La identidad visual como puente entre Diseño Gráfico y RRPP

Por Florencia Sgarbossa

¿Las Relaciones Públicas y el Diseño Gráfico son profesiones amigas? El desarrollo de identidad visual podría ser una oportunidad de colaboración entre estas disciplinas.

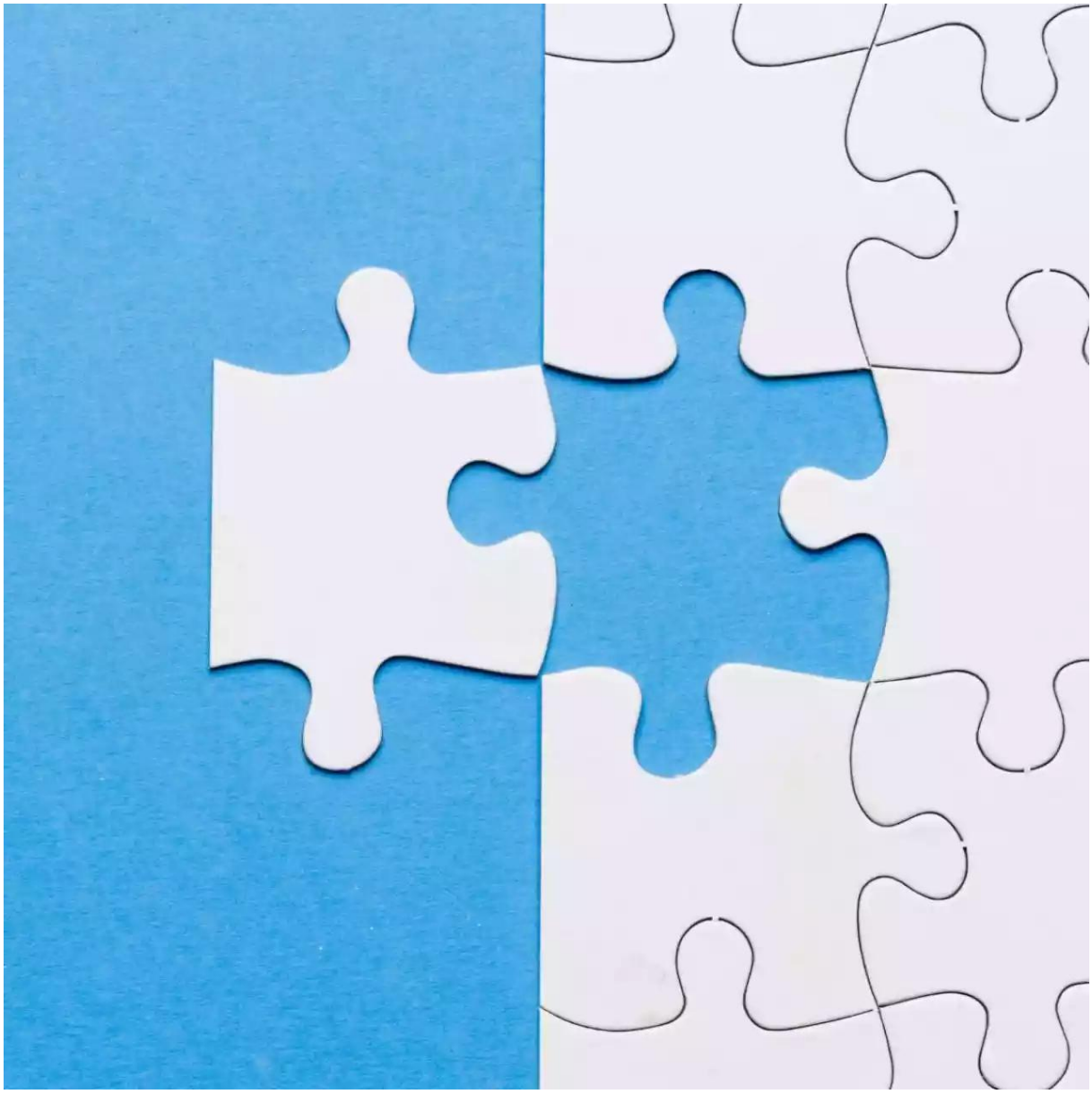

Imagen creada por freepik

La necesidad del desarrollo de la identidad visual parece haberse instalado en todo tipo de organización. Pero... ¿cuáles son hoy las disciplinas que intervienen en este tipo desarrollos? ¿Quién es el profesional más idóneo para desarrollar un proyecto de identidad visual?: ¿el estudio generalista de diseño?, ¿la agencia de publicidad?, ¿la agencia de branding?, ¿la agencia de relaciones públicas?

El hecho de que se estén desdibujando los límites de las profesiones que trabajan en el campo de la comunicación, está incidiendo en la actuación profesional y en los resultados de los proyectos de diseño de identidad visual. Las diferentes profesiones que atienden este tipo de demanda ¿se interrelacionan para llegar a mejores resultados, aportando sus saberes específicos o compiten entre sí?

Hoy podemos encontrar un abanico de profesionales encargados en la gestión de la identidad visual.

> «El mercado de la identidad corporativa presenta hoy una situación interesantísima desde el punto de vista técnico y cultural: coexisten, tanto en la demanda como en la oferta de servicios profesionales, representantes de aquellas tres «eras», como tres mercados distintos y superpuestos. Todavía hay quienes compran y venden logotipos y quienes compran y venden manuales. Y, aunque menos, comienzan a existir quienes compran y venden estrategias y sistemas globales de identificación».
> Norberto Chaves[1]

Ha pasado bastante tiempo desde que Norberto Chaves expresó este pensamiento, y ya podemos observar que la tercera generación, la de las estrategias y sistemas globales de identificación, se está volviendo un tipo de oferta y demanda cada vez más frecuente. Tal vez a esta altura, los profesionales deberíamos entender la identidad visual como una necesidad proyectual que forma parte y actúa en conjunto con la estrategia de comunicación de la organización. En ese sentido, podríamos pensar esta especialidad como un espacio de confluencia entre el Diseño Gráfico y las Relaciones Públicas, cuy perfil más vinculado a la comunicación estratégica necesariamente representaría un aporte que ayudaría a una concepción más integral y global, a vincular mejor todos los aspectos de la organización en propuesta estratégica de Identidad Corporativa.

Las Relaciones Públicas como se están especializando en exactamente esto: en generar estrategias integrales que guíen las acciones de comunicación en las organizaciones. Será muy interesante discutir si el diseñador debería capacitarse en estrategia, o si el relacionista público debe aprender sobre diseño gráfico, o si ambos profesionales deben hacerlo, para dar un paso de calidad y empezar a trabajar en forma interdisciplinaria. Los aportes que ambas disciplinas trabajando mancomunadamente, seguramente implicarán mejores resultados.

Publicado el 22/05/2020

1. Ver artículo *Tres generaciones en el diseño corporativo* de Norberto Chaves.

FOROALFA
ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/la-identidad-visual-como-puente-entre-diseno-grafico-y-rrpp