (ob.cit, pp. 19-20).

Esto hoy es desarrollado en la Red como lo que se conoce como la *Web 2.0* o Web participativa, una serie de aplicaciones y páginas de Internet que utilizan la inteligencia colectiva, para proporcionar servicios interactivos, dando al usuario el control de sus datos. El uso de estas redes ha estimulado el intercambio y participación constante entre los usuarios, formando comunicaciones masivas y colectivas. Redes conocidas como redes sociales que han permitido determinar al usuario su propio perfil e interactuar con otros usuarios. Las más destacadas visitadas y utilizadas son el *Facebook*, *Twitter* y *MySpace*.

Graham Mudd, vice presidente de *comScore*, y responsable de búsqueda y medios, afirma que:

Hoy casi tres de cuatro usuarios globales de la Internet acceden a sitios de redes

sociales cada mes, convirtiéndola en una de las actividades más omnipresentes en la web. A medida que más usuarios alrededor del mundo adquirieron el hábito de acceder y expresarse a través de la red social, se ha creado un ambiente en donde nuevos medios como Twitter pueden emerger globalmente y en un corto período de tiempo. (comScore, 2010).

De todo lo mencionado anteriormente, es importante resaltar que el desempeño de la AVDG debe estar vinculado con las TICs y su impacto en la sociedad; en el orden de formar una comunidad de diseñadores gráficos en Venezuela y brindarles un espacio, en el que puedan interactuar.

2.1.2. Ciudadano digital

La Sociedad de la Información en España, fundada por la empresa multinacional Telefónica, define que un ciudadano digital forma parte de la Sociedad de la Información si es capaz de realizar las siguientes funciones: Establecer una comunicación electrónica; buscar información en Internet; visitar una página web; descargar un programa; dialogar y discutir a través de Internet (Como se cita en Olivera, 2007). Por lo tanto los ciudadanos digitales son todas las personas que tienen los conocimientos básicos de cómo navegar en el Internet.

El impacto de la era de la información ha sido asimilado de distintas maneras por la sociedad, existe una diferencia en la aceptación y adquisición de estos nuevos medios. Para algunas personas la adaptación constante a nuevos dispositivos electrónicos y medios digitales se ha convertido en algo habitual, mientras que otras prefieren evitar en lo posible el cambio. Sea cual sea el proceso de adaptación de los ciudadanos a los cambios de las nuevas tecnologías y el contacto constante o esporádico con lo digital, los ciudadanos se han visto involucrados con las nuevas tecnologías, especialmente con el uso de correos electrónicos. Esto lo menciona Ivoskus:

Como todo proceso de adaptación al ambiente, el homo sapiens debe adaptarse al mundo digital, del que forma parte y alimenta. No será una mutación genética como la que necesitó para adaptarse a las inclemencias climáticas. Es así una mutación en su inteligencia, en su capacidad de relacionarse con el entorno y con las nuevas herramientas. (ob. cit., p. 47)

Igarza (2008) expresa que existe una diferenciación en la sociedad de la información, que depende de la edad de los ciudadanos digitales. *Nativos digitales*, son los que desde el día de su nacimiento han crecido en constante contacto con lo digital. Estos en su mayor parte, son los jóvenes que se mantienen en continua interacción o *superconectados*, con los nuevos medios digitales, correos electrónicos, archivos digitales, mensajes instantáneos, video juegos, foros, blogs, redes sociales; ya sea por medio de dispositivos móviles inteligentes o computadoras personales.

Moschella (2011) los define en su Proyecto de grado como “Los nativos digitales son aquellos jóvenes pertenecientes a las nuevas generaciones de la sociedad actual. Son aquellos niños que incorporan a la tecnología como parte fundamental de sus vidas y propia de un contexto sociocultural tecnológico.” (p. 56)

Los nativos digitales se han acostumbrado a recibir información rápidamente, tienen preferencia por lo visual más que por lo textual, han generado una habilidad multidisciplinar que se destaca en el uso de la Web, construyeron lenguajes propios que se adaptan a cada medio. Lo que ésta despertando inquietudes en la efectividad de los métodos de educación actuales. (Prensky, 2001)

Todos aquellos usuarios, que han adoptado las nuevas tecnologías, no desde que nacieron, sino a medida de la inserción en la sociedad, Igarza (ob. cit.) denomina como *Inmigrantes digitales*; son personas que se acercan voluntariamente al mundo digital y deben esforzarse para adaptarse a las nuevas modalidades. Estos usuarios prefieren recibir información controlada de fuentes limitadas; eligen los procesos singulares;

prefieren los textos antes que las imágenes, sonidos y videos.

Para los nativos digitales, la tecnología digital se integra como algo habitual en sus actividades diarias. Están habituados a un modelo comunicativo que conjuga cuatro estrategias: integración, ya que la tecnología genera nuevas formas de expresión; interactividad, con los medios de comunicación al establecer comunicación con los demás; hipermedialidad, interconexiones establecidas según la voluntad del usuario; e inmersión, entre formas y presentaciones no lineales resultantes de las estrategias anteriores. (Igarza, ob. cit, pp. 36-37).

Los nativos e inmigrantes digitales presentan también diferencias en el modo de procesar la información. Los nativos se han formado en la no-linealidad, asumen con mayor facilidad el sistema azaroso de la multimedia y los juegos interactivos. Estas experiencias exigen un nivel de percepción de segundo y aprenden a tomar decisiones rápidamente. El inmigrante digital ante la interacción azarosa presenta un nivel de estrés superior.

Burbules expresa que “La gente es más inteligente si se junta y hace uso de las nuevas herramientas. Tal vez en la historia de la humanidad nunca sucedió que los alumnos supieran más que los maestros” (Como se cita en Ivoskus, ob. cit, p. 29).

Las tecnologías tienen efectos directos e indirectos; los directos son los relacionados con los dispositivos que se usan día a día, en el ciudadano digital se puede observar en la dependencia de los dispositivos electrónicos para mantenerse conectado, realizar algún trabajo o simplemente para pasar los momentos de ocio. Y los indirectos son los cambios en la identidad de la persona, su relación con los demás y los cambios sociales y culturales que éstas producen. Personas individuales están desarrollando culturas y las comparten, un claro ejemplo de esto son los millones de videos que se publican por *Youtube*, personas que graban sus comportamientos personales y los hacen públicos. Estas creaciones sociales son según Burbules los desarrollos más importantes de la tecnología. (Como se cita en Ivoskus, ob. cit)

2.2. Venezuela en la era de la información

Venezuela no se escapa a esta revolución de la información y el impacto de los nuevos medios; según datos proporcionados por el Observatorio Estadístico de la Comisión Nacional de Comunicaciones (CONATEL), en 1998 se registraron 322.224 usuarios de internet, lo que representa el 1,38% de la población para ese momento. Ya en 2005 se registraban 3.354.921 usuarios, representando el 12,56% de la población y un aumento del 11,18% en ocho años. En los siguientes siete años se observa un considerable crecimiento en la cantidad de usuarios de Internet en el país. Las cifras más actuales arrojan el registro de 11.772.264 usuarios en 2011, lo que representa a un 40,27% de la población en ese momento, lo que significa un aumento del 29,09% en relación con los datos del 2008 y 38,89% en relación con los datos de 1998. Estos porcentajes no registran a los usuarios que acceden al internet por medio de dispositivos móviles, lo que indica que puede existir un porcentaje aún mayor de usuarios de Internet.

En 2009 el Ministerio del Poder Popular para la Ciencia, Tecnología e Industrias Intermedias (MPPCTII), junto con CONATEL, comenzó a desarrollar uno de los proyectos de Servicio Universal de Telecomunicaciones (SUT) denominado Red Nacional de Transporte, para garantizar la distribución uniforme y óptima de las TICS, en el territorio nacional, por medio de fibra óptica.

Tomando en cuenta lo descrito de los nativos e inmigrantes digitales, se podría decir que en Venezuela la generación de los nativos digitales está representada desde los neonatos hasta los jóvenes de aproximadamente 25 años. Según estadísticas del Instituto de Nacional de Estadísticas (INE), los ciudadanos comprendidos entre los 0-25 años de edad en Venezuela representan el 30,94% de la población. Los mayores a esta edad estarían dentro de la generación inmigrante. Es decir que los estudiantes de educación básica, secundaria y algunos de la educación superior.

Un estudio sobre el crecimiento de la audiencia de Internet en América Latina, realizado

por *ComScore*, Inc., líder en medición del mundo digital, reveló que desde enero de 2010 a enero de 2011, la población de Internet aumentó 15% en relación con el año anterior. Durante enero de 2011, accedieron a Internet desde sus hogares o sitios de trabajo, 112,7 millones de personas mayores de 15 años de edad. Venezuela es el país que representa mayor crecimiento en el mercado *online*, con el 27% más de usuarios que el año anterior.

Estos datos y el significativo aumento que se ha producido con el paso de los años, demuestra que Internet se ha integrado a la sociedad venezolana y esta lo ha aceptado de manera positiva. Según lo planteado anteriormente y los datos citados, se puede observar que los venezolanos forman parte de la sociedad e la información y por lo tanto el intelecto colectivo debe ser potenciado.

En agosto de 2010 *ComScore* publicó un reporte acerca del crecimiento mundial de la red social *Twitter*, estableciéndose como una de las redes sociales más visitadas en cada región del mundo. El estudio reveló que en junio del 2010, casi 93 millones de usuarios de Internet visitaron esta red, lo que representó un aumento del 109% en relación con el año anterior. Latinoamérica experimentó el mayor crecimiento con un 305%, lo que representa 15.4 millones de usuarios. El mayor crecimiento de ésta región fue representado por Indonesia, Brasil y Venezuela, con el 19%. Mencionan que cuando el presidente de Venezuela, Hugo Chávez, se unió a *Twitter* a fines de abril de 2010, la penetración de *Twitter* dio un salto de 4.8% en pocos meses. Otra demostración de que la sociedad de la información en Venezuela se mantiene al ritmo de la evolución tecnológica

No obstante, si bien la sociedad no determina la tecnología, sí puede sofocar su desarrollo, sobre todo por medio del estado. O, de forma alternativa y sobre todo mediante la intervención estatal, puede embarcarse en un proceso acelerado de modernización tecnológica, capaz de cambiar el destino de las economías, la

potencia militar y el bienestar social en unos cuantos años. En efecto, la capacidad o falta de capacidad de las sociedades para dominar la tecnología, y en particular las que son estratégicamente decisivas en cada periodo histórico, define en buena medida su destino, hasta el punto de que podemos decir que aunque por sí misma no determina la evolución histórica y el cambio social, la tecnología (o su carencia) plasma la capacidad de las sociedades para transformarse, así como los usos a los que esas sociedades, siempre en un proceso conflictivo, deciden dedicar su potencial tecnológico (Castells, 2005, p.33)

El Gobierno Bolivariano de Venezuela, asumió las TICs, como método del proceso de transformación social que vive el país. En Enero de 2007 se fundó el Ministerio del Poder Popular para las Telecomunicaciones y la Informática (MPPTI) con la finalidad de impulsar el uso intensivo de las TICS como mecanismo para alcanzar una sociedad más justa, democrática y participativa.

Henoch Ahuiar define la digitalización como “el mayor proceso de acumulación, apropiación y personalización de contenidos. Es un bien tan alto (...) para el desarrollo de personas, organizaciones y sociedades, que su consecución para todos debe ser objeto de políticas de Estado” (Instituto de Estudios sobre Comunicación, 2010, p. 55)

El Centro Nacional de Tecnologías de Información (CNTI), es el ente del MPPTI que tiene como misión potenciar los desarrollos informáticos del Gobierno y las comunidades organizadas, con el fin de contribuir a la eficiencia y efectividad del Estado. Uno de los proyectos del CNTI es “El Aula Virtual del CNTI”, un espacio que ofrece cursos en Internet, desarrollado por el CNTI; este espacio virtual pone al alcance de todos los usuarios una serie de cursos desarrollados para el autoaprendizaje en temas de Tecnologías de Información Libre.

Examinando todo lo dicho anteriormente se concluye que Venezuela es un país que se encuentra en constante integración con los nuevos medios y la recepción de los

ciudadanos ha sido positiva y es parte de la cotidianidad de la población. Por lo tanto se puede decir que a pesar de que pueda existir un retraso en los soportes tecnológicos, la tecnología se puede considerar que está a la par con la mayoría de los países del mundo.

2.3. La Tecnología, la Cultura y el Diseño

En la actualidad, no se puede dejar de lado un factor tan influyente como lo es la tecnología; en el campo del Diseño es cada vez mayor su atribución en los métodos de enseñanza y creación de proyectos; el vínculo establecido entre el Diseño y la tecnología es muy fuerte como para ignorarlo en este Proyecto de Grado.

La evolución tecnológica, cultural y de Diseño, se lleva a cabo mediante la relación de estos tres factores, que a su vez cambian constantemente; es decir, para que exista una evolución tecnológica debe haber una evolución tanto cultural como de Diseño. Menciona Royo (ob. Cit.) que la:

Tecnología, cultura y diseño se retroalimentan de manera dinámica aportando diferentes ingredientes para el desarrollo y la evolución social (cultural, tecnológica, económica, etc.) Todas inciden sobre todas y se modifican continuamente, transformando a su vez la comprensión del mundo que obtiene el hombre. (p. 54)

La tecnología se relaciona con la cultura, ya que le aporta nuevas posibilidades de acción y nuevos lenguajes implícitos por la misma tecnología que formulan nuevas maneras de comunicación; la cultura por su lado aporta con nuevos métodos conceptuales que provienen de las comunicaciones formadas por las tecnologías.

La sociedad reacciona ante el impacto de las tecnologías adaptándose a los nuevos medios y a su vez, crean sus propios hábitos que afectan a la cultura. Por ejemplo, una persona que está acostumbrada a su móvil inteligente y lo que éste le ofrece, si en algún momento necesita investigar acerca de algún tema desconocido, casi automáticamente,

recurrirá a su móvil y buscará la información; en cambio unas décadas atrás, la persona hubiese recurrido a una enciclopedia para aclarar sus dudas.

La cultura también aporta al Diseño nuevos métodos conceptuales y necesidades que se derivan de la tecnología; el Diseño se apoya en los instrumentos que le ofrece la misma tecnología para ofrecer soluciones a la cultura, le da nuevas posibilidades de acción y una nueva mirada ante los objetos y espacios. El Diseño también contribuye con la tecnología, con técnicas y métodos que faciliten su uso y funcionalidad. (Royo, ob. Cit.)

Es importante que en la conformación y planificación de la AVDG, se tenga en cuenta estos tres factores y se aproveche para su beneficio, el impacto y desarrollo que desencadenan, para el avance de la disciplina.

