



## CÁMARA DE DISEÑO DEL ECUADOR

**Asunto:** Denominación, campo de actividades y responsabilidades del profesional del Diseño en Ecuador

Elaborado: CADE

Fecha: 08/04/2020

---

La descripción de las características laborales que los diseñadores tienen y sus modos de actuación en el Ecuador, se describen con base en el análisis de sus competencias profesionales y conocimientos requeridos para el ejercicio profesional sea este de nivel técnico, tecnólogo o licenciado:

1. Denominación según UNESCO<sup>1</sup> de las DICIPLINAS del Diseño:

- Diseño Grafico<sup>2</sup>
- Diseño Industrial (o de productos en Ecuador)<sup>3</sup>
- Diseño de Vestuario y Moda<sup>4</sup>
- Diseño de Interiores<sup>5</sup>.

2. Los problemas en el diseño y desarrollo de productos de uso a los que el diseñador se enfrenta, así como la naturaleza de su actuación, contenido, alcance y proceder se abordan como proyectos y se clasifican así:

- **Diseñar productos de comunicación visual:** Editorial. Identidad. Infografía. Gráfica ambiental. Tipografía. Audiovisual. Digital. Envases. Campaña.
- **Diseñar productos Industriales:** productos como empaques envases y embalajes, maquinarias equipos y herramientas, vehículos para movilidad, objetos cerámicos, joyería, cestería, objetos tallados en piedra y/o madera.
- Diseñar productos de vestuario y moda: Confecciones. Creación los textiles, prendas de vestir, accesorios, zapatos, lencería. Tendencias y conceptos en el vestuario. A nivel técnico: Sastre, modista, patronaje, costurera y modelaje.

---

<sup>1</sup> RRA. - Artículo 9.- Formación de Tercer Nivel, de grado. -Este nivel proporciona una formación general orientada al aprendizaje de una carrera profesional y académica, en correspondencia con los campos amplios y específicos de la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE) de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Los profesionales de grado tendrán la capacidad de conocer o incorporar en su ejercicio profesional los aportes científicos, tecnológicos, metodológicos y los saberes ancestrales y globales.

<sup>2</sup> Se ocupa de la información y comunicación visual, del diseño y desarrollo de imagen, marca, editorial, imagen corporativa, publicidad en cualquiera de sus soportes, señalización, tipografía, etiquetado del empaque, ilustración, diseño multimedia, diseño de páginas web. Adaptado de (INNOVA, 2002).

<sup>3</sup> Configuración de productos y creación de todas las partes del producto que entran en contacto físico y psíquico con el usuario, que permitirá que éste entienda su funcionamiento, se adapte e interactúe con él y lo acepte culturalmente. Adaptado de (INNOVA, 2002).

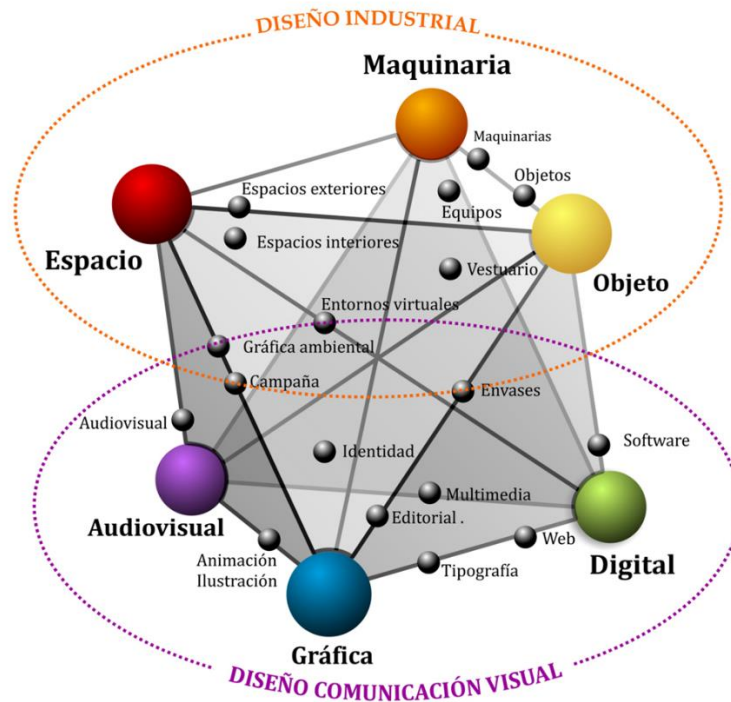
<sup>4</sup> Incluye todas las profesiones que crean los textiles, prendas de vestir, accesorios, zapatos, etc. Creando nuevas tendencias y conceptos en el vestuario; adaptado de (INNOVA, 2002).