2.4. La era de la información y el Diseño gráfico en Venezuela.

Luego de indagar en los cambios de la era de la información y los impactos y consecuencias en la sociedad de la información; observar el contexto tecnológico de Venezuela; establecer que una de las principales dificultades que el Diseño gráfico presenta en Venezuela es el desconocimiento de la ocupación de la carrera y la escasa presencia de la cultura de Diseño en la sociedad venezolana; y tomando como referencia lo que plantea Lévy, que la inteligencia colectiva puede generar una organización en la sociedad que permita que los miembros piensen juntos, concentren fuerzas intelectuales y espirituales, multipliquen sus imaginación y experiencias, resolviendo en tiempo real y a toda escala las soluciones prácticas a los problemas complejos que se deben afrontar y que:

La prosperidad de las naciones, las regiones, las empresas y los individuos depende de su capacidad para navegar por el espacio del conocimiento. La potencia es en lo adelante conferida por la gestión óptima de los conocimientos, ya sean técnicos, científicos, del orden de la comunicación o que tengan que ver

con la relación “ética” con el otro. Mientras mejor logren los grupos humanos constituirse en colectivos inteligentes, en sujetos cognitivos abiertos, capaces de iniciativa, de imaginación y de reacción rápidas, mejor aseguran su éxito en el medio altamente competitivo como es el nuestro. Nuestro vínculo material con el mundo se mantiene por una formidable infraestructura epistémica y lógica: instituciones de educación y de formación, circuitos de comunicación, tecnologías intelectuales con soporte numérico, actualización y difusión de conocimientos ininterrumpidamente. Todo se basa a largo plazo en la flexibilidad y la vitalidad de nuestras redes de producción, de transacción y de intercambio de conocimientos. (Lévy, ob. cit, p.13).

Se deduce que en Venezuela hay que potenciar el intelecto colectivo de la comunidad de diseñadores, buscando e impulsando las ideas en común para así construir una comunidad de diseñadores gráficos que se interrelacione entre sí y beneficie a sus miembros, logrando consolidar un colectivo que impacte en la sociedad y fomentar la cultura del Diseño.

Las oportunidades y facilidades que ofrece Internet por medio de la Web 2.0 para crear participación de los usuarios, deben ser aprovechadas para constituir la comunidad de diseñadores. Como Gates menciona que “La Red nos permite formar parte de asociaciones del mundo y, al mismo tiempo, la posibilidad de estrechar relaciones dentro de nuestro vecindario inmediato” (ob. Cit., p. 158).

La Red facilita estrechar relaciones entre las personas; al crear la AVDG, se puede lograr por medio de la Web, una cohesión de la comunidad de diseñadores y fomentar la difusión del Diseño venezolano, así como lo hacen las asociaciones de Diseño más importantes en el mundo.

Capítulo 3: Asociaciones de Diseño gráfico en la red.

La cantidad de asociaciones de Diseño gráfico a nivel mundial son muy numerosas; para el desarrollo de éste capítulo, consideraremos las asociaciones que tienen mayor trayectoria y han contribuido considerablemente con el Diseño gráfico.

El presente capítulo es de carácter descriptivo, se analizarán y compararán las asociaciones seleccionadas de Latinoamérica y el mundo; y se desarrollará un patrón que se tomará como referencia para la conformación de la Asociación Venezolana de Diseño Gráfico (AVDG).

En Venezuela, las asociaciones de Diseño que han existido, como la Sociedad de Diseño (SD), la Asociación de Diseño Gráfico de Venezuela (ADGV), Asociación Venezolana de Diseño (AVD), Asociación Latinoamericana de Diseño (ALADI) Venezuela, se desintegraron o no están en actividad, por lo tanto la presencia en la Web de estas asociaciones es inexistente y no serán descritas en éste capítulo.

3.1. Asociaciones

El impacto que han causado las TICS y la llamada sociedad de la información, mencionada en el capítulo anterior, ubican el contexto en el que se desenvuelven los individuos de ésta época. Nuevas estructuras sociales están surgiendo gracias a la constante interacción entre la tecnología y la sociedad, interacción que según Finkelievich (2005)

...establece tendencias a nivel global, con las redes de asociaciones independientes de ciudadanos que se agrupan en el campo reconocido 'como asociación civil' (...) Estos dispositivos sociales interpretan una nueva utopía comunicacional sin precedentes, al proponer un nuevo compromiso con la sociedad y entre los diferentes actores que la conforman. (p.74).

Todas las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) se ven obligadas, a reaccionar ante los cambios de la sociedad. Partiendo de la definición de La Porte, la comunicación institucional es “aquella realizada de modo organizado por una institución o su representante, dirigida a las personas del grupo y del entorno social en el que desempeña su actividad” (como se cita en Enz, Fatin y Laharrague, 2006) y también expresa Del Gizzo y Rozengardt:

Las organizaciones de la sociedad civil, así como cualquier institución privada o gubernamental, no escapan a la lógica de la sociedad del conocimiento a través de las nuevas tecnologías de información y comunicación. Por el contrario, se nutren, participan y se benefician de ella. (Como se cita en Finkelievich, ob. cit)

Se establece que la manera más adecuada de conducir una asociación con éxito es desarrollar un sistema que por medio de las TICS, logre una proporción entre la acción de la asociación y la comunicación que desenvuelva.

3.2. Asociaciones de Diseño gráfico a nivel mundial

Las asociaciones y organizaciones que serán descritas en este subcapítulo fueron seleccionadas debido a su trayectoria, cantidad de miembros, mención en libros, proyectos y especialmente por su presencia en la Web. La descripción de cada una servirá como referencia y punto de partida para desarrollar los capítulos IV y V.

Primordialmente se hace mención a asociaciones de Diseño gráfico, sin embargo, también se incluyen asociaciones de Diseño en todas sus áreas, ya que éstas se consideran pertinentes y esenciales por el desarrollo de proyectos y aportes a la profesión o por las facilidades y beneficios que ofrecen a sus miembros.

3.2.1. International Council of Communication Graphic Design (ICOGRADA)

ICOGRADA se desempeña bajo el lema “Liderando creativamente” y es reconocido como

el organismo mundial de los profesionales del Diseño de comunicación, concepto definido por ICOGRADA:

El término Diseño Gráfico ha evolucionado a un estado plural con múltiples denominaciones: comunicación gráfica, comunicación visual, diseño visual, diseño de comunicación. Diseño de comunicación, fue la denominación aprobada en la Asamblea General de ICOGRADA en la Habana en el 2007. (ICOGRADA, 2011, p. 42).

ICOGRADA en asociación con *International Design Alliance* (IDA), funciona como una red de organizaciones independientes y sus miembros, trabajan dentro del campo multidisciplinario del Diseño de comunicación. Promueve el valor de la práctica del Diseño, su estudio, investigación y políticas, representando más de 200 organizaciones en 67 países y regiones globales.

Uno de los proyectos vigentes de ICOGRADA es *The Internacional Design Media Network* (IDMN), red que reúne el Diseño de medios del mundo, en una comunidad *online*, y está conformada por participantes de IDMN y sus publicaciones. Está dedicada a establecer y promover estándares y códigos de la profesión del Diseño. Organiza un foro para compartir ideas e información, incentivando debates entre los participantes y la IDA, y contribuyendo al fomento de una base significativa de conocimientos con respecto al Diseño y al papel que éste desempeña en la sociedad.

En la IDMN, participan Argentina y Brasil como únicos representantes de Latinoamérica.

Por medio de la página Web de ICOGRADA y la IDA, se puede acceder a información acerca de ambas organizaciones, noticias, características, programas, investigaciones, educación y medios, relacionados con el Diseño de comunicación. Dentro de estos tópicos se pueden conseguir registros fotográficos, manifiestos, documentos, blogs y otros enlaces que proveen información acerca del desempeño de la Asociación y el desarrollo de sus proyectos.

Disponible en el sitio Web del ICOGRADA, <http://www.icograda.org> (Traducido por la autora del presente Proyecto de Grado)

3.2.2. The Professional Association for Design (AIGA).

AIGA fue fundado en 1914 como el *American Institute of Graphic Arts*, es la organización con adherentes profesionales para el Diseño más antigua. Actualmente se le conoce como *AIGA The Professional Association for Design*, la asociación profesional para el Diseño. Su misión es promover el Diseño como oficio profesional, método estratégico y fuerza cultural.

AIGA representa a la variedad de profesiones que se desenvuelven dentro del marco de Diseño de comunicación en los Estados Unidos, apoyando a los profesionales del Diseño, los educadores y los estudiantes durante sus carreras. También establece el programa nacional en Estados Unidos, para el rol del Diseño en contextos económicos, sociales, políticos, culturales y creativos.

En la actualidad AIGA cuenta con más de 22.000 miembros y un programa de capítulos que permite que sus asociados formen vínculos profesionales y sociales por medio de conferencias, competiciones, lecturas y eventos comunitarios.

En la página Web de AIGA, se puede acceder a una sección que denominan *inspiration*, donde publican proyectos, entrevistas, resúmenes, perfiles e historias personales de diseñadores de distintas partes del mundo, para que inspiren a los integrantes de la AIGA o los visitantes de la página Web.

Otra sección de la página Web está dedicada al intercambio de ideas sobre los beneficios del Diseño en empresas y la sociedad, así como también el papel que desempeña el diseñador profesional.

Disponible en el sitio Web del AIGA, <http://www.aiga.org> (Traducido por la autora del

presente Proyecto de Grado)

3.2.3. Graphic Design of Canada (GDC)

La GDC es una organización integrada por profesionales del Diseño, educadores, administradores, estudiantes y asociados en comunicaciones, mercadeo, multimedia y los campos relacionados con el Diseño.

Desde 1956, la GDC ha sido defensor, voz y recurso de los profesionales del Diseño Gráfico de Canadá. Es el organismo nacional certificación, concesión de licencias a marcas asociadas con los servicios del Diseño gráfico, promoviendo altos estándares de la comunicación visual y la practica ética de negocios que beneficien la industria canadiense, el comercio, servicio público y la educación.

Por medio del Internet, publicaciones, seminarios, eventos, conferencias y exhibiciones, la GDC crea conciencia del rol esencial del Diseño gráfico en los negocios y sociedad actual. Tiene más de 1300 miembros en 9 apartados a lo largo de Canadá y miembros a nivel nacional e internacional, no sólo profesionales sino también estudiantes.

En su portal Web se puede conseguir información acerca de sus proyectos, eventos y noticias. Los contenidos se distribuyen en 6 secciones. Una sección dedicada a los diseñadores, se puede encontrar noticias, eventos, destacados, premios y acceso a la librería, el *blog*, bolsa de empleos, aplicaciones calificadas, suscripción al diario digital. Otra sección para las empresas y negocios, proveen información acerca del Diseño gráfico, el código de ética de la práctica profesional y un buscador de los diseñadores que están suscritos en la bolsa de empleos. En la sección de educación ofrecen información acerca de las carreras y escuelas de Diseño gráfico, becas y premiaciones, búsqueda de miembros estudiantes, membresía de estudiantes y desarrollo profesional.

En otra sección del portal Web, dedican un archivo de las actividades y publicaciones de cada uno de los apartados que representan. La sección de la GDC, informa acerca de los

aspectos formales de la Asociación, patrocinadores y asociados. La última sección invita a los usuarios a formar parte de la GDC.

Disponible en el sitio Web de la GDC, <http://www.gdc.net> (Traducido por la autora del presente Proyecto de Grado)

3.2.4. The Australian Graphic Design Association (AGDA).

AGDA es miembro líder de ICOGRADA. Fue fundada en 1988 para facilitar el desarrollo de la profesión del Diseño gráfico en Australia. Es la organización nacional de los profesionales del Diseño gráfico en Australia y cuenta con más de 2.699 miembros.

El objetivo del AGDA es establecer una justa y productiva relación de trabajo entre los diseñadores y sus clientes. Proveen a los diseñadores los métodos e información necesaria para que desarrollen sus vidas profesionales. AGDA trabaja por el incremento de la conciencia del valor e importancia del Diseño gráfico en los negocios, educación y cultura. ADGA opera por medio de un Consejo Nacional y siete Estados y Territorios, y es administrado por la Oficina Nacional y el Director Nacional Ejecutivo. En su página Web se encuentra una sección para AGDA nacional y otra para sus siete Estados.

Entre las secciones que ofrece AGDA en su página Web, resalta la sección dedicada a la publicación de artículos, redactados por los miembros y en los que expresan su experiencia como profesionales y sus opiniones acerca de la profesión. Se podría decir que fomenta que el diseñador se involucre con la Asociación, los asociados y la profesión por medio del intercambio de ideas y opiniones.

En otra sección de la página Web se ofrece un buscador, todas las empresas o personas interesadas en contactar a los diseñadores pueden recurrir a éste buscador; los resultados que arroja son referencias recopiladas en una base de datos en la que los diseñadores de Australia pueden inscribirse gratuitamente.

La sección de clasificados, funciona como una bolsa de trabajo, propuesta para la búsqueda y oferta de trabajo de los integrantes de la AGDA, en ésta sección también se pueden comprar o vender artículos relacionados con el Diseño. Al mismo tiempo ofrecen una tienda AGDA, en donde se encuentran a la venta libros, revistas, paletas de colores y artículos de interés para los diseñadores.

Disponible en el sitio Web de la AGDA, <http://www.agda.com.au> (Traducido por la autora del presente Proyecto de Grado)

3.2.5. Alliance Graphique Internationale (AGI)

La AGI fue fundada en 1952 en París, ésta alianza une los líderes mundiales del Diseño, en un club de élite profesional con intereses y logros comunes. Sus miembros han sido responsables del Diseño de muchas corporaciones e instituciones reconocidas globalmente. Por medio de la relación e interacción de sus miembros, promueve el Diseño gráfico en conferencias, educación y publicaciones. Fomenta el conocimiento y la comprensión entre jóvenes y el contacto con otras instituciones, organizaciones y compañías relacionadas con el Diseño gráfico.

La AGI expone trabajos de los integrantes que influyen en la difusión de nuevas técnicas e ideas relacionadas con el Diseño gráfico. Tienen un programa de edición de libros que se basan en los pensamientos y obras de sus asociados. Actualmente lo integran alrededor de 370 miembros de 32 países.

La AGI ofrece el AGI *Open*, una conferencia de dos días que está integrada por más de 4 sesiones y más de 30 invitados, entre ellos los más reconocidos diseñadores gráficos a nivel mundial. El *Open* está orientado principalmente al intercambio de ideas entre los expositores y los miembros de la AGI, dándoles oportunidad a los diseñadores emergentes de presentar sus portafolios de trabajo en los entreactos.

En la página Web de la AGI, se publica la trayectoria de la asociación desde sus orígenes

hasta la actualidad, una sección dedicada a *AGI Open*, en la cual informan todo lo relacionado con las conferencias. También en la página Web se puede observar el trabajo de sus miembros, noticias, eventos recientes y un enlace a una galería de fotos de la asociación.

Disponible en el sitio Web de la AGI, <http://www.a-g-i.org> (Traducido por la autora del presente Proyecto de Grado)

3.2.6. The Bureau of European Design Associations (BEDA),

Fundado en 1969. Unió las asociaciones de diseñadores profesionales de Europa y ayudó a promover el desempeño del Diseño en los negocios, ya que el conocimiento del impacto que el Diseño pudiese tener en los negocios era escaso.

Actualmente el BEDA cuenta con 42 miembros de 24 países de Europa; estos miembros son centros, asociaciones, instituciones y organizaciones que promueven el Diseño nacional o regionalmente y representan a más de 400.000 diseñadores de Europa en todas las áreas del Diseño.

El BEDA publica en su página Web oficial que, existe para asegurar la conexión entre sus miembros y las autoridades de la Unión Europea, en orden de comunicar y promover el valor del Diseño y la innovación para la economía.

La sección de la página Web de noticias y eventos pública libros, congresos, exhibiciones, competiciones y noticias acerca de los miembros. Todos los interesados pueden inscribirse gratuitamente y recibir el periódico vía correo electrónico. En otra sección de la página Web, se puede acceder a la descripción de cada uno de sus asociados, donde cada uno de ellos provee enlaces a sus páginas Web personales.

Disponible en el sitio Web del BEDA, <http://www.beda.org> (Traducido por la autora del presente Proyecto de Grado)

3.2.7. La Asociación Española de Profesionales de Diseño (AEPD),

La AEPD nace en 1982 con el objetivo de agrupar a los diseñadores, tanto profesionales como estudiantes, y a las empresas e instituciones del Estado español relacionados con el Diseño. Propone fomentar el intercambio entre los diseñadores y las empresas; y promover el desarrollo profesional, formativo y cultural. En la actualidad reúne a más de un centenar de profesionales de todo el país y desde 1993 organiza los Premios AEPD de Diseño, con categorías nacionales e internacionales.

La AEPD tiene un acuerdo con el Museo Nacional de Artes Decorativas (MNAD), al que asesora y con el que colabora impartiendo conferencias, celebrando encuentros, y realizando exposiciones vinculados a todos los campos del Diseño, se puede descargar información acerca de estos eventos en su página Web; también se puede acceder a noticias, agenda, blog, documentos, directorio y los premios.

Disponible en el sitio Web de la AEPD, <http://www.aepd.es>

3.2.8. Diseñadores de Madrid (DIMAD)

DIMAD es la asociación que busca el acercamiento a los estudiantes, diseñadores jóvenes, profesionales y personas interesadas en el desarrollo y potenciación de lo que ellos llaman, cultura de Diseño. Fue fundada en el 2005 por 17 diseñadores y actualmente cuenta con 374 afiliados de distintas áreas del Diseño. La DIMAD expresa en su página Web:

El diseño se está convirtiendo en un vector clave para el desarrollo de la cultura y la economía española. Su empuje se ve reflejado en el crecimiento exponencial del número de profesionales, en la proliferación de centros de enseñanza, en el espectacular aumento de estudiantes, en la rápida implantación social del diseño como nueva profesión y en la contrastada calidad del trabajo de nuestros diseñadores. (Diseñadores de Madrid, 2005).

Uno de los programas que ha desarrollado DIMAD es la Central de Diseño, fundada en el 2007. Es un espacio que funciona como eje de la cultura contemporánea, un lugar de comunicación entre el Diseño y la ciudad. Su objetivo es divulgar, promover y desarrollar la cultura del Diseño en todas sus áreas y hacer de Madrid una ciudad referente al Diseño a nivel internacional. En la actualidad tiene un promedio de 7.500 visitantes al mes.

DIMAD con la Central de Diseño, es el organizador de la Bienal Iberoamericana de Diseño (BID). La BID nace en el 2007 y es uno de los eventos más importantes de promoción del Diseño contemporáneo que se realiza en Latinoamérica, España y Portugal. Es una muestra de proyectos iberoamericanos, se celebra cada dos años en Madrid, con el objetivo de dar a conocer el Diseño de Iberoamérica.

En la página Web oficial de la DIMAD, se tiene acceso a información de su identidad, la galería de socios y sus beneficios, programación, publicaciones, seminarios, cursos y otros eventos de formación, programa de talleres para escolares de educación primaria; una sección de empleos, en la cual los interesados envían su Curriculum Vitae y la asociación se encarga de enviarlos a los adherentes, sin ningún costo, facilitando así la búsqueda laboral de los diseñadores. La sección de recursos, proporciona enlaces a asociaciones de Diseño a nivel mundial al igual que foros, blogs y libros que puedan ser de interés. En la región de Sur América, solo figuran tres asociaciones procedentes de Brasil.

Disponible en el sitio Web de la DIMAD, <http://www.dimad.org>

3.3. En Latinoamérica

La representación de asociaciones de Diseño gráfico en Latinoamérica es escasa, son pocos los países que cuentan con asociaciones u organizaciones formales que representen el Diseño y que tengan presencia en la Web.

La muestra de éste subcapítulo, se basará en los mismos criterios que los que se tomaron en cuenta para la selección de las asociaciones internacionales.

En el caso de Venezuela, no hay registros de que exista en la actualidad alguna asociación activa de Diseño, en cualquiera de sus áreas, por lo tanto, no será mencionada ninguna asociación venezolana.

3.3.1. La Asociación Latinoamericana de Diseño (ALADI).

ALADI fue fundada en 1980 en Bogotá, Colombia, por un grupo de diseñadores que buscaban la inserción y presencia del Diseño en Latinoamérica.

ALADI, organiza, participa, desarrolla, promueve, patrocina, auspicia y tutela convenios nacionales e internacionales, pasantías, capacitación, concursos, exposiciones, muestras, congresos, jornadas, conferencias, talleres, programas de enseñanza, proyectos de investigación, publicaciones relacionadas con el Diseño y mantiene activo el interés en todas las actividades relacionadas con su problemática y producción.

Actualmente está conformado por: Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, Guatemala, México, Nicaragua, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. En cada uno de los países miembros, la Asociación se hace presente a través de la figura legal, creada conforme a las normativas propias del país. La Presidencia de ALADI es actualmente responsabilidad del Presidente ALADI ARGENTINA.

La presencia de ALADI en el Internet es escasa, su página Web oficial registra que la asociación ha trabajado desde 1980 hasta el 2009, demostrando el poco interés que tienen en la actualización de estos medios digitales. El último registro de actividad de ALADI fue el primer Seminario Creativo de Innovación Integral Piriapolis-Uruguay 2011 y fue una de las asociaciones que participó en el Encuentro Latinoamericano de Diseño 2012 en la Universidad de Palermo.

La actividad actual de ALADI es desconocida, su página Web no proporciona información actualizada, por lo tanto es difícil para aquellos ajenos a la asociación hacer un seguimiento de los posibles proyectos. Se desconoce la existencia de ALADI Venezuela, ya que no se ha registrado ningún tipo de actividad.

Disponible en el sitio Web de ALADI, <http://www.disenioaladi.org>

3.3.2. Asociación de Diseñadores Gráficos de Colombia (ADGCO)

La ASDGCO tiene como objetivo promover la formación de profesionales calificados de Diseño gráfico en Colombia y su desarrollo profesional. Agrupar a los diseñadores gráficos en Colombia, para buscar soluciones en conjunto y mejorar la profesión a través del debate y análisis creando diferentes espacios. También se encarga de representar los intereses legales y jurídicos de los asociados.

Los objetivos, estatutos y el Código de Ética de la ADGCO, se encuentran publicados en su página Web. En la sección de miembros, se puede acceder a un listado de los integrantes de la asociación y los mismos tienen la oportunidad de publicar sus portafolios; ésta sección también provee un opción de bolsa de trabajo, en donde los diseñadores que están en busca de empleo publican su Curriculum Vitae.

La sección de archivo publicada en la página Web de la ADGCO contiene artículos, noticias, entrevistas, diccionario, recomendaciones y datos de interés relacionados con el Diseño.

La página Web también ofrece una librería *online*, una sección de eventos y conferencias; la sección denominada consultorio, que ofrece asesoramiento legal; el directorio, que hace referencia a organizaciones relacionadas; y por último la sección que publica una lista con las oportunidades de estudio de Diseño gráfico en Colombia.

Disponible en el sitio Web de la ADGCO, <http://www.adgcolombia.org>

3.3.3. Centro Metropolitano de Diseño (CMD)

El CMD es una entidad pública de la Ciudad de Buenos Aires, en la órbita del Ministerio de Desarrollo Económico. Este Centro es reconocido en toda Latinoamérica por impulsar la incorporación del Diseño a las empresas de la Ciudad y generar más trabajo y mejor calidad de vida.

Sus principales objetivos son apoyar y estimular iniciativas privadas y públicas vinculadas al Diseño, promoviendo y coordinando la interacción entre los diseñadores y los empresarios; colaborando con la integración del sector, acompañando a los emprendedores en su crecimiento; ayudando a formar una red nacional de centros, institutos y organizaciones; elaborando, organizando y difundiendo conocimientos que sirvan a la gestión de la profesión; colaborando para que Buenos Aires sea un punto de referencia del Diseño en Latinoamérica.

En el 2005, la organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), reconoció a Buenos Aires como Ciudad de Diseño, incluyéndolo en su programa Red de Ciudades Creativas de la Alianza Global para la Diversidad Cultural. Fue elegida por su fuerte impulso público y privado de inserción y desarrollo disciplinar del Diseño.

El CMD cuenta con un espacio físico ubicado en el barrio de Barracas en la Capital Federal, Argentina. El llamado Distrito de Diseño Barracas, promueve la vinculación del Diseño y el desarrollo del territorio. Este espacio está acondicionado para la realización de eventos y proyectos que fomenten la difusión y formación del Diseño. Funcionan talleres de capacitación, laboratorios de incubación de emprendedores, programas de residencias y áreas gubernamentales dedicadas a la promoción de industrias creativas.

En la página Web del CMD se puede encontrar la agenda de los eventos realizados en el centro; en la sección de servicios CMD, una bolsa de trabajo en la cual los diseñadores

que están en busca de empleo pueden publicar su Currículo Vitae; talleres que aporten a la formación y desempeño de los diseñadores; y publicaciones de guías, investigaciones o conferencias realizadas por el CMD y sus miembros. La sección de Industrias Creativas, otro de los programas que se desarrollan en el Centro, se encarga de utilizar la creatividad y el capital intelectual como principales insumos.

La Red Amigos CMD, es una asociación civil sin fines de lucro que colabora en el desarrollo de acciones que promuevan, impulsen y difundan el valor económico, social y cultural del Diseño con el objetivo de generar más trabajo y mejorar la calidad de vida.

Disponible en el sitio Web del CMD, <http://www.cmd.gov.ar>.

3.3.4. Red Argentina de carreras de Diseño en universidades nacionales (DiSUR)

DiSUR se formó ante la necesidad de proyectar la enseñanza del Diseño, desde las regiones locales hacia la nación. Se constituyó en el 2007 como plataforma académica con proyectos de conformar una confederación latinoamericana de carreras de Diseño. DiSur busca un colectivo que se encargue formalmente de las carreras de Diseño en las universidades nacionales argentinas, por medio de políticas de investigación, enseñanza, programas de transferencia para áreas de desarrollo y políticas regionales sobre el Medio ambiente.

Por medio de su página Web publican novedades relacionadas con el Diseño y facilitan a los interesados en los estudios de Diseño en Argentina el acceso a una base de datos nacional, que consta de una lista de las escuelas de Diseño con las carreras y postgrados, profesores y materias por carreras; sin embargo actualmente los enlaces proporcionados en la lista no direccionan a ninguna página Web.

Disponible en el sitio Web del CMD, <http://www.disur.edu.ar>.

3.3.5. Asociación de Diseñadores en Comunicación Visual de la provincia de Buenos Aires (ADCVBA)

La ADCVBA fue creada en el 2005, se encarga de agrupar a diseñadores universitarios y terciarios egresados de instituciones públicas y privadas de la provincia de Buenos Aires (reconocidas por el Ministerio de Educación de la Nación), con el fin de formar una representación colectiva ante la sociedad, que permita a los profesionales debatir, analizar y posicionar la profesión; y a su vez defender y promover a los profesionales del Diseño bonaerense.

En su página Web se puede acceder a las filiales, acciones, servicios, prensa y agenda. En la sección de agenda, publican los eventos, conferencias, concursos y seminarios relacionados con el Diseño. Esto facilita, tanto a los miembros como a los usuarios de la página Web, el acceso a la información y la concurrencia a los eventos, que a su vez pueden aportar de manera positiva a la profesión y sus profesionales.

Disponible en el sitio Web del CMD, <http://www.adcv.org.ar>.

3.3.6. Unión de Diseñadores gráficos de Buenos Aires (UDGBA).

Desde agosto del 2003, se comenzó a conformar la UDGBA, con la finalidad primordial de difundir, jerarquizar y promover la profesión, conformando nuevos espacios que estimulen la participación y contacto entre diseñadores; y a su vez involucre otros ámbitos institucionales, empresariales, sociales y académicos.

En su página Web la UDGBA, publica una breve reseña histórica de la formación de la asociación, quienes son sus miembros activos, las actividades y proyectos que realizan, noticias, agenda, participación, biblioteca y una sección de enlaces a las casas de estudio que incluyen el diseño gráfico como carrera profesional.

Disponible en el sitio Web del UDGBA, <http://www.udgba.com.ar>

3.3.7. Colegio de Diseñadores de Chile (CDC)

El CDC se constituyó en 1986, con el objetivo del perfeccionamiento profesional, científico y tecnológico de sus miembros; prestar servicio a la comunidad; velar por el desarrollo y disciplina del Diseño y por el progreso y protección de sus profesionales.

El número de asociados constituyentes es de 98. Los miembros de esta asociación gozan de beneficios relacionados con la educación, proyectos y servicios, los que se encuentran especificados en la página Web de la asociación, así como los estatutos y códigos de ética establecidos.

En la sección de comunidad, en la página Web del CDC, se puede acceder a una lista de las escuelas de Diseño, empresas, colectivos y colegiados. Ofrecen una agenda con los más recientes acontecimientos relacionados al Diseño y proporcionan enlaces con las redes sociales de la asociación, invitando a los visitantes de la página a integrarse a ellas. Esto proporciona a los miembros, aspirantes e interesados la oportunidad de mantenerse informado, no solo con las actividades del CDC sino también de otras actividades relacionadas con el Diseño.