<sup>5</sup> Configuración del espacio doméstico, empresarial o comercial. Interviene en el espacio interior para optimizar y hacer más eficientes y funcionales los ambientes y actividades del ser humano (adaptado de (INNOVA, 2002).



- **Diseñar productos de espacios interiores:** Espacio interiores doméstico, empresarial o comercial.
  - **Evaluar:** Proyectos de diseño. Productos diseñados en las categorías descritas. Gestión de diseño.
  - **Investigar:** Información para desarrollo de proyectos de productos, procesos y servicios. Teoría de diseño. Historia del diseño. Metodología del diseño. Crítica del diseño.
  - **Gestionar:** Proyectos de productos, procesos o servicios. Programas de diseño. Estrategias de diseño.
3. Las esferas de actuación de los diseñadores con base en los problemas que aborda la profesión:
- **Esfera espacio:** Refiere al diseño de los espacios interiores (no arquitectónicos) cuya escala es mayor que el ser humano y rodea a los elementos con los que él habita: espacios domésticos, sociales, laborales, comerciales y de ocio. Asimismo, se pueden señalar el diseño de espacios y entornos virtuales, con mayores puntos de contacto con la esfera digital, también de la carrera de Diseño Gráfico y Comunicación Visual.
  - **Esfera maquinaria equipos y herramientas:** Abarca el diseño de máquinas, equipos y herramientas que se distinguen por sus sistemas mecánicos, electrónicos y mecatrónicos. Vinculan el manejo de competencias ingenieriles, abarcando soluciones de alcance y complejidad interdisciplinar como maquinarias industriales, agrícolas, de construcción, equipos, medios de transporte, entre otros de similar escala y complejidad.
  - **Esfera objeto o producto:** Concentra los productos que permiten al hombre realizar funciones como extensiones o reequilibramientos de sí mismo. Apoyan, facilitan y mejoran la calidad de vida, tales como: vestuario, textiles, juguetes, mobiliario, lámparas, vajillas, enseres, objetos decorativos y utilitarios. También abarca productos de alta tecnología como electrodomésticos, equipos médicos, electro-médicos, medios de ofimática, utillaje e instrumental científico.
  - **Esfera digital:** Vinculada con el mundo virtual, con las tecnologías informáticas y la computación: medios digitales, soluciones que aplican en la interfaz de software, de utilidades, sitios web, tiendas y revistas digitales; libros electrónicos, multimedia educativas, promocionales y culturales; visualizaciones de entornos virtuales, videojuegos y simuladores 3D. Exige un manejo elevado de componentes visuales y cognitivos.
  - **Esfera gráfica:** Concerniente a la comunicación humana y a la construcción de mensajes, empleando medios visuales, gráficos y tipográficos. Atiende problemas de identidad visual de empresas y organizaciones, marca, signos, logos y aplicaciones; gráfica editorial, que abarca libros y publicaciones; los carteles y soportes gráficos; la infografía, tipografía e ilustración.

- **Esfera audiovisual:** Integra sonido e imagen en movimiento. Engloban temas proyectuales como la animación, videoclip, presentaciones para televisión, spots, y otros, de amplio uso en la publicidad, promoción del bien público y transmisión de mensajes en medios de comunicación masiva. Concentra el manejo de la gráfica cinética, los recursos de la fotografía en movimiento, el cine y la televisión.