Disponible en el sitio Web del CDC, <http://colegiodisenadores.cl>

3.4: Conclusiones preliminares.

De lo observado en las asociaciones a las que se hace mención en el subcapítulo de asociaciones internacionales, se puede resaltar que han perdurado en el tiempo; dichas asociaciones presentan una organización y planificación que permite generar proyectos que favorecen a los miembros, los profesionales y la profesión.

Algunas de las asociaciones cuentan con un número importante de miembros, si es alta la participación de los miembros, se desarrollan mayor cantidad de proyectos y las páginas Web ofrecen mayor facilidad para el intercambio de información.

Se puede observar que las asociaciones, que tienen cobertura internacional, ofrecen a sus miembros y visitantes la oportunidad de relacionarse con la asociación, a través de la participación en eventos, congresos, talleres o por la Web, redes sociales o el blog de la asociación, en donde el usuario puede compartir información.

En el caso de las asociaciones de Diseño latinoamericanas, es notable que la mayor presencia está en Argentina, no se tomaron en cuenta todas las asociaciones existentes, pero existen asociaciones por cada provincia que ofrece estudios de Diseño, éstas se encargan de representar y organizar a los estudiantes y profesionales.

Los aspectos en común que se observó que contienen las páginas Web de cada asociación son: la reseña histórica y objetivos de la Asociación, los beneficios que ofrecen a los miembros y sus perfiles, enlaces con las Redes Sociales, invitación a registrarse en la página Web o a ser miembro.

Algunas ofrecen otro tipo de facilidades como: bolsas de empleos y buscadores de diseñadores, para la búsqueda de trabajos tanto para los diseñadores como de los clientes; una agenda en la que publican los eventos relacionados con el Diseño; archivos que contienen todos los proyectos que han sido efectuados por las asociaciones; espacios destinados a la publicación de los portfolios de los miembros; entre otros.

Para establecer cuáles serán las secciones que ofrecerá la página Web de la AVDG se debe primero constituir su identidad y su Marca, para luego priorizar y determinar lo que se ofrecerá en la Red.

Capítulo 4: Asociación Venezolana de Diseñadores Gráficos (AVDG)

Los contenidos descritos en este capítulo parten de hechos observacionales, se toma como referencia lo explicado en los capítulos 1 y 2; se establecerán los aspectos técnicos y legales de la Asociación, tomando como base lo planteado por las asociaciones descritas en el capítulo 3.

Este capítulo fue escrito por la autora de este Proyecto de Grado, con la visión de que en un futuro sirva como aporte en la conformación, formalización y determinación de la documentación de la Asociación; que funcione como punto de partida o referencia para los Miembros fundadores, quienes conjuntamente deben evaluar y debatir acerca de todas los objetivos, normas y estructuras que se establecerán para la Asociación.

4.1. Justificación

Se consideró que el nombre oportuno para la asociación sería: Asociación Venezolana de Diseño Gráfico, correspondiendo a las siglas AVDG.

Se eligió ésta designación ya que se buscó un calificativo que cumpliera con el requisito de hacer referencia directa a la Asociación y a quienes está dirigida, además es de fácil recordación y favorece su búsqueda en la Web.

La Asociación de Diseñadores Gráficos de Buenos Aires (ADG) indicó los momentos de la evolución histórica de la sociedad en los que hubo aportes significativos para la comunicación visual y los determinó como marco referencial para establecer límites en la actividad profesional del Diseño de Argentina. Produjo una definición del Diseño gráfico provisoria y modificable, debido a los cambios que ocasionó el avance y desarrollo tecnológico; estudió el desarrollo de la profesión en el mundo y lo contrastó con el de Argentina; todo ello dio como resultado los principios o motivaciones para formar la ADG. (Asociación de Diseñadores Gráficos de Buenos Aires, 1981).

Tomando como referencia lo planteado por la ADG, en los capítulos anteriores de este Proyecto de Grado, se ubica el contexto actual de la disciplina del Diseño gráfico en Venezuela y las dificultades que enfrentan los diseñadores; se analiza el desarrollo de las nuevas tecnologías y el impacto en la sociedad actual; se describen asociaciones de Diseño gráfico que han aportado a su desarrollo y difusión, en el mundo y Latinoamérica; se evalúan los aspectos en común entre dichas asociaciones y se establecen patrones o técnicas que pueden aportar en la conformación de la AVDG.

Todo lo mencionado anteriormente justifica y establece las razones de la conformación de la AVDG y el proyecto de una página Web como principal instrumento de difusión.

Al evaluar todas las dificultades, expuestas en el capítulo 1, que presenta el Diseño gráfico como disciplina en Venezuela, se puede decir que con la existencia de una Asociación que se encargue de regular la profesión, estableciendo pautas y códigos en el perfil del diseñador gráfico, así como los requisitos que deben presentar los planes de estudio de las instituciones de enseñanza, formando un punto de referencia para los diseñadores y la sociedad, para evaluar de manera crítica y no su desempeño.

Si se consolida la profesión en Venezuela, se formará una autoconciencia en la comunidad de Diseño que se verá reflejada en la sociedad. Por lo tanto una asociación que se involucre con el diseñador y le ofrezca apoyo durante sus estudios y en el ejercicio de la profesión, puede crear confianza e impacto en la sociedad, que tomará tiempo en mostrar cambios notables, pero que permitirá que la profesión se sitúe en el campo laboral y el educativo y goce de los mismos privilegios que cualquier otra profesión en el país, como la ingeniería civil.

4.2. ¿Qué es la AVDG?

Una Asociación Civil sin fines de lucro que representa legalmente los intereses de los profesionales del Diseño gráfico y la comunidad de diseñadores en Venezuela; defiende

e incrementa el conocimiento de los principios profesionales y la práctica de la disciplina al establecer el primer Código de Ética del país; el Diseño gráfico, busca desarrollar los mejores intereses de la humanidad y el Medio ambiente; promueve el reconocimiento y el respeto del Diseño ante los clientes, empleados y la sociedad; facilita la cooperación de organizaciones e instituciones vinculadas al Diseño, en promoción del cumplimiento de los objetivos de la Asociación; y apoya el progreso de la enseñanza del Diseño gráfico en el país.

Las asociaciones civiles pueden tener una gran diversidad de objetivos, pero lo esencial y trascendente es aquello que los tratadistas alemanes dominan “fines ideales” y el fin ideal que por excelencia en la asociación es el bien público, común, general. (Salvat, 1988)

El objetivo principal de la AVDG es formalizar y fortalecer la profesión del Diseño gráfico en Venezuela, con la finalidad de:

- a) Convertirse en un medio confiable de referencia para la promoción, proyección y difusión del Diseño gráfico Venezolano.
- b) Conformar una comunidad de diseñadores que se comporten bajo el mismo Código de Ética y persigan los mismos fines de la Asociación.
- c) Difundir el Diseño gráfico venezolano entre los diseñadores de Venezuela y el mundo.
- d) Promover el reconocimiento de la profesión como una disciplina digna y de importancia para el desarrollo del país y la sociedad.
- e) Representar los intereses legales, sociales y culturales de los asociados y los profesionales del Diseño gráfico.
- f) Publicar una página Web cuyo objetivo principal sea la difusión del Diseño gráfico venezolano en Venezuela y el mundo, y por medio de la cual se fomente el

intercambio y encuentro profesional entre los diseñadores gráficos, miembros de la Asociación y sus usuarios; y ofrezca un espacio que facilite el acceso a información y bibliografía relacionada con el Diseño Venezolano.

- g) Mantener informados a los miembros de los eventos y actividades relacionadas con el Diseño, que contribuyan al crecimiento profesional de los diseñadores.
- h) Promover un plan de estudios que establezca parámetros de enseñanza de profesionales calificados de Diseño gráfico en Venezuela.

4.3. ¿Cuáles son sus estrategias?

Para alcanzar sus fines y objetivos la AVDG propone:

- a) Agrupar a los diseñadores gráficos de Venezuela y, a través del intercambio de ideas, generar soluciones y aportes para el desarrollo de la profesión.
- b) Generar un espacio de discusión e investigación sobre el Diseño gráfico y quienes lo ejercen.
- c) Organizar actividades que aumenten el conocimiento profesional de los asociados.
- d) Reunir las instituciones de enseñanza de Diseño gráfico del país y formar un Comité de enseñanza que se encargue de garantizar la educación de diseñadores gráficos competentes.
- e) Presencia en las redes sociales que involucren a los diseñadores gráficos con la Asociación.
- f) Alentar y asistir a los estudiantes del Diseño gráfico, nuevos diseñadores y veteranos en el desarrollo de Diseño de calidad y ética en la práctica profesional.
- g) Ofrecer a los clientes asistencia en el entendimiento de un diseño de calidad y la importancia de la práctica profesional del diseñador.

- h) Afiliar a todas las instituciones relacionadas con el Diseño y que contribuyan con el cumplimiento de los objetivos de la Asociación.
- i) Organizar actividades que generen ingresos financieros para el sustento propio de la Asociación.

4.4. Actividades

La AVDG podrá realizar todo tipo de actividades siempre y cuando no violen ninguna norma establecida en los Estatutos, el Código de Ética o el Código Civil. Estas actividades deben ser orientadas exclusivamente al cumplimiento de los objetivos de la Asociación o corresponder directamente a su beneficio y desarrollo. Pueden ser dirigidas a los asociados, clientes, empleados o interesados en el Diseño Gráfico o la Comunicación Visual.

Dentro de las posibles actividades a realizar por la AVDG figuran: conferencias, congresos, emprendimientos, publicaciones, concursos, talleres, premiaciones, festivales, exposiciones, asesorías, presentaciones, ferias, espectáculos, seminarios y debates.

4.5. Estatutos

“Los estatutos regulan la vida de la entidad y todos los asociados quedan obligados a su cumplimiento, pues lo allí estipulado constituye un contrato entre ellos”. (Salvat, ob. cit, pág. 35)

Las asociaciones en Venezuela son libres de establecer sus propios estatutos siempre y cuando no contradigan lo establecido en las Leyes de las Asociaciones Civiles contempladas en el Código Civil, Libro Tercero, de las Maneras de Adquirir y Transmitir la Propiedad y demás Derechos, Título X, de las Sociedades, anexo en el Cuerpo C del presente Proyecto de Grado.

El Estatuto de la AVDG fue redactado por la autora del presente Proyecto de grado,

tomando como referencia los Estatutos de las Asociaciones mencionadas en el Capítulo 3 y el modelo de estatutos publicado en Salvat (ob. cit.). El Estatuto de la AVDG se encuentra en el Cuerpo C de éste Proyecto de Grado.

Las normas establecidas en el Estatuto de la AVDG se distribuyen en 8 capítulos y están conformados por una totalidad de 38 artículos. A continuación se describirán brevemente los contenidos de cada capítulo y se profundizará en los que se consideran pertinentes para la comprensión de la estructura de la Asociación.

4.5.1. Capítulo I y II

Los primeros 4 artículos determinan el nombre de la Asociación, las siglas que la identifican, su naturaleza y duración. Los artículos quinto, sexto y séptimo describen los objetivos, finalidades y las posibles actividades a realizar para el cumplimiento de sus fines.

4.5.2. Capítulo III

Incluye los artículos 8, 9, 10 y 11. Establece quienes pueden ser miembros de la Asociación, cómo son admitidos y cuáles son sus derechos y obligaciones.

Podrán ser miembros de la AVDG todas las personas jurídicas y naturales, en Argentina se denomina a las personas naturales como físicas, con interés en colaborar con el cumplimiento del objetivo de la Asociación, que desempeñen con los requisitos establecidos por la misma y asuman los compromisos señalados en el Estatuto.

La Asociación tendrá cinco clases de miembros:

1. Miembros Regulares: todos los diseñadores gráficos profesionales o estudiantes, naturales o jurídicos que deseen aportar a los objetivos de la Asociación.
2. Miembros Profesionales: todos los diseñadores gráficos, naturales o jurídicos, que trabajen en el campo del Diseño gráfico y que por medio de su empresa o compañía

colaboren con la Asociación.

3. Miembros Honorarios: todas aquellas personas naturales o jurídicas que hayan contribuido con la Asociación o con el Diseño gráfico del país y merezcan tal distinción.
4. Miembros Colaboradores: todas aquellas personas naturales o jurídicas que manifiestan su voluntad de colaborar en forma permanente con la Asociación y aportan al cumplimiento de sus objetivos.
5. Miembros Fundadores: Los asociados que formaron parte de la constitución de la Asociación y firmaron el Contrato de Sociedad.

4.5.3. Capítulo V:

Las normas relacionadas con la dirección, asesoría y administración de la Asociación se describen en los artículos comprendidos entre el 15 y el 31. La AVDG estará a cargo de los siguientes tres órganos: Asamblea General de Asociados, Junta Directiva y Dirección Ejecutiva.

1. Asamblea General de Asociados: la máxima autoridad de la Asociación. Estará compuesta por todos los miembros.
2. Junta Directiva: integrada por siete miembros. Entre sus funciones se destacan el asesorar, planear, dirigir y controlar la ejecución de los programas y actividades de la Asociación; aprobar o desaprobar la estructura administrativa, el personal y la remuneración de sus empleados; interpretar el Estatuto y dictar los reglamentos internos que sean necesarios; admitir o excluir miembros; establecer el Código de Ética del ejercicio de la profesión.
3. Dirección Ejecutiva: estará a cargo de un Director Ejecutivo que será nombrado y removido libremente por la Junta Directiva. El Director Ejecutivo o su suplente será el

representante legal de la Asociación y se encargará de hacer cumplir los Estatutos, reglamentos, acuerdos y decisiones de la Asamblea General de Asociados y de la Junta Directiva.

4.5.4. Capítulo IV, VI, VII y VIII

En los artículos 13 y 14 se establece el patrimonio de la Asociación, los bienes y rentas que lo conforman. Los artículos 32 y 33 instituyen los procedimientos que se deben seguir para desarrollar el balance de la contabilidad de la Asociación.

Los procedimientos a seguir en caso de una reforma de Estatutos y disolución o liquidación de la Asociación se contemplan en los artículos 34, 35 y 36. Los procesos de expedición de los reglamentos se explican en los dos últimos apartados de los Estatutos.

4.6. Código de Ética

El Código de Ética está conformado por las normas que guían a los asociados en su conducta y práctica profesional, asegurando un balance justo entre los requisitos de los miembros, los clientes, la profesión, la sociedad y el Medio ambiente. No solo reconoce la responsabilidad profesional del Diseñador gráfico, sino que lo compromete a formar parte de las áreas de la sociedad en las que el Diseño gráfico tiene mayor influencia.

Las responsabilidades de los miembros pautadas en el Código de Ética de la AVDG son 46 y se clasifican en 4 secciones: con la Asociación y la Profesión, con otros miembros, con los clientes y empleados, y con la sociedad y el Medio ambiente.

Por medio de las normas establecidas en el Código se busca resolver las problemáticas planteadas en el Capítulo I de éste Proyecto de Grado, tales como la dignificación de la profesión, la cohesión de la comunidad de diseñadores gráficos y el conocimiento de la sociedad acerca del desempeño del Diseño gráfico.

Este Código de Ética está basado en el modelo del Código de ICOGRADA, AGDA y la

IDA. Los miembros de la AVDG se comprometen a cumplir y adoptar los principios establecidos en estos escritos.

4.7. Beneficios para los Miembros

La AVDG ofrece a todos sus miembros beneficios que contribuyen a su formación profesional y fomentan a su desarrollo y participación en la Asociación. Los asociados gozan de:

- a) La oportunidad de formar parte de una base de datos, la que recompila las hojas de vida de los miembros y los publica en la Página Web de la Asociación, facilitando la búsqueda de empleo de los diseñadores y de aquellos que soliciten sus servicios.
- b) El derecho de divulgar su posición de asociado a la AVDG, utilizando la marca de la Asociación en su material de promoción.
- c) Recibirán un boletín electrónico, en el que se informará la situación actual de la AVDG, el desarrollo de los proyectos que estén en marcha, las actividades de interés y cualquier dato relevante concerniente a la Asociación o el Diseño.
- d) Contarán con descuentos en las actividades o publicaciones organizadas por la AVDG o sus afiliados.
- e) Aceptar invitaciones a eventos de Diseño o ferias profesionales que la AVDG reciba.

4.8. Usuarios de la Web

El tránsito a través del ciberespacio nos hace habitantes o usuarios del mismo. Nos convertimos en usuarios desde el momento en el que accionamos un mecanismo construido o nos movemos en un espacio construido. Todos somos usuarios (...) Y usamos los objetos y los espacios a partir del conocimiento que tenemos de ellos a través del lenguaje. (Royo, ob. cit, p. 100)

Los usuarios, pueden registrarse a la base de datos que ofrecerá la página y gozar de beneficios como: el boletín mensual con las noticias acerca de los proyectos realizados por la AVDG y otros temas de interés acerca del Diseño venezolano y el mundo.

También con su nombre de usuario, pueden recibir descuentos en los eventos que requieran el pago de alguna matriculación y prioridad al momento de seleccionar participantes de eventos, congresos, concursos y otros.

Se debe fomentar la relación con los usuarios; se propone que se haga énfasis en la participación del blog y las Redes Sociales de la AVDG, para permitir a los usuarios la interacción e intercambio de información con otros usuarios y miembros, y se forme una comunidad digital que apoye y fomente el desarrollo de la Asociación y la difusión del Diseño gráfico.

Es importante que se respeten los puntos establecidos en este capítulo, si bien, en el momento de la conformación de la AVDG se modifica alguno de los Estatutos o Códigos de Ética, se debe asesorar a los Miembros y fomentar su cumplimiento; y así asegurar que la identidad de la Asociación se fortalezca, permanezca en el tiempo y trabaje en búsqueda del cumplimiento de sus objetivos y lo que favorezca a la disciplina.

Capítulo 5: Marca de la AVDG

En éste capítulo se explicará que es una Marca, como se clasifican y cuáles son los pasos que se deben dar para su creación. Se presentará la propuesta de la Marca de la AVDG, explicando los procesos que implicaron su desarrollo.

5.1. Marca

Para la creación de la Marca de la AVDG se debe conocer primero cuales son las categorías de las marcas, para luego establecer qué tipo de Marca será la que represente la Asociación.

Valdés de León (2011) define que el diseño de la Marca como una especialidad del Diseño gráfico, está formada por signos heterogéneos que pertenecen a registros perceptuales y teóricos radicalmente diferentes: el nombre y una o más imágenes visuales. Estos signos representan la identidad y personalidad propia de una empresa o institución y la de sus productos y servicios; ofreciendo a empresas e instituciones, la condición de propiedad exclusiva y pertenencia a una determinada agrupación.

La marca se puede describir como un signo lingüístico que se manifiesta de dos maneras diferentes y a su vez complementarias: la verbal, que corresponde al nombre; y la visual, que representa la marca diseñada, a continuación se referirá brevemente como Valdés de León (ob. cit) las describe:

El signo lingüístico verbal se refiere al nombre que distingue a una empresa o institución; y el signo lingüístico visual corresponde a la representación visual de la Marca, la Marca diseñada, y consiste en:

Un sistema complejo de signos lingüísticos visuales contruidos de manera artificial, que condensa en términos de forma y color estables de carácter (personalidad, atributos, cultura) de una empresa o institución y la identidad

asumida por ésta como propia, con la finalidad de comunicarla a un público y un Mercado específico de manera unívoca, exclusiva y original. (Valdés de León, ob. cit, p. 227)

La Marca diseñada se conforma por cuatro componentes: la imagen tipográfica o caligráfica, acompañada en algunos casos por una imagen icónica o geométrica, colores institucionales o cromatismo y relaciones espaciales.

5.2. Clasificación de las Marcas

Valdés de León (ob. cit) clasifica las Marcas como: tipográficas, icónicas, geométricas y casuales. En este subcapítulo se describirán brevemente cada una de ellas, ya que para la creación de marca de la AVDG es necesario conocer los tipos de Marca para poder definir, cuál es el tipo implementado para la Asociación.

5.2.1. Marcas Tipográficas

Las Marcas Tipográficas son las que destacan visualmente el aspecto lingüístico verbal, utilizando imágenes visuales escriturales, que pueden ser de carácter denotativo o connotativo, la tipografía puede sufrir modificaciones visuales por medio de operaciones retóricas hasta llegar a lo que se denomina logotipo.

En el caso de la AVDG, los cambios morfológicos mencionados anteriormente se pueden efectuar sobre la totalidad de las letras del nombre o solo sobre las siglas.

5.2.2. Marcas Icónicas

Las Marcas Icónicas simbolizan la identidad de la empresa, institución, producto o servicio, por medio de imágenes visuales analógicas de objetos de diversa índole, que pueden estar representadas en su totalidad o parcialmente; y deberán estar relacionados semánticamente con la identidad de lo que representa. Las Marcas icónicas son divididas en cuatro categorías literales, causales, simbólicas y arbitrarias o herméticas.

En las Marcas literales, la imagen icónica representa el mismo objeto que el nombre que designa la Marca, como por ejemplo el caso de la empresa de equipos tecnológicos *Apple*, su imagen icónica, una manzana, hace referencia directa al nombre de la empresa.

En las Marcas causales, la imagen icónica representa un objeto material que está asociado directamente a la empresa, institución, producto o servicio. Como es el ejemplo de la imagen de Michelin que está constituida por una antropología del producto mismo.

Las Marcas arbitrarias o herméticas, son aquellas en las cuales la imagen icónica y la identidad de la empresa no tienen relación evidente. Es el caso de *Goodyear*, su imagen icónica es la sandalia de Hermes.

5.2.3. Marcas Geométricas

Las Marcas geométricas son aquellas en las que la identidad de la empresa. Institución, producto o servicio, está representada por imágenes visuales de objetos racionales de construcción geométrica y sin ninguna relación con la realidad. Estas imágenes están relacionadas, culturalmente, con valores como la solidez, dinamismo, seguridad, estabilidad y otras que se consideran pertinentes con la identidad de la empresa, como es el caso de Mercedes-Benz.

5.2.4. Marcas Casuales

Las Marcas casuales, son las que utilizan imágenes visuales que no corresponden a ninguna de las categorías mencionadas anteriormente.

5.3. Criterios de una Marca diseñada

Valdés de León (ob. Cit.) plantea una serie de parámetros que deben ser considerados al momento de evaluar el producto final del Diseño de una marca, para evitar que se involucren juicios y criterios subjetivos.

5.3.1. Partido Conceptual

Debe existir una relación objetiva entre la empresa, institución, producto o servicio, y la identidad asumida como propia. El concepto a comunicar debe formar parte de la perspectiva cultural de los destinatarios. La Marca debe denotar un elemento innovador que lo diferencie de los demás. El concepto debe ser claro y único, para evitar interpretaciones erróneas.

5.3.2. Partido Gráfico

Corresponde a los aspectos formales de la representación visual de los conceptos que se mencionaron anteriormente, hace referencia al aspecto gráfico de la Marca diseñada.

La lectura pública del signo visual debe ser percibido por los destinatarios de manera, directa e inmediata, sin interferencias de ninguna índole; su estructura formal deberá ser clara y rigurosa, obtenida mediante una construcción geométrica que permita eliminar rasgos irrelevantes y obstaculicen su percepción e interpretación.

Debe presentar un alto grado de pregnancia, que es entendida como “la medida de la fuerza con que una imagen se impone en la mente del perceptor” (Valdés de León, ob. Cit, p.234), si se cumple con este requisito será más fácil que el destinatario recuerde la Marca.

5.3.3. Requerimientos Operativos

El signo visual debe tener, la capacidad de responder a las diferentes aplicaciones a las que se va ver sometido; poder ser reproducido en diferentes tamaños por los sistemas de impresión y difusión, sobre diferentes formatos y soportes, sin perder su calidad; versatilidad al ser implementado en situaciones para-gráficas, como ser representado volumétricamente, animado o en cualquier soporte digital.

El signo gráfico debe funcional como generador de un Sistema de Identidad Visual

complejo y flexible, que perdure en el tiempo y contribuya con la construcción de una Identidad Corporativa y la creación de una Identidad Institucional sólida y positiva.

5.4. La Marca de la AVDG

Tomando como punto de partida lo establecido en el capítulo 4 de éste Proyecto de Grado, donde se refieren los aspectos que definen la identidad de la Asociación, y los aspectos de las Marcas descritos en éste capítulo, se procederá a explicar el proceso de Diseño de la Marca de la AVDG, diseñada por la autora del presente Proyecto de Grado.

El partido conceptual de la Marca es que debe ser representada de manera clara e innovadora, juvenil y sobria, alusiva al Diseño gráfico, que impacte en la sociedad de diseñadores y el resto de los individuos.

El partido gráfico de la Marca debe ser legible, construido por diferentes operaciones retóricas, que le brinden atributos diferenciales que llamen la atención y generen un alto grado de pregnancia.

Los requerimientos operativos que debe seguir la Marca son que el signo no pierda la legibilidad y calidad al ser sometido a cambios de tamaño, impresiones en cualquier tipo de soporte, soportes digitales; que sea apto para ser construido volumétricamente, animado o aplicado en cualquier material.

El resultado final del Diseño de la Marca es un logotipo, por lo tanto corresponde a la categoría de Marcas Tipográficas.

Los principales pasos a seguir para la creación de una Marca tipográfica son algunos los siguientes: elegir un alfabeto estándar; destacar la función expresiva de la empresa por medio de una tipografía manuscrita; la elección entre mayúsculas y minúsculas; iniciación del proceso de connotación mediante la utilización de variables morfológicas de la tipografía; utilización de las variables espaciales como el inter letrado; iniciación del

proceso de iconización, estableciendo analogías conceptuales mediante diferentes operaciones retóricas; adjunción o sustitución de signos tipográficos por signos icónicos; supresión deliberada de un signo tipográfico; conclusión de los procesos de connotación e iconización por medio de la modificación de la morfología de los caracteres; dando resultado el logotipo. (Valdés de León, ob. Cit)

Tomando como referencia lo descrito anteriormente se describirá paso a paso el proceso que se llevó a cabo para la creación de la Marca diseñada de la AVDG:

- 1) Se determinó que la Marca sería un logotipo, y estaría compuesto por dos imágenes visuales, una que representara las siglas de la Asociación, y otra el nombre completo.
- 2) Se procedió a esbozar bocetos de logotipos, con letras manuscritas, y se modificó la morfología de la tipografía, por medio de adjunción o sustitución de los signos tipográficos por signos icónicos o geométricos.
- 3) Se eligió el boceto que cumpliera con los requisitos establecidos en el punto 5.3 de éste capítulo y se procedió a su digitalización y perfección.
- 4) Se seleccionó un alfabeto existente y a partir de este se diseñó una tipografía, de la cual se derivan los elementos que componen el logotipo de la Asociación.
- 5) Se inicia el proceso de iconización, estableciendo relaciones entre los signos tipográficos y los signos geométricos, tomando como referencia el boceto referido anteriormente, comenzando por la letra A.
- 6) Se procedió a añadir intencionalmente signos geométricos para darle al logotipo un mejor equilibrio visual y atributos diferenciales.
- 7) El Diseño de la imagen visual correspondiente al nombre de la Asociación, se realizó con una tipografía existente, todas las letras se representan en mayúsculas y las variables espaciales de cada signo fueron utilizadas de manera individual, buscando

que la interletra de cada palabra proyectaran el ritmo y armonía visual adecuada.

8) La unión de las dos imágenes visuales diseñadas anteriormente.

9) Se determinaron los colores de la Marca.

10) Se diseñó el Manual de Normas de Uso de la Marca, dando por concluido el proceso de creación.

5.4.1. Tipografía

El alfabeto que se selecciono como patrón para la construcción del logotipo de la AVDG fue el de la tipografía Futura. Se eligió debido a su morfología, ya que fue construida a partir de formas geométricas, lo que le brinda atributos de formalidad, solidez, sobriedad y sencillez.

Para brindarle al logotipo una identidad propia, se tomó como referencia la morfología de las mayúsculas de la Futura y se diseñó una nueva tipografía, exclusiva para la Marca de la Asociación.

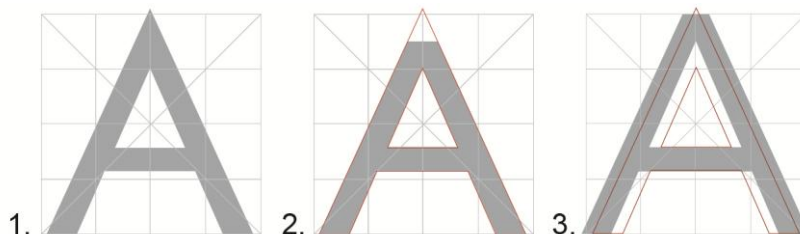


Figura 1. Diseño de la tipografía para el logotipo de la AVDG Fuente: Elaboración propia.

En la figura 1, se puede apreciar el proceso que se llevó a cabo para diseñar la tipografía utilizada en el logotipo de la AVDG. En el punto 1 de la figura, se observa la letra A de la tipografía Futura en color azul, está insertada en una retícula que brinda un punto de referencia geométrica, garantiza que todas las letras del alfabeto tengan el tamaño correspondiente y evita la deformación de la letra al momento de algún cambio morfológico.