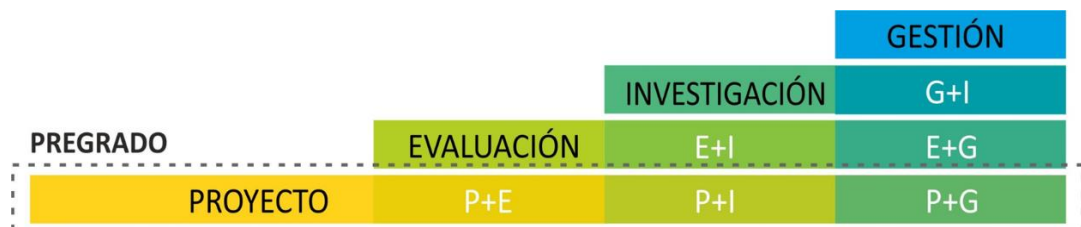


**Grafica 1. Esferas de actuación (Peña & Perez, 2015)**

4. Los modos de actuación profesional son las formas en que este aborda la solución de los problemas, los métodos y prácticas que utiliza en su desempeño, así como los roles que asume ante cada situación:
  - **Proyecto de producto, procesos o servicios:** Es la actividad primaria del diseñador, se refiere al acto de diseñar y desarrollar proyectos de diseño. en la que el profesional deberá dominar la estética y se tiene un alto compromiso con la innovación, el proceso de metodológico de trabajo en etapas (Definición-concepto-detalle-verificación-producción-mercadeo y disposición final). Consiste en analizar la realidad, detectar necesidades y definirlas en términos de problema de diseño, elaborando toda la información necesaria para el desarrollo y conducción de un proyecto.
  - **Evaluación:** Evaluar es una herramienta fundamental en el mundo científico, empresarial y social contemporáneo en el que el Diseño está inmerso. “Se puede definir a la evaluación como el proceso sistemático de recolección y análisis de la información, destinado a describir la realidad y emitir juicios de valor sobre su

adecuación a un patrón o criterio de referencia establecido como base para la toma de decisiones” (Bazinet, 1984, p. 25). Se proponen tres niveles en Diseño: de proyecto, de producto y de la gestión.

- Investigación:** Se asumen métodos y prácticas de la investigación aplicada, orientada a resolver problemas prácticos, extender y desarrollar conocimientos de un tema específico, establecer principios generales y aplicar conocimientos adquiridos en la solución de problemas prácticos. En este sentido se identifican dos escenarios donde el diseñador debe actuar como investigador: de datos (información para el proyecto y la gestión) y teórica (historia, metodología y crítica).
- Gestión:** Actividad de administrar, planificar, organizar, dirigir y controlar los objetivos, procesos y recursos de diseño, a todos los niveles, en el entorno organizacional y empresarial. En el contexto actual, no es posible hablar de diseño fuera del tejido empresarial, en un entorno productivo, técnico, de mercado y más. “El diseño, tal y como indica su nombre, no puede existir sin empresas, sin industrias, sin mercado y sin usuarios” (Lecuona, 2003, p.x). La gestión también está presente a niveles de formulación, dirección, estratégicos, administrativos y prácticos de políticas públicas para el fomento y desarrollo del diseño.

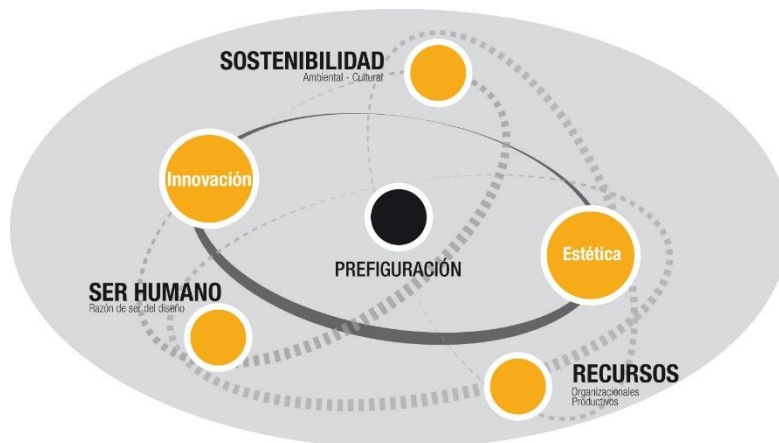


**Grafica 2. Modos de actuación (Peña & Perez, 2015)**

5. Los campos de acción del diseñador hacen referencia interacción con muchas áreas del conocimiento y disciplinas, definen los espacios cognitivos, áreas del saber y ciencias con las que se relaciona el diseñador para encontrar las soluciones:

- Ser Humano:** Razón de ser del Diseño. Hace parte de los modos de transformación humana originada en la relación de las personas con el entorno. Para esto se vale del conocimiento del hombre, de los factores humanos en tanto usuario de los productos de diseño: sus características físicas, socioculturales y psicológicas y la influencia del entorno en su interrelación con el producto.