En el punto 2 de la Figura 1, se representa el contorno de la letra A en color rojo y en azul el ícono que sustituye la letra A de la Futura. Se conserva la forma de la Futura pero se modifica el ápice, realizando un corte horizontal.

La altura de la letra, en relación con la retícula, es menor, por lo tanto en el punto 3 de la figura 1, se demuestra cómo se expande y adapta al tamaño adecuado, siguiendo el patrón establecido por la retícula; dando origen a la primera letra del alfabeto de la Asociación.

5.4.2. Imagen visual I

El proceso de iconización, se inicia estableciendo relaciones entre los signos tipográficos y los geométricos, tomando como referencia el boceto referido anteriormente, comenzando por la letra A. Como se aprecia en la figura 2.

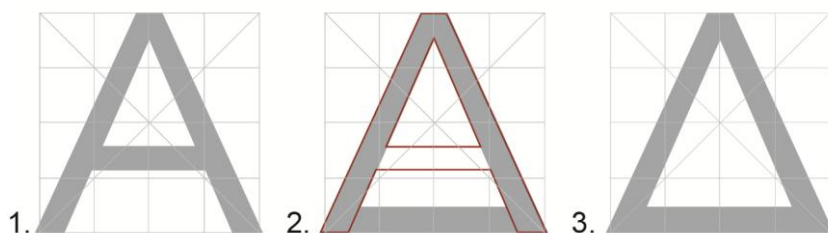


Figura 2: Proceso de iconización la letra A. Fuente: Elaboración propia

En el punto 1 de la figura 2, se muestra la letra A de la tipografía diseñada. En el siguiente punto, la misma letra se representa con un contorno de color rojo y la variación que se realizó sobre ella se muestra de color gris.

Se puede observar que se conserva la forma de la letra original pero la barra horizontal se desplazó hasta su pie, brindándole una contraforma triangular.

Este signo será el que remplace la letra A en el logotipo de las siglas AVDG, como se muestra en la figura 3.



Figura 3: Cambios morfológicos de las letras A, V, D y G para el logotipo de la AVDG. Fuente: Elaboración propia.

En la figura 3 se puede apreciar como el signo de la V mantiene su forma, pero se realiza un corte en sus astas el cual es justificado con la altura de la letra A, la V que se muestra en un contorno de color rojo mantiene el tamaño original. En la letra D se desplaza su asta diagonalmente y se conserva su contraforma, la posición del asta se justifica con el ángulo de la V y la figura que se forma por cerramiento. La letra G se conserva igual, sin embargo, el espacio que se forma en la parte inferior de la unión de la letra D y la G, es sustituido por sólido de color plano para unir ambas letras.

Se añadieron intencionalmente signos geométricos para darle al logotipo un mejor equilibrio visual y atributos diferenciales.



Figura 4: Adjudición de signos icónicos. Fuente: Elaboración propia.

En la figura 4 se observa que en el signo de la A se añadió un triángulo, que representa la unión del Diseño, los diseñadores y la sociedad. El triángulo que se añadió en la parte inferior derecha de la G es para darle una continuidad a la línea recta que se proyecta en la base del logotipo.

5.4.3. Imagen visual II

Se construyó el Diseño de la imagen visual correspondiente al nombre de la Asociación.

Se realizó con la tipografía del logotipo, todas las letras se representan en mayúsculas, y las variables espaciales de cada signo fueron utilizadas de manera individual, buscando que el interletra de cada palabra proyectara el ritmo y armonía visual adecuada.

ASOCIACION VENEZOLANA
DE DISEÑO GRAFICO

Figura 5: Imagen Visual tipográfica del nombre de la AVDG. Fuente: Elaboración propia.

Debido a la longitud del nombre de la Asociación se distribuyó en dos líneas, como se aprecia en la figura 5, por lo tanto también influyó la variable espacial de la interlínea y alineado. El grosor de los signos de la línea superior fue alterado levemente debido a que por la diferencia de tamaños, se percibía gran diferencia en el espesor de ambas líneas.

5.4.4. Resultado

El resultado final de la unión de las dos imágenes visuales se aprecia en la figura 6. Se ubicaron una sobre la otra de manera justificada, siguiendo con la estructura que se venía trabajando.



Figura 6: Logotipo en grises de la AVDG. Fuente: Elaboración propia.

5.4.5. Color

Los colores que se seleccionaron para el logotipo son los correspondientes al modelo de color que se utiliza en las imprentas, conocido como CMYK, sus siglas en inglés derivan de los colores que lo componen: Cian, Magenta, Amarillo y Negro.

Se eligieron estos colores ya que se vinculan directamente con los diseñadores gráficos, debido a la estrecha relación entre el Diseño gráfico y los sistemas de impresión, a pesar de que lo digital esté abarcando gran parte del campo de la comunicación visual.

Otro aspecto por el cual se seleccionaron estos colores es porque no son alusivos a ningún partido político, ya que Venezuela es un país polarizado políticamente, y la AVDG se dirige a toda la sociedad, así que siguiendo ese orden se optó por no usar colores que sean utilizados por algún partido político.

La distribución de los colores corresponde al equilibrio visual del logotipo, como se observa en la figura 7.



Figura 7: Logotipo de la AVDG. Fuente: Elaboración propia.

Se considera que el logotipo cumple con los requisitos pautados y respeta la identidad de la Asociación.

5.5. Manual de Normas de Uso

Un manual de normas de constantes de identidad visual está integrado por dos secciones macro: las normas de construcción y las normas de aplicación. La institución o grupo de instituciones cuya identidad es regida por este manual normativo deben consultarlo y tenerlo presente en el día a día para que su

identidad visual mantenga una relativa homogeneidad.

Las constantes de identidad visual y su normativa constituyen lo que se conoce como sistema de identidad visual. Si el sistema ha sido pensado y planificado teniendo en cuenta el uso del manual como pieza fundamental, la institución no podrá mantener una política de identidad coherente si no hace un uso adecuado de él. (Carpintero, 2007, p. 91)

El Diseño editorial del Manual de Normas de Uso de la AVDG debe tener relación con la morfología de su logotipo, para el diseño de la retícula que determinará la diagramación de las páginas del manual, se tomará como referencia los signos que lo componen.

El Manual de Normas de uso de la AVDG se dividirá en 2 secciones: Normas de construcción y de aplicación.

5.5.1. Normas de construcción

En la sección de Normas de construcción se describen y representan gráficamente la morfología y el esquema constructivo del logotipo.

Se detallan las fuentes tipográficas institucionales y los usos determinados para cada una de ellas. Contiene la paleta de colores institucionales y las tintas para los diferentes procesos de impresión y soportes digitales.

Se determina la relación y autonomía de las dos imágenes visuales y la Marca, se detalla el uso correcto de cada una de ellas con ejemplos.

5.5.2. Normas de aplicación

Las normas de aplicación contenidas en esta sección son: el área de resguardo de la Marca, formas correctas e incorrectas de aplicación de la Marca sobre distintas configuraciones, ejemplos de aplicaciones.

La identidad de la Marca se debe respetar en todo momento, es importante que una vez conformada la AVDG, los miembros establezcan el contenido del Manual de Normas, para asegurar que la identidad de la Marca no se altere de ninguna manera incorrecta y poder lograr que se posicione y sea reconocida por la sociedad.

Dentro del Manual de Normas, se debe detallar todo lo concerniente al Diseño de la página Web, el cual será desarrollado en el siguiente capítulo de este Proyecto de Grado.

Capítulo 6: La AVDG en la Web.

En el capítulo 1 de éste Proyecto de Grado, se determinó que una de las dificultades que presenta el Diseño gráfico en Venezuela, es la escasa información en la Web acerca de la historia y desempeño en el país. En el Capítulo 2, se menciona el impacto de la tecnología en la sociedad y su relación con la cultura y el Diseño; estableciendo que la correcta utilización de las Tics, puede beneficiar el desarrollo de la AVDG y el Diseño gráfico en Venezuela.

En el capítulo 3, se describieron algunas de las Asociaciones de Diseño gráfico del mundo, que recurren al Internet como medio de difusión del Diseño, comunicación e intercambio de información con sus miembros y usuarios.

Considerando lo referido en cada uno de los capítulos mencionados anteriormente; la identidad planteada en los capítulos 4 y 5; y persiguiendo el objetivo de la Asociación de: publicar un sitio Web como medio de difusión del Diseño gráfico Venezolano, que fomente el intercambio y encuentro profesional entre los diseñadores gráficos, miembros de la Asociación y sus usuarios; en éste capítulo se desarrollará el proyecto de la página Web de la AVDG.

Se describirán los propósitos y objetivos de la página Web, el proceso de creación y construcción del sitio Web, haciendo énfasis en lo concerniente al diseñador gráfico.

6.1. Propósitos y objetivos

El propósito principal de la página Web es la difusión del Diseño gráfico venezolano.

Para alcanzar el propósito y garantizar que los diseñadores venezolanos se relacionen con la Asociación y el sitio Web, se determino que debe cumplir con los siguientes objetivos:

- 1) Proveer en la Web un espacio que fomente el intercambio y encuentro personal entre

los Miembros, los diseñadores y los interesados del Diseño gráfico de Venezuela; y que aporte a la formación de una comunidad de diseñadores.

- 2) Informar por medio de una agenda todos los eventos y actividades relevantes y de interés, relacionados con el Diseño Gráfico de Venezuela y el mundo; para contribuir con la formación académica y personal de los profesionales.
- 3) Proporcionar un espacio dedicado a la publicación de textos, bibliografías y documentos relacionados con el Diseño Venezolano; que fomenten a su formalización histórica y la creación de un registro de sus alcances, y que impulsen a la participación de los diseñadores.
- 4) Proporcionar una bolsa de trabajo que permita los diseñadores gráficos, empresas o personas, publicar su currículum vitae, portafolio y ofertas de trabajo, y que estos sean accesibles a quienes soliciten sus servicios,
- 5) Publicar una sección de noticias, relacionadas con la Asociación y el Diseño gráfico de Venezuela y el mundo; para involucrar a los usuarios y mantenerlos actualizados en cuanto a los que se consideren temas de interés de los diseñadores.
- 6) Dar a conocer la historia de la Asociación e informar acerca de sus aspectos formales y los de la profesión, como sus objetivos, Código de ética, estatutos y otros documentos que puedan considerarse pertinentes.
- 7) Proveer una lista de las instituciones que incluyan entre sus planes de estudio el Diseño gráfico y que cumplan con los requisitos establecidos por la AVDG para garantizar la formación de profesionales capacitados.
- 8) Ofrecer a los usuarios la oportunidad de afiliarse a la página Web y recibir los beneficios que fueron descritos en el Capítulo 4.
- 9) Brindar un espacio dedicado a los Miembros, en donde se mencione la estructura de

la directiva, las categorías y beneficios; y donde puedan publicar sus portfolios y datos de contacto.

10) Publicar un enlace a las redes sociales de la Asociación; para involucrar al usuario con las actividades y datos proporcionados por medio de ellas.

11) Proporcionar un medio de contacto con la Asociación; en caso de que algún usuario requiera comunicarse directamente.

6.2. Identidad

La identidad de un ente (una empresa, una persona o cualquier organización) es el resultado del conjunto de mensajes y experiencias que transmite dicho ente y que habla de sus características materiales e inmateriales. La identidad es experimentada por el usuario en todas sus vertientes y no sólo se basa en la imagen de marca que transmitimos, sino (y sobre todo en Internet) en la funcionalidad de las herramientas que ponemos a disposición del usuario, en la funcionalidad que tiene la herramienta (que es leída como perteneciente a la marca X) para el usuario. Por tanto, la experiencia de uso puede ser entendida también como la suma de mensajes (lenguaje) que recibirá el usuario como parte de la identidad de la marca. (Royo, ob. Cit, p. 101)

Partiendo de la definición antes planteada, podemos decir que la Identidad de la AVDG en la Web, no solo corresponde a lo planteado en los capítulos 4 y 5 de éste Proyecto de Grado, sino que también involucra la calidad de uso que proyecte el sitio Web y de esto dependerá su éxito.

6.3 Interfaz Gráfica del Usuario y Usabilidad

“La interfaz es, por definición, el área de comunicación entre el hombre y la maquina.” (Royo, ob. Cit, p. 115) y la usabilidad es la capacidad de un producto o programa de ser

comprendido, aprendido, usado y atractivo para el usuario, permitiéndole efectividad, eficiencia y satisfacción.

El componente gráfico creado por un diseñador gráfico es un aspecto fundamental en la experiencia del usuario con el sitio Web, es imposible separar totalmente el Diseño gráfico de la construcción y Diseño de la interfaz. (Lynch y Horton, 2004)

Algunos de los factores que mejoran la usabilidad de la Web son descritos por Royo (ob. Cit), tomando como referencia los principios establecidos por Bruce Tognazzinni, son los siguientes:

- 1) Anticipar las necesidades y expectativas del usuario para evitar que pierda tiempo buscando opciones o pasos obvios.
- 2) Reflejar sensación de estabilidad, representar claramente cuáles son los elementos que el usuario puede seleccionar y realizar acciones.
- 3) Ser cuidadoso con los contrastes de color y la elección de los colores que aparecerán en sitio Web.
- 4) Tomar en cuenta los conocimientos previos del usuario para crear sistemas que sean familiares.
- 5) Se debe tratar de aumentar la eficiencia del usuario, ordenando los elementos que se consideren que agilizan el uso del usuario o establecer pasos que hagan que una tarea compleja sea más sencilla. El objetivo es que puedan ser fácilmente usados desde el principio de la experiencia.
- 6) Diseñar de la manera más clara y coherente posible, establecer diferencias entre los elementos para evitar que el usuario se confunda.
- 7) Que las acciones que el usuario efectuó dentro de la web sean vivibles inmediatamente en su pantalla.

- 8) Cuando un usuario realice una opción se le debe proporcionar información visual o auditiva de lo que está ocurriendo. Por ejemplo, cuando se está descargando un video o un archivo se muestra una barra que aumenta y representa el tiempo que falta para que la descarga esté completa.
- 9) Proporcionar al usuario la oportunidad de revertir una acción.
- 10) Evitar la espera del usuario en el momento del uso de alguna aplicación. En caso de que no se pueda recortar el tiempo de espera, es recomendable proporcionar al usuario alguna tarea que le permita aligerar la espera.
- 11) Diseñar para que no se produzcan errores que puedan perder los datos proporcionados por el usuario.
- 12) El Diseño de la interfaz debe ser legible, los tamaños y las tipografías deben ser los adecuados.
- 13) Se debe hacer un seguimiento al usuario para recolectar información acerca de sus movimientos y que ésta permita mejorar o replantear nuevos caminos en el uso de la interfaz.
- 14) Se debe diseñar la estructura de la Web, pensando en el constante cambio que ésta proporciona, sin perjudicar la interfaz ya aprendida por los usuarios.
- 15) Fomentar la participación del usuario con el sitio Web.
- 16) Diseñar sitios irregularmente regulares, es decir, no alterar la interfaz aprendida por el usuario pero crear algunos elementos que puedan resultar atractivos y que eviten que el diseño del sitio Web se torne monótono.
- 17) Es importante la jerarquía visual eficaz, los elementos que son más utilizados por los usuarios deben ser los más visibles y dejar en segundo plano aquellas que posiblemente sean utilizadas por usuarios concretos.

De Mingo (2011) menciona en su Proyecto de Grado que:

El principal objetivo del desarrollo de interfaces es el diseñar e implementar un entorno visual que resulte efectivo al ser utilizado por el usuario. El diseñador busca crear un nuevo lenguaje gráfico a partir de una iconografía clara que sea de fácil reconocimiento para los usuarios destinatarios. (p.10)

6.4. Maquetación y Diseño

La representación visual y la usabilidad de la Web son fundamentales para que el usuario se sienta cómodo en el sitio. El Diseño de la página debe ser atractivo, facilitar la navegación, reducir los errores de los usuarios y convencer al usuario de la información que se provee es útil y confiable.

La creación del Diseño de una página Web no se aleja mucho del Diseño sobre el papel, se debe tener en cuenta los mismos requerimientos que se plantearon para la creación de la Marca, con la diferencia de que en todo momento se debe considerar la usabilidad.

En el Diseño de la página Web se debe mostrar una jerarquía visual que diferencie los elementos más importantes y organice los contenidos de la forma más cómoda posible para el usuario.

Se debe considerar que el lector en primer lugar, percibe una página como bloques de forma y color; en un segundo momento, descifra y selecciona la información, primero las imágenes o elementos gráficos, y luego comienza a leer los textos y detallar los contenidos. Al igual que se sabe la mayoría de las personas solo retienen de cuatro a siete fragmentos de información en la memoria a corto plazo; por lo tanto se sugiere que las unidades de información sean cortas y acotadas para que sean más útiles y manejables para el usuario. (Lynch y Horton, ob.cit)

Para establecer las dimensiones que tendrá la página Web, se debe considerar que existen diferentes dispositivos, con distintos tamaños de pantallas. El tamaño que sobre

el cual se creará el Diseño del sitio será 800x600 píxeles, ya que es la medida estándar de los monitores más usados.

La longitud de las páginas se establecerá dependiendo de los contenidos que sean publicados; sin embargo, se debe tener en cuenta que una página demasiado larga puede causar desorientación en el usuario, por lo tanto se recomienda que se mantenga la longitud de la página principal.

Es recomendable que el formato de la página sea horizontal, conservando el tamaño de los monitores; en caso de que la página sea más larga, se debe tomar en cuenta que si el Diseño de la página no es el adecuado, los usuarios probablemente sólo observen la parte que es revelada por la pantalla y no recorran la recorran completamente.

6.4.1. Estructura

En esta fase del proyecto se determinará la estructura y organización de los contenidos de la página que sea más eficiente para el usuario.

Una tabla de contenidos bien organizada puede ser fundamental para la navegación, con una jerarquía bien distribuida se facilita el acceso directo del usuario a la información que requiere.

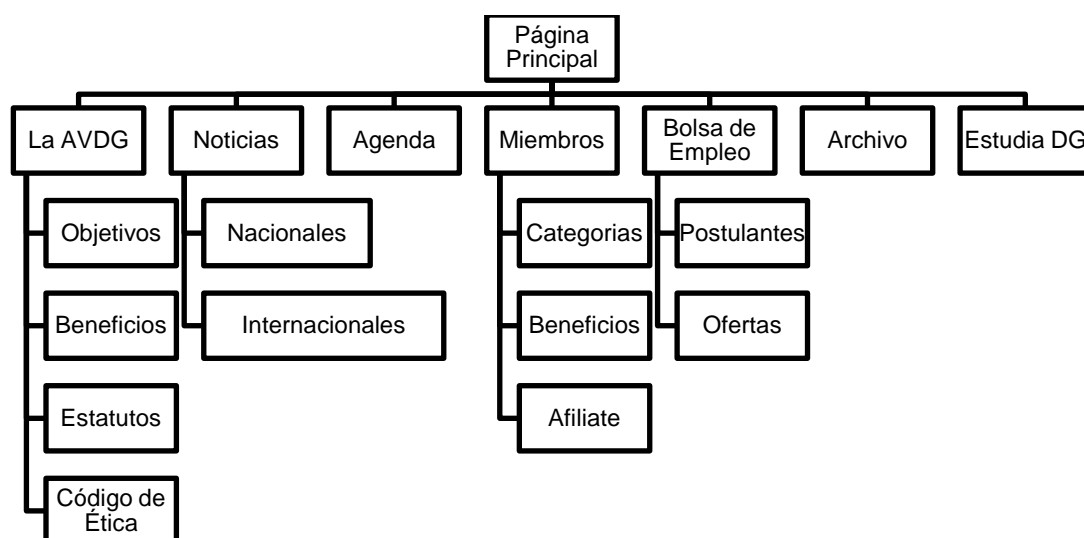


Figura 8: Tabla de contenidos de la Página Web. Fuente: Propia de la autora.

Como se aprecia en la Figura 8, la estructura de la página Web de la AVDG será de carácter jerárquico, de contenidos básicos y narrativa lineal. El usuario puede desde la página principal, una idea de los contenidos dentro de cada una de las secciones del sitio.

Las intranet corporativas, los sitios educativos y de formación, los sitios de referencia y muchos sitios de noticias y de información populares se benefician de audiencias que saben lo que buscan y lo que van a encontrar, pues acceden a ese determinado sitio con unos objetivos muy claros en mente. (Lynch y Horton, ob. Cit, p. 46)

Estableciendo que el tipo de usuario de la página Web de la AVDG, corresponde a la categoría mencionada anteriormente, la estructura planteada anteriormente es pertinente ya que provee al usuario una estructura básica que le permite explorar rápidamente los contenidos del sitio y encontrar lo que está buscando.

6.4.2. Retícula base

Las retículas contribuyen con el Diseño de una página ordenada. El Diseño de la retícula base que establecerá el número, ubicación y terminología de los principales enlaces y elementos gráficos; se diseñó partiendo del análisis de la estructura de los contenidos trabajados anteriormente y los elementos que determino serán mostrados en todas las páginas de la Web.

En la página 13 del Cuerpo C de éste Proyecto de grado se puede observar la retícula base que creada para la página Web de la AVDG. Esta será la referencia para la diagramación de todo el sitio y los elementos que se muestran en ésta retícula deben estar presentes en todas sus páginas.

Los elementos que serán representados en la retícula base son: en la parte superior izquierda la barra de búsqueda, ésta le permite a los usuarios buscar archivos específicos

dentro del sitio; en la parte superior derecha, en la misma posición horizontal de la barra de búsqueda, se ofrecerán dos enlaces, uno para los nuevos usuarios que deseen registrarse a la página Web y otro para el acceso de aquellos que ya se están registrados.

Ubicada en la parte inferior de la barra, se representa una franja horizontal en la cual se mostrarán imágenes o elementos gráficos, que se relacionen o sea pertinentes con los contenidos publicados en el momento; ubicado en el lado izquierdo, sobre la imagen, se mostrará el logotipo de la Asociación y en la parte superior derecha de la imagen los iconos de las Redes Sociales y el *Blog* de la Asociación.

Posterior a la franja se mostrará la barra del menú, con las divisiones de los contenidos previamente establecidos; seguido por el área dispuesta para los contenidos de la página y al pie de la página se estableció un espacio para los datos de procedencia y enlaces para los términos de uso, condiciones y contactos.

6.4.3. Retícula de composición

La retícula de composición establece los parámetros de organización y diagramación que deben tener los elementos que se contienen dentro de la página y que se muestran en la pantalla.

Esta retícula debe conservar el mismo Diseño en todas las páginas del sitio Web, esto le brindará una identidad gráfica, que será percibida por el usuario y le permitirá adaptarse rápidamente haciendo que su recorrido sea más cómodo y rápido.

El único elemento que puede ser modificado dentro de ésta retícula es la distribución de la diagramación del área de contenidos, la cual se diseñará tomando en consideración la longitud de los contenidos y la cantidad de imágenes o elementos gráficos que deban ser publicados.

En la página 14 anexa en el Cuerpo C de éste Proyecto de Grado, se puede apreciar el Diseño de la retícula de composición que se implantará en la página de inicio del sitio Web. Cómo se puede observar, se creó partiendo del Diseño la retícula base, con la diferencia de la representación de la diagramación del área de contenidos.

En la imagen de la página 15, se muestra la retícula de las páginas menú y páginas de navegación. Se puede apreciar que se mantiene la misma distribución de la retícula de la página principal, a diferencia de que en la parte inferior de la barra de menú se agregó otra barra, ésta identificará al usuario su ubicación dentro de las categorías del menú y los sub menús contenidos dentro ella. También se puede observar que la distribución del área de contenidos no es la misma.

El área de contenidos a pesar de que puede ser alterada, en cuanto a diagramación de la retícula se refiere; debe conservar un patrón, si se observan las imágenes mencionadas anteriormente, se puede apreciar que la distribución de los elementos dentro del área no es la misma, pero conservan la estructura. Las posibles modificaciones a éste área debe respetar la estructura planteada en éstas retículas, para asegurar la uniformidad de la página.

6.4.4. Tipografía

“La tipografía es el equilibrio y la correcta interacción entre los distintos caracteres de una página, una ecuación verbal y visual que ayuda al lector a entender la forma de los contenidos en la página.” (Lynch y Horton, ob. Cit, p. 115).

Las características que debe tener una tipografía en la pantalla son las mismas que las de una en el papel, principalmente claridad y legibilidad. En la tipografía para la Web se debe tener en cuenta que la resolución que la pantalla es menor y esto influye en su claridad.

También se debe considerar que no todos los tipos de letras están incluidos en los

sistemas operativos. Existen alfabetos que han sido creados específicamente para facilitar la lectura en la pantalla, como es el caso de la tipografía *Trebuchet*. Esta fue observada y se considero que cumple con los requisitos de identidad de la Marca de la AVDG, se eligió para los contenidos de su página Web.

Los bloques de textos que se incluyan dentro del sitio deben estar alineados de forma justificada, creando rectángulos de texto sólidos, que le brinden a la página un aspecto más formal, armónico y simétrico.

6.5. Diseño

Tomando como referencia las retículas creadas, lo mencionado en éste capítulo y la identidad de la Marca de la AVDG, se creó una referencia visual del Diseño de la página principal de la Web.



Figura 9: Diseño de la página principal de la Web. Fuente: Propia de la autora.

Por medio del diseño mostrado en el figura 9, se pretende fortalecer la identidad de Marca de la AVDG y continuar con la misma estética del logotipo. Que sea una página Web llamativa pero que al mismo tiempo sea sencilla; que evite la presencia de elementos que en vez de aportar al Diseño, lo entorpezcan. Como lo establece Dieter Rams: “Menos diseño es más diseño” (como se cita en Valdés de León, ob. cit, p.234)

Se puede apreciar que el Logotipo está ubicado sobre un fondo oscuro, cuando el fondo es oscuro el nombre de la Asociación debe cambiar a un gris más claro, para evitar que no sea legible; esto se debe especificar en el Manual de Uso de la Marca.

Se debe tomar en cuenta que:

Para crear un sitio web sólido se necesita contar con expertos en contenidos, escritores, arquitectos de la información, diseñadores gráficos, expertos en tecnología y un productor o un jefe de equipo responsable supervisar el proyecto hasta su conclusión. Si el resultado es acertado, deberá ser verdaderamente útil al público al que va dirigido, y satisfacer sus necesidades y expectativas sin que su uso sea demasiado difícil. (Lynch y Horton, ob.cit, p. 1)

Al igual que la Marca diseñada, se debe respetar en todo momento el diseño de la página Web, siguiendo los mismos principios que se detallan en el Manual de Uso de la Marca.

Conclusiones

El desarrollo del presente Proyecto de Grado, se centró en la propuesta de la Asociación Venezolana de Diseño gráfico, como organismo encargado de regular y respaldar la disciplina y sus profesionales.

A partir del análisis de la historia del Diseño gráfico en Venezuela y el contexto en el que se desenvuelve actualmente, se detectaron las dificultades a las que se enfrenta la disciplina. La AVDG debe actuar para contrarrestar estas dificultades, ya que obstaculizan el desarrollo y desempeño del Diseño en el país.

Al solucionar estas dificultades, se fortalecerá la disciplina y por lo tanto, la percepción de la sociedad acerca del Diseño gráfico y sus diseñadores, cambiará positivamente y fomentará su desarrollo y posicionamiento.

Es importante que la AVDG asuma su rol como representante del Diseño gráfico venezolano y ampare a los diseñadores, por lo tanto debe:

Garantizar la enseñanza académica de profesionales capacitados que respondan a los requerimientos de los clientes y contribuyan con el desarrollo del país. El ejercicio de la profesión debe estar regulado por un Código de ética, el cual establezca un patrón que determine el comportamiento correcto de los diseñadores.

Fomentar la investigación acerca del Diseño gráfico de Venezuela, para completar un archivo de los antecedentes de la disciplina, que pueda contribuir con los interesados en el tema o simplemente para tener un record histórico de la profesión.

Estar relacionado directamente con la tecnología; es importante que la Asociación y sus miembros, se mantengan actualizados en cuanto al tema de los nuevos medios de comunicación y su impacto en la sociedad.

Respetar la identidad de la Asociación y de la Marca diseñada, para evitar inconvenientes

y confusiones con los Miembros.

Es importante mencionar que la AVDG, no pretende establecer una competencia entre los diseñadores del país, sino que debe motivar al desarrollo de asociaciones de cada especialidad del Diseño y fomenta el apoyo mutuo.

Si la AVDG cumple con lo mencionado anteriormente existen dos posibilidades: el éxito de la Asociación y que en consecuencia se logre unificar la comunidad de diseñadores, posicionar la profesión y fortalecer la disciplina; o que fracase y no beneficie de ninguna manera el Diseño gráfico venezolano.

El éxito o fracaso de la Asociación, dependerá exclusivamente del desempeño y gestión de los Miembros de la Asociación, ya que como se observó en éste Proyecto de Grado, existen asociaciones de Diseño que tienen más de 40 años de servicio y han aportado significativamente con el desarrollo de la profesión; sin embargo, no se puede ignorar que existen otras asociaciones que se han desintegrado.