- **Estética:** Como dominio también del Diseño, atiende las preocupaciones contemporáneas por la estetización del entorno, instaurando una nueva dimensión estética derivada y dependiente de la producción industrial, que no goza de la autonomía de la estética en la concepción del artista y que, por el contrario, tiene que ver con el establecimiento de vínculos entre lo emocional y lo sensible, con la producción y la tecnología, y con los usuarios finales, según (Franky, 2015).
- **Recursos:** De carácter organizacional y productivo, de funcionamiento, mecanismos y sistemas técnicos, estructurales, materiales, procesos, recursos y tecnologías; gestión de materia prima para la materialización de productos; mercado, leyes, soportes y logística; distribución, almacenamiento y transportación de los productos, así como los aspectos económicos que condicionan la producción, distribución y circulación. El estado de la ciencia y la técnica en el sector de aplicación del producto y los procesos tecnológicos de transformación.
- **Sostenibilidad ambiental y cultural.** - Incorporando una visión integral del ciclo de vida en el desarrollo de los productos y un compromiso con la cultura, al ser comprendido como agente generador de la misma. Compromiso con el medio ambiente y con el futuro. “Mantener la diversidad biológica y la integridad del medio ambiente, con un diseño incorporado a las condiciones biorregionales y reduciendo el impacto por el uso humano. Asumir como propios los Principios de Hannover o Proyecto de los derechos del Planeta” (McDonough, 2003, p.150).
- **Innovación:** Se orienta desde el conocimiento, como agente de innovación, con un actuar propositivo y proactivo. Se considera una herramienta en la competitividad y el desarrollo económico, en el marco de los procesos de globalización.



**Grafica 3. Sistema de referentes del diseño (Franky, 2015)**



## Bibliografía

- Álvarez, C. (s. f.). *El diseño curricular*. Cochabamba: Pueblo y educación.
- Bazinet, A. (1984). *La Evaluación del Rendimiento*. Barcelona: Herder.
- Bonsiepe, G. (2000). *Las Siete Columnas del Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Calificador de Cargos de Diseño para el MTS. (2006). *Oficina nacional de Diseño ONDI*. La Habana.
- Chartered Society of Designer. (s. f.). *Chartered Society of Designers*. Recuperado de: [www.cds.org.uk](http://www.cds.org.uk)
- Franky, J. (2015). *El acto de diseñar... entre otras quijotadas*. Ecuador: PUCE.
- Grupo Educación. (2007). *Programa director para el reforzamiento de la formación de valores en la sociedad Cubana actual*. MES: La Habana.
- Guía Metodológica PREDICA. (2000). *Cómo integrar el diseño en su empresa*. Madrid.
- Hernández, A. (2003). *El Perfil Profesional*. La Habana: CEPES, Universidad de la Habana.
- Horrutiner, P. (2006). *La Universidad cubana. El modelo de formación*. La Habana: Félix Varela.
- Lecuona, M. (2003). *Conceptos básicos de la gestión del diseño en las pymes*. España: Edición Servicio de Publicaciones UPV.
- Libro Blanco. (s. f.). *Títulos de Grado en Bellas Artes /Diseño / Restauración*. España: Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación.
- McDonough, W. (2000). *Conferencia EXPO 2000*. Hannover, Alemania.
- Montaña J. Moll, I. (2008). *La gestión del Diseño en la empresa*. Madrid: Fundación COTEC.
- Morin, E. (2004). La Epistemología de la Complejidad. *Gazeta de Antropología N° 20*. Recuperado de: [http://www.ugr.es/~pwlac/G20\\_02Edgar\\_Morin.html](http://www.ugr.es/~pwlac/G20_02Edgar_Morin.html)
- Núñez, J. (2001). *Tesis sobre epistemología y educación*. La Habana: Universidad de la Habana.
- Paredes, P., Manrique, A., & Carrillo, N. (s. f.). *Checking Design*. Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
- Rubinstein, S. (2007). *Las capacidades, en Selección de lecturas de Psicología de las capacidades*. (E. González, Ed.). Cuba: MES.
- Tresserras, J., Verdaguer, N., & Espinach, X. (2001). *Èxit de Mercat i Disseny*. Catalunya España: Centre d'Innovació i Desenvolupament Empresarial (CIDEM).