Según lo desarrollado a lo largo del Proyecto de Grado, se puede decir que la AVDG, a pesar de las dificultades y obstáculos que se le puedan presentar, cumple con lo necesario para ser una Asociación con éxito en el país.

Referencias bibliográficas

Actas de Diseño. (2009). *III Encuentro Latinoamericano de Diseño*. (6). Universidad de Palermo, Argentina.

Actas de Diseño. (2011). *V Encuentro Latinoamericano de Diseño*. (10). Universidad de Palermo, Argentina.

Actas de Diseño. (2012). *VI Encuentro Latinoamericano de Diseño*. (12). Universidad de Palermo, Argentina.

Alcántara, (2008). *La sociedad del control: Privacidad, propiedad intelectual y el futuro de la libertad*. Barcelona: El cobre.

Ambrose, G. y Harris, P. (2010) *Bases del Diseño: Metodología del Diseño*. Barcelona: Parramón.

Arcila. (2006). El ciudadano digital. *Revista latinoamericana de comunicación CHASQUI*. Recuperado de <http://chasqui.comunica.org/pdf/chasqui93.pdf>

Asociación de Diseñadores Gráficos de Buenos Aires. (1981). Buenos Aires: ADG.

Austin, T. y Doust, R. (2008). *Diseño de nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Blume

Austin. (2008). *Diseño de nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Blume.

Bell, D. (1973). *El advenimiento de la sociedad post-industrial*. Madrid: Alianza.

Betteniti y Fumagalli. (2001). *Lo que queda de los medios: Ideas para una ética de la comunicación*. Buenos Aires: La crujía.

Bonsiepe, G. (1999). *Del objeto a la interface: Mutaciones del diseño*. Argentina: Infinito.

Carpintero, C. (2007). *Sistemas de identidad*. Buenos Aires: Argonauta

- Castells, M. (2005). *La era de la información: La sociedad red*. (Vol. 1.). Madrid: Alianza.
- Cobo y Pardo. (2007). *Planeta web 2.0: Inteligencia colectiva o medios fastfood*.
- ComScore (2010). *Comunicados de prensa: Indonesia, Brasil y Venezuela Lideran Aumento Global del Uso de Twitter*. Recuperado de:
http://www.comscore.com/lat/Insights/Press_Releases/2010/8/Indonesia_Brazil_and_Venezuela_Lead_Global_Surge_in_Twitter_Usage
- De Mingo, R. (2011). *Diseño de interfaces gráficas para la web móvil*. Proyecto de Grado. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- De Moragas, M. (Ed.). (1985). *Sociología de la comunicación de masa: IV. Nuevos problemas y transformación tecnológica*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Diseñadores de Madrid. (2005). *Qué es DIMAD*. Recuperado de
<http://www.dimad.org/que-es-dimad/informacion-general>
- Encuentro Nacional de Diseño. (s.f.). *Encuentro Nacional de Diseño*. Recuperado de
<http://encuentromyc.weebly.com/>
- Enz, A. Fatin, R. y Lahattague, I. (Eds.). (2006) *Comunicar para el cambio social*. Buenos Aires: La crujía.
- Fernández, S. y Bonsiepe, G. (2008). *Historia del Diseño en América Latina y el Caribe: industrialización y comunicación visual para la autonomía*. Barcelona: Blücher.
- Finquelievich, S. (2005). *Desarrollo local en la sociedad de la información: Municipios e internet*. Buenos Aires: La crujía.
- Ford. (Ed.) (2011). *Cómo triunfar en Internet: Una guía para el éxito*. Alemania: Taschen.
- Frascara, J. (2004). *Diseño gráfico para la gente: Comunicación de masa y cambio social*. Buenos Aires: Infinito.

- Frascara, J. (2011). *¿Qué es el diseño de información?*. Buenos Aires: Infinito.
- Gates, B. (1999). *Los negocios en la era digital: Cómo adaptar la tecnología informática para obtener el mayor beneficio*. Argentina: Sudamericana
- Gómez. (2010). *Correo del Orinoco: Una galería se encarga de recopilar la historia del diseño venezolano*. Recuperado de <http://www.correodelorinoco.gob.ve/comunicacion-cultura/una-galeria-se-encarga-recopilar-historia-diseno-venezolano/>
- Gonsalo, A. y Arévalos, A. (2010). *La revolución horizontal*. Recuperado de www.librosenred.com
- Gonzales, G. (1994) *Estudio de diseño: sobre la construcción de las ideas y su aplicación a la realidad*. Buenos Aires: Emecé.
- Groismann M. (Comp.) (2007). *Apuntes pixelados: reflexiones sobre el diseño y los medios audiovisuales, del kinetoscopio a la revolución celular*. Buenos Aires: Nobuko
- <http://penid2009.wordpress.com/2009/07/30/novedades/programa-estrategico-nacional-de-innovacion-y-diseno/>
- ICOGRADA (2011) *Icograda design education manifesto 2011*. Recuperado de: http://toolkit.icograda.org/database/rte/files/PR_IEN_Manifesto2011_webres.pdf
- Igarza, R. (2008). *Nuevos medios: Estrategias de convergencia*. Buenos Aires: La crujía.
- Instituto de Estudios sobre Comunicación (Ed.). (2010). *Pensar para los medios en la era digital: Iberoamérica frente al desafío de la convergencia*. Buenos Aires: La crujía.
- Ivoskus, D. (2010). *Obsesión digital: Usos y abusos en la red*. Buenos Aires: Norma
- Kercklhore. (1997). *Inteligencias en conexión: Hacia una sociedad de la web*. España: GedisaMuntainer.

- Ledesma. (2003). El diseño gráfico, una voz pública: de la comunicación visual en la era del individualismo. Argentina: Argonauta.
- Levis. (1999). La pantalla ubicua: Comunicación en la sociedad digital. Buenos Aires: La cruzía.
- Lévy, P. (2004). *Inteligencia colectiva: Por una antropología del ciberespacio*. Recuperado de [http://: inteligencia colectiva.bvsalud.org](http://inteligencia colectiva.bvsalud.org)
- Lynch, P. y Horton, S. (2004). Manual de estilo web: principios de diseño básico para la creación de sitios web. (2da Ed.) Barcelona: Gili.
- McLuhan y Zingrone. (Comp.). (1998). *McLuhan: Escritos esenciales*. Buenos Aires: Paidós.
- Moschella, M. (2011). *E-learning para nativos digitales*. Proyecto de Grado. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- Moya. (2006.) *Latin american graphic design: Diseño gráfico latinoamericano*. Ecuador: Trama
- Olivera, J. (2007). La sociedad de la Información. Análisis y retos actuales. *Revista Apunts*. Recuperado de http://articulos-apunts.edittec.com/87/es/087_003-006EdES.pdf
- Paul (1999) Creatividad electrónica: Proyectos reales de diseño gráfico del informe a la solución. Buenos Aires: Documental.
- Pérez (Comp.). (2000). *Comunicación y educación en la sociedad: Nuevos lenguajes y conciencia crítica*. Buenos Aires: Paidós.

- Prensa UNEY (2011). *Correo del Orinoco: UNEY egresa primera cohorte de Diseño integral del país*. Recuperado de: <http://www.correodelorinoco.gob.ve/educacion-venezuela-categorias/oney-egresa-primera-cohorte-diseno-integral-pais/>
- Prensky, M. (2011). *Digital Natives, Digital Immigrants*. Recuperado de <http://www.marcprensky.com/writing/>
- Programa Estratégico Nacional de Innovación y Diseño (2009). *Documento de creación del plan*. Recuperado de
- Royo, J. (2004). *Diseño digital*. Barcelona: Paidós.
- Salvat, T. (1998) *Cómo hacer una asociación civil*. (4ta ed.) Buenos Aires: Valleta.
- Taborda y Wiedemann. (2008). *Latin American GraphicDesign*. Italia: Taschen
- Tapia, A. (2005). *El diseño gráfico en el espacio social*. Buenos Aires: Nobuko
- Tribunal Supremo de Justicia (2000). *Constitución de la República Bolivariana de Venezuela*. Recuperado de: <http://www.tsj.gov.ve/legislacion/constitucion1999.htm>
- Valdés de León, G. (2011). *Una molesta introducción al estudio del Diseño*. Buenos Aires: Nobuko.
- Van Peborgh, E. (2010). *Odisea 2.0: Las marcas en los medios sociales*. Buenos Aires: La crujía.
- Velez, M. y Gonzalez, A. (2011) *El diseño gráfico*. España: Universidad de granada.
- Vera, G. y Dunia, L. (2009). *Diseño para todos: Colección diseñar para vivir mejor*. Caracas: Ministerio Poder Popular para la Ciencia y la Tecnología.

Bibliografía

Actas de Diseño. (2009). *III Encuentro Latinoamericano de Diseño*. (6). Universidad de Palermo, Argentina.

Actas de Diseño. (2011). *V Encuentro Latinoamericano de Diseño*. (10). Universidad de Palermo, Argentina.

Actas de Diseño. (2012). *VI Encuentro Latinoamericano de Diseño*. (12). Universidad de Palermo, Argentina.

Asociación de Diseñadores Gráficos de Buenos Aires. (1981). Buenos Aires: ADG.

Bell, D. (1973). *El advenimiento de la sociedad post-industrial*. Madrid: Alianza.

Carpintero, C. (2007). *Sistemas de identidad*. Buenos Aires: Argonauta

Castells, M. (2005). *La era de la información: La sociedad red*. (Vol. 1.). Madrid: Alianza.

ComScore (2010). *Comunicados de prensa: Indonesia, Brasil y Venezuela Lideran*

Aumento Global del Uso de Twitter. Recuperado de:

http://www.comscore.com/lat/Insights/Press_Releases/2010/8/Indonesia_Brazil_and_Venezuela_Lead_Global_Surge_in_Twitter_Usage

De Mingo, R. (2011). *Diseño de interfaces gráficas para la web móvil*. Proyecto de Grado. Buenos Aires: Universidad de Palermo.

De Moragas, M. (Ed.). (1985). *Sociología de la comunicación de masa: IV. Nuevos problemas y transformación tecnológica*. Barcelona: Gustavo Gili.

Diseñadores de Madrid. (2005). *Qué es DIMAD*. Recuperado de <http://www.dimad.org/que-es-dimad/informacion-general>

Encuentro Nacional de Diseño. (s.f.). *Encuentro Nacional de Diseño*. Recuperado de <http://encuentromyc.weebly.com/>

Enz, A. Fatin, R. y Lahattague, I. (Eds.). (2006) *Comunicar para el cambio social*. Buenos Aires: La cruzía.

Fernández, S. y Bonsiepe, G. (2008). *Historia del Diseño en América Latina y el Caribe: industrialización y comunicación visual para la autonomía*. Barcelona: Blücher.

Finquelievich, S. (2005). *Desarrollo local en la sociedad de la información: Municipios e internet*. Buenos Aires: La cruzía.

Frascara, J. (2004). *Diseño gráfico para la gente: Comunicación de masa y cambio social*. Buenos Aires: Infinito.

Gates, B. (1999). *Los negocios en la era digital: Cómo adaptar la tecnología informática para obtener el mayor beneficio*. Argentina: Sudamericana

Gómez. (2010). *Correo del Orinoco: Una galería se encarga de recopilar la historia del diseño venezolano*. Recuperado de <http://www.correodelorinoco.gob.ve/comunicacion-cultura/una-galeria-se-encarga-recopilar-historia-diseno-venezolano/>

Gonsalo, A. y Arévalos, A. (2010). *La revolución horizontal*. Recuperado de www.librosenred.com

Gonzales, G. (1994) *Estudio de diseño: sobre la construcción de las ideas y su aplicación a la realidad*. Buenos Aires: Emecé.

Groismann M. (Comp.) (2007). *Apuntes pixelados: reflexiones sobre el diseño y los medios audiovisuales, del kinetoscopio a la revolución celular*. Buenos Aires: Nobuko

ICOGRADA (2011) *Icograda design education manifesto 2011*. Recuperado de: http://toolkit.icograda.org/database/rte/files/PR_IEN_Manifesto2011_webres.pdf

- Igarza, R. (2008). *Nuevos medios: Estrategias de convergencia*. Buenos Aires: La cruzía.
- Instituto de Estudios sobre Comunicación (Ed.). (2010). *Pensar para los medios en la era digital: Iberoamérica frente al desafío de la convergencia*. Buenos Aires: La cruzía.
- Ivoskus, D. (2010). *Obsesión digital: Usos y abusos en la red*. Buenos Aires: Norma
- Lévy, P. (2004). *Inteligencia colectiva: Por una antropología del ciberespacio*. Recuperado de [http://: inteligenciacolectiva.bvsalud.org](http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org)
- Lynch, P. y Horton, S. (2004). *Manual de estilo web: principios de diseño básico para la creación de sitios web*. (2da Ed.) Barcelona: Gili.
- Moschella, M. (2011). *E-learning para nativos digitales*. Proyecto de Grado. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- Olivera, J. (2007). La sociedad de la Información. Análisis y retos actuales. *Revista Apunts*. Recuperado de http://articulos-apunts.edittec.com/87/es/087_003-006EdES.pdf
- Prensa UNEY (2011). *Correo del Orinoco: UNEY egresa primera cohorte de Diseño integral del país*. Recuperado de: <http://www.correodelorinoco.gob.ve/educacion-venezuela-categorias/oney-egresa-primera-cohorte-diseno-integral-pais/>
- Prensky, M. (2011). *Digital Natives, Digital Immigrants*. Recuperado de <http://www.marcprensky.com/writing/>
- Programa Estratégico Nacional de Innovación y Diseño (2009). *Documento de creación del plan*. Recuperado de: <http://penid2009.wordpress.com/2009/07/30/novedades/programa-estrategico-nacional-de-innovacion-y-diseno/>
- Royo, J. (2004). *Diseño digital*. Barcelona: Paidós.

Salvat, T. (1998) *Cómo hacer una asociación civil*. (4ta ed.) Buenos Aires: Valleta.

Tapia, A. (2005). *El diseño gráfico en el espacio social*. Buenos Aires: Nobuko

Tribunal Supremo de Justicia (2000). *Constitución de la República Bolivariana de Venezuela*. Recuperado de: <http://www.tsj.gov.ve/legislacion/constitucion1999.htm>

Valdés de León, G. (2011). *Una molesta introducción al estudio del Diseño*. Buenos Aires: Nobuko.

Van Peborgh, E. (2010). *Odisea 2.0: Las marcas en los medios sociales*. Buenos Aires: La crujía.

Vera, G. y Dunia, L. (2009). *Diseño para todos: Colección diseñar para vivir mejor*. Caracas: