



Fragoso Susunaga, Olivia (2015).

ORCID: [0000-0001-8030-6349](https://orcid.org/0000-0001-8030-6349)

Diseño y comunicación visual.

p. 55-64

En:

Aproximaciones conceptuales para entender el Diseño en el Siglo XXI / Marco Vinicio Ferruzca Navarro [et al.] coordinador. Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, 2015.

Fuente: ISBN 978-607-28-0467-8

Universidad
Autónoma
Metropolitana 
Casa abierta al tiempo **Azcapotzalco**


Ciencias y Artes para el Diseño



<https://www.azc.uam.mx/>

<https://www.cyad.online/uam/>

<http://investigacionyconocimiento.azc.uam.mx/>

Repositorio Institucional


Zaloamati

"Preservar con amor y cariño el saber"

<http://zaloamati.azc.uam.mx>



Excepto si se señala otra cosa, la licencia del ítem se describe como

Atribución-NoComercial-SinDerivadas

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

D.R. © 2015. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco. Se autoriza copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato, siempre y cuando se den los créditos de manera adecuada, no puede hacer uso del material con propósitos comerciales, si remezcla, transforma o crea a partir del material, no podrá distribuir el material modificado. Para cualquier otro uso, se requiere autorización expresa de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco.

Diseño y comunicación visual

La comunicación visual es un término que se usa en el contexto del diseño, pero que tiene especificidades que habrá que precisar. Al buscar la etimología de la palabra comunicación desde un lugar común, el diccionario de la Real Academia Española (DRAE) menciona que proviene del latín “*communicatio, ōnis*, que implica la acción y efecto de comunicar o comunicarse; la transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor”.

Se habla de comunicación cuando se pone algo en común de “*commūnis* que hace referencia a una cosa que no siendo privativamente de nadie, pertenece o se extiende a varios, se dice de algo recibido y admitido de todos o de la mayor parte”. Lo visual, definido en la misma fuente es lo relativo a la visión.¹

Desde este primer acercamiento, la comunicación visual es la acción y efecto de comunicar o comunicarse, transmitiendo señales —relativas a la visión— que se extenderán y admitirán por todos o por la mayoría, de un emisor a un receptor mediante la utilización de un código común. Esta definición que a simple vista parece pertinente, tiene un defecto: está hecha desde una perspectiva de la teoría de la comunicación, que considera la transmisión de los mensajes como el paradigma comunicativo por lo que (como se verá más adelante) este enfoque no es el único, lo que en lugar de ayudar a resolver la relación entre ambos elementos la complica. Por lo tanto, vale la pena dejar el lugar común, y extender la búsqueda hacia la forma en que la comunicación visual ha sido definida desde el ámbito del diseño.

Para algunos académicos existen diferencias entre la comunicación visual y la comunicación gráfica; Tapia, en *El diseño gráfico en el espacio social* (2004), diferencia el término, incluyendo en comunicación gráfica a la actividad humana de producir

¹ DRAE, disponible en <<http://buscon.rae.es/drae/srv/search?id=yImwzuvuYDXX2yBWBGGa>>, consultado el 25 de enero de 2014.

imágenes, acción que se remonta a la antigüedad y que poco a poco se ha hecho más compleja cada vez. Sin embargo, la distinción, aunque puede servir para explicar cómo se ha conceptualizado el diseño en diferentes épocas, no es suficiente para explicar la relación del diseño con la comunicación.

Para Müller-Brockmann, en *Historia de la comunicación visual* (1998), ésta es un fenómeno que comienza con la historia del hombre, y del que se encuentra evidencia desde la prehistoria, por lo tanto, el autor no encuentra una diferencia específica entre las actividades de diseño que se incluyen cronológicamente en su exposición histórica.

Bruno Munari, en *Diseño y comunicación visual* (2006), considera que comprender el diseño desde la comunicación visual implica la consideración de una amplia gama de prácticas que abarcan diferentes campos disciplinares como el arte, la tipografía, el diseño, y medios como la prensa, la fotografía o el cine. El autor incluye todo tipo de problemas relacionados con la imagen: la figuración y la abstracción; la simplicidad y la complejidad; la representación, las imágenes fijas que simulan movimiento; hace referencia a la problemática de la forma y al contenido. La definición de Munari es comprensible en el contexto socio-histórico de la Europa de posguerra, donde la propuesta fue elaborada inicialmente, y en la que de forma implícita se desmarca de concepciones de diseño previas influidas por el fascismo, y de las de la tradición del arte clásico, para acercarse más a una visión que desde la posguerra se tenía del diseño.

La relación del diseño y la comunicación visual que formula Munari está elaborada desde la teoría matemática y cibernética de la comunicación, que mira el diseño como un proceso de transmisión de señales que tienen que codificarse y compartir campos de significación entre la fuente, el emisor, la señal y el destinatario, lo que significa una mirada alterna a la del diseño como arte; a la del diseño como producción de objetos en serie, carente de valores estéticos, y a la de la disciplina como una forma de artesanía.

Joan Costa, de formación comunicólogo, considera el diseño como una actividad de comunicación visual. En su texto *Imagen global* (1994) explica el diseño desde una teoría de la comunicación de corte sistémico, posición que reitera en otros textos como *Diseñar para los ojos* (2003), o *Esquemática* (1998). El enfoque sistémico desde el cual Costa plantea la forma de entender y hacer el diseño como un sistema, que implica un conjunto de elementos relacionados entre sí que cumplen distintas funciones; que tienen una historia de cambios y que se relacionan con el entorno con el que interactúan en una serie de intercambios que determinan sus cambios, su historia y su evolución. La propuesta sistémica de

Costa tiene implícita la visión de la transmisión y el intercambio de información en un código de significados compartidos perteneciente a la teoría matemática y cibernética de la comunicación, que son una especificidad de la mirada sistémica.

Frascara (2000) menciona que el nombre de la disciplina —diseño gráfico— ha coadyuvado a generar un equívoco en la comprensión del objeto de estudio pues,

[...] hace un énfasis desmedido en lo gráfico-físico y desatiende el aspecto más esencial de la profesión, que no es el de crear formas, sino el de crear comunicaciones. Es por este motivo que si bien el término “diseñador gráfico” es la denominación más aceptada para la profesión, el título más apropiado y descriptivo es “diseñador de la comunicación visual”, ya que en este caso están presentes los tres elementos necesarios para definir la actividad: un método: diseño; un objetivo: comunicación; y un campo: lo visual. (Frascara, 2000: 21).

A pesar de que la definición de diseño de Frascara es pertinente para enfatizar una problemática de la disciplina, el enfoque que el autor sigue corresponde a la teoría matemática de la información y cibernética que sigue el modelo E-M-R, pues considera como elementos centrales del diseño el mensaje, la información, la redundancia, el ruido, el código y el canal, y lo hace desde el funcionalismo.

Al revisar la relación del diseño con la comunicación, desde los documentos revisados que pertenecen al campo del diseño se observa que no existe una constante para el uso del término comunicación visual; además de que el enfoque que se sigue al plantear dicha relación está basado en los primeros modelos teóricos de la comunicación, que a la fecha ha sido reformulado en elaboraciones teóricas que han superado los problemas existentes en las primeras. Debido a lo anterior, se considera pertinente explorar la relación diseño-comunicación en algunas definiciones dadas a la disciplina del diseño.

¿Qué es el diseño?, Kunst (2005), es un texto significativo debido a que reúne definiciones del término elaboradas por diversos profesionales y académicos quienes reflexionan sobre la disciplina. Al hacer una revisión de las ideas expuestas se observa que no existe una sistematización que permita unificar los conceptos expuestos. Las definiciones del diseño son elaboradas desde una gran diversidad de posturas teóricas existentes e incluyen una variedad también amplia de denominaciones y campos laborales para la disciplina. Este problema puede ser originado por la metodología seguida en la conformación del texto. Sin embargo, lo que en él sucede parece ser un

reflejo de lo que acontece en otros espacios del campo profesional caracterizados por la visión fragmentaria de los elementos que constituyen el fenómeno.

Uno de los problemas que más llaman la atención en el proyecto de Kunst es la confusión existente en los participantes, quienes no reconocen las diferencias existentes entre el proceso (diseñar), el objeto (diseño) y el sujeto de diseño (diseñador). Este problema permite traer a la luz otro de los grandes inconvenientes por los que ha pasado la teoría y la metodología del diseño: suelen confundirse estas tres esferas, sobre todo, al momento de formular y delimitar problemas específicos en el campo profesional y académico. Esta confusión es especialmente importante si se piensa en el problema de la relación del diseño con la comunicación visual, ya que desde la teoría de la comunicación, la diferenciación de los actores en el proceso, campo, referente, estructura o sistema de comunicación es fundamental. Si desde el diseño no se tiene clara la diferencia entre estos elementos no será posible hacer las relaciones pertinentes entre ambas disciplinas.

Dentro de las definiciones formuladas en el texto de Kunst, se encuentran las que hablan de procesos en las que destacan cuestiones económicas, políticas, sociales o tecnológicas, como la de Rodolfo Fuentes de Uruguay. También están las que hablan del sujeto creador que sabe conceptualizar y organizar sus ideas como la de René Azcuy, de Cuba-México. Existen las que explicitan la relación entre el diseño y la comunicación visual desde una visión sistémica etnoculturalista, como la de Janice Pacheco de Bolivia (Kunst, 2005).

Algunos autores incluyen explícitamente el término comunicación visual dentro de sus definiciones. Tal es el caso de Takashi Akiyama (2005) de Japón, quien dice: “La nueva posibilidad de un diseño de comunicación visual está creciendo basada en la idea de una sociedad con una civilización globalizada. Debemos elevar la densidad y el contenido de nuestras ideas”. En el mismo sentido Alejandro Manetti (2005), de Barcelona, menciona que la comunicación visual es una función tanto como un campo de aplicación del diseño, pues el autor genera la definición desde una mirada amplia del término: “El diseño es parte integrante de la vida de cada individuo. Desde la arquitectura de las ciudades a través de la forma y función de productos, hasta su identidad y comunicación visual, es el elemento clave porque produce innovación”.

Lo que se concluye a partir de la revisión de este texto es que de la misma manera que no existe unidad en cuanto a la definición de diseño, tampoco existe ésta en lo que a la precisión del vínculo existente entre el diseño y la comunicación visual se refiere. Existen diferentes niveles, formas y modos de entender el vínculo diseño-comunicación visual. Se podría inferir que las diferencias responden a cuestiones

epistemológicas relativas a la disciplina de la comunicación y a la manera en que se interpreta y usa el término con relación al diseño; sin embargo, es un espacio que queda por explorar. Si no se encuentra un asidero por esta vía, habría que recurrir a la forma en la que el vínculo diseño-comunicación visual se maneja en la propia institución.

En la licenciatura en DCG del CyAD de la UAM-A la palabra “comunicación” aparece explícita en el nombre de la licenciatura pero no aparece lo visual, al menos no de manera explícita. Por ello habría que buscar la manera en que la comunicación visual se relaciona desde el contexto institucional.

Para tener una idea de la percepción que tienen los estudiantes sobre este problema se hizo un sondeo con alumnos que actualmente cursan la licenciatura en DCG de sexto y noveno trimestres. Se les pidió en una entrevista que dieran su definición de lo que entendían por comunicación visual y las diferencias con el DCG. Se les preguntó también por las Unidades de Enseñanza Aprendizaje (UEA) en las que este tema haya sido tratado. Los estudiantes dieron definiciones orientadas por el sentido común y se observó que las respuestas diferían entre sí ampliamente, dejando ver que los estudiantes no tienen claras ni las definiciones ni las diferencias existentes entre el DCG con la comunicación visual. Cuando se les preguntó en qué asignaturas llevaban contenidos explícitos de comunicación visual comentaron que sólo se aborda en las UEA Diseño y comunicación III (Diseño y comunicación) y IV (El mensaje visual). Con independencia de la validez estadística o del hallazgo cualitativamente significativo del procedimiento del sondeo, y de que la información brindada por los estudiantes sea confiable debido al olvido, el resultado es significativo. Lo que queda sobre la mesa es un problema que habría que retomar en una investigación en la que se analice la construcción del concepto “comunicación visual” y su transmisión en el ámbito académico. Fuera de esto se encuentra en la respuesta de los estudiantes una problemática similar a la que se observó en los libros de diseño y en las definiciones elaboradas por profesionales y académicos del diseño.

Desde este panorama surge la interrogante para observar la forma en que la comunicación visual se maneja en los documentos académicos de la institución. Al consultar el plan de estudios de la licenciatura² se encontró que no existe ninguna UEA denominada comunicación visual. En los objetivos de las UEA en los que hay alusiones a la comunicación, se encuentra por ejemplo, Diseño de mensajes gráficos

² Plan de estudios de la licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica, UAM-A, CyAD, disponible en <<http://www.azc.uam.mx/cyad/Docencia/dcg3.htm>>, consultado el 20 de enero de 2014.

II (signos icónicos), en la que se menciona el diseño como un proceso para obtener soluciones a problemas de comunicación gráfica (no la comunicación visual, sino la comunicación gráfica que no es lo mismo). Sin embargo, en otras asignaturas se menciona la comunicación visual de manera explícita y vinculada con la actividad del diseñador o como campo de conocimiento del diseño. Por ejemplo, en los objetivos de la UEA, Diseño y comunicación II (percepción visual y cognición) se menciona: “Reconocer la importancia de los procesos de percepción a través de la visión como fenómenos cognitivos y emocionales útiles para la conformación de objetos de comunicación visual”. En Diseño y comunicación III (comunicación y diseño), la comunicación visual aparece en el contenido sintético donde “El diseño gráfico [se considera] como un proceso de comunicación visual. Dentro de esta misma UEA, el objetivo plantea la explicación del campo de conocimiento del diseño gráfico desde la perspectiva de la comunicación”. Esta UEA define la relación existente entre el DCG y la comunicación visual como un campo desde donde se comprende y explica el DCG.

La comunicación visual se aborda en el plan de estudios, sin embargo, en la revisión que se hizo del nombre de las UEA y de su contenido no quedó clara su ubicación y estudio en un momento específico, al menos no en los contenidos sintéticos en que se encuentran disponibles para el público en general. Habría que dedicar un espacio para profundizar en esta problemática. A pesar de ello, vale la pena destacar que si se revisa el resto de las UEA en el plan de estudios se observan otras aproximaciones al diseño desde marcos teóricos diversos: la semiótica, la hermenéutica, la historia, la administración, la economía, etc. En consecuencia, en el plan de estudios de la licenciatura se parte del supuesto de que la comunicación visual es una manera, entre otras, de abordar el fenómeno del DCG. Además del plan de estudios, es importante revisar lo expuesto en otros espacios institucionales en donde la comunicación visual y el DCG han sido explorados por lo que se considera pertinente revisar las publicaciones hechas en la institución relacionadas con este tema.

El DCG se ha considerado —desde sus orígenes en la UAM—, como una disciplina de carácter interdisciplinario, este aspecto es muy importante para ubicar la relación que existe con la comunicación visual. Dussel en *Contra un diseño dependiente* —texto fundacional de la disciplina editado en el CyAD—, habla de tres componentes básicos del DCG y los menciona en la *Propuesta general de un modelo del diseño*: la ciencia, la tecnología y el arte. Estos tres componentes están atravesados por el proceso de creación (*poiesis*) que lleva al acto de diseñar considerando como finalidad el valor de uso y la función (Dussel, 1974: 20).

La idea del diseño, como la intersección de tres esferas, es compartida en otros textos, como: *Introducción a la teoría de los diseños* (Acha, 2006); *Reflexiones sobre diseño* (Gracia Olvera, 1996), y no por casualidad se encuentra enunciado en textos básicos de la disciplina, como *La nueva visión, Principios básicos del Bauhaus* (Moholy-Nagy, 1997).

Cada uno de los campos que conforman el diseño tiene sus especificidades, dependiendo de la (o las) teoría(s) que lo componen. En este caso si se habla de comunicación visual habría que considerar que ésta tiene diferentes aproximaciones de acuerdo con el fundamento epistemológico que sostiene, de manera general, a la comunicación, y en particular, al enfoque que desde ésta se elija para lograr su vinculación con lo visual. Es claro que el objetivo de este trabajo no es entrar en largas disquisiciones sobre lo que es la disciplina de la comunicación; sin embargo, debemos tener en cuenta el carácter epistémico que esta disciplina tiene determinado por —como lo menciona Sfez (1995: 20-23)—, su forma ideológica; fundamentado en lo simbólico y basado en las claves que distinguen sus rasgos: la representación y la expresión manifiestas en los recursos tecnológicos.

Las variables propuestas por el autor: la ideología, la simbolización, la representación, la expresión y el soporte tecnológico permiten ubicar los elementos fundamentales por considerar en la comunicación visual las diferentes tendencias que coinciden con las de la comunicación en general y dependen del momento histórico, político, ideológico y del espacio geográfico desde donde esta disciplina, también compleja, se ha formulado.

Una visión panorámica de las diferentes corrientes en las que se categorizan los estudios de comunicación está dada en *Historia de las teorías de la comunicación*, en donde se clasifica a las teorías de la siguiente manera: a) basadas en la metáfora organicista; b) desarrolladas desde la visión empírica estadounidense; c) desarrolladas con base en la cibernética y la información; d) las de la industria cultural, la ideología y el poder; e) las basadas en la economía política; f) las etnográficas, etnometodológicas y antropológicas; g) las surgidas a partir del desarrollo de las tecnologías de la comunicación y la información (Mattelart y Mattelart, 1997). A cada una de las tendencias corresponde un marco teórico, metodológico y una forma de comprender y explicar la manera en la que la comunicación visual tiene lugar. Si se piensa en ésta como un fenómeno de la globalización, habrá que tener en cuenta desde dónde se estudia esta última.

Para avanzar en la reflexión del problema es importante revisar desde qué paradigmas se ha estudiado la comunicación visual en el DCG en el contexto institucio-

nal. En el texto *Contra un diseño dependiente* (Dussel, 1974) se observa que la propuesta del diseño, sin enunciar explícitamente la relación con la comunicación visual, tiene una orientación sistémica basada en teorías de la cibernética y la información, junto con una posición del diseño determinada por aspectos basados en la ideología y el poder con un énfasis muy marcado por problemáticas abordadas por la economía política. En el texto de Dussel estas orientaciones se comprenden a la luz de lo que sucedía en América Latina, en específico, en México en la década de 1970, y cobran mayor sentido si se tiene en cuenta la orientación de la UAM y el contexto socio-histórico-político en el que surgió.

En la década de 1980, Daniel Prieto en *Diseño y comunicación* (1982), desde una postura crítica, plantea que la comunicación visual es un proceso dominante o alternativo de la sociedad industrial vinculado con aspectos ideológicos y mercadológicos. El proceso de comunicación visual de acuerdo con Prieto está constituido por el diseñador, los códigos, lo diseñado, los medios y los recursos, el perceptor, el referente, el marco de referencia y la formación social, todos estos elementos mediados por instancias sociales, políticas e ideológicas. Los textos de Dussel y de Prieto podrían definir la posición ideológica del diseño y su relación con la comunicación visual explicitada en el fundamento epistemológico.

Ya sea a la luz de la economía política o desde el punto de vista de la teoría de la complejidad es necesario tener claro que la relación entre DCG y comunicación visual tiene una orientación teórica e ideológica que hay que identificar, y que la generada desde la UAM debe estar en coincidencia con la filosofía institucional, seguir en la medida de lo posible la vocación formulada por los principios que han regido a la universidad pública en nuestro país, y a la UAM en particular. Para lograr tal finalidad no se espera que se condenen ni que se hagan desaparecer las miradas alternas. Sin embargo, es importante tomar posición sobre la comunicación visual que se teoriza, explica y comprende desde la licenciatura en DCG del CyAD en la UAM-A.

El hecho de que instituciones como la UNAM hayan cambiado el nombre de su programa académico, de “Diseño gráfico” a “Diseño y comunicación visual”,³ ha aumentado la tendencia a introducir en el lenguaje disciplinario esta denominación. En la UAM, la palabra comunicación ha estado explícita en el nombre de la licenciatura desde su fundación, sin embargo se considera necesario investigar para precisar su definición, uso y aplicación en teorías, procesos y áreas disciplinares. Después de

³ <http://licenciaturas.fad.unam.mx/>

lo anteriormente planteado se considera que, en el contexto de la UAM-A en el CyAD, la comunicación visual además de ser un tipo específico de comunicación, ha sido una orientación desde la cual se comprende el fenómeno del DCG, y al mismo tiempo es parte de los campos y áreas profesionales y técnicas en los que ha sido dividida la disciplina, específicamente, de aquellos en los que se enuncia alguno de sus componentes como el mensaje, el emisor, el receptor, el contexto comunicativo, etc. Sin embargo, como ya se mencionó, en la institución existen también otras formas de entender al DCG por lo que la comunicación visual no es la única manera de entender la disciplina, es sólo una mirada. Si se parte de lo anterior, se considera que la comunicación visual es un término que requiere consolidarse tanto en su uso como en las acepciones, además de que requiere convertirse en un tema central en las discusiones académicas del diseño para formular desde la disciplina una teoría de la comunicación visual vista desde el diseño.

Referencias

- Acha, J., *Introducción a la teoría de los diseños*, México, Trillas, 2006.
- Akiyama, T., “¿Qué es el diseño para Takashi Akiyama?”, en Pablo Kunst, *¿Qué es el diseño?*, Buenos Aires, CommTools, pp. 14-15.
- Costa, J., *Imagen global*, Barcelona, CEAC, 1994.
- Costa, J., *La esquemática: Visualizar la información*, Barcelona, Paidós, 1998.
- Costa, J., *Diseñar para los ojos*, México, Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), 2003.
- Covarrubias, J., *Justine y sus amigas. Ensayos sobre diseño y computación*, México, UAM-A, 2010.
- Dussel, E., et. al., *Contra un diseño dependiente*, México, UAM-A, 1974.
- Frascara, J., *Diseño gráfico y comunicación*, Buenos Aires, Infinito, 2000.
- Gracia Olvera, F., *Reflexiones sobre el diseño*, México, UAM-A, cols. CyAD, 1996.
- Guzman, S., y G. López, Joan Costa, *Conferencias en la UAM, reflexiones en torno a la sociología del diseño*, México, UAM, 2010.
- Irigoyen, J. F., *Filosofía y Diseño*, México, UAM-X, 1998.
- Kunst, P., *¿Que es el diseño?*, Buenos Aires, CommTools, 2005.
- Manetti, A., “¿Qué es el diseño para Alessandro Manetti?”, en Pablo Kunst, *¿Qué es el diseño?*, Buenos Aires, CommTools, 2005, pp. 52-53.
- Mattelart, A. y M. Mattelart, *Historia de las teorías de la comunicación*, Barcelona, Paidós, 1997.

- Moholy-Nagy, L., *La nueva visión. Principios básicos del Bauhaus*, Buenos Aires, Ediciones Infinito, 1997.
- Müller-Brockmann, J., *Historia de la comunicación visual*, Barcelona, Gustavo Gili, 1998.
- Munari, B., *Diseño y comunicación visual*, Barcelona, Gustavo Gili, 2006.
- Ocejo, M. E., *De la reflexión a la acción*, México, UAM-A, 2006.
- Pérez Cortés, F., *El diseño de la femineidad: crónicas de la mujer del siglo XX narradas desde su apariencia femenina*, México, UAM-X, 2001, 156 pp.
- Pérez Cortés, F., *Lo material y lo inmaterial en el arte-diseño contemporáneo: Materiales, objetos y lenguajes virtuales*, México, UAM-X, 2003.
- Prieto Castillo, D., *Diseño y Comunicación*, México, UAM-X, 1982.
- Sfez, L., *Crítica de la comunicación*, Buenos Aires, Amorrortu, 1995.
- Tapia, A., *El diseño gráfico en el espacio social*, México, Designio, 2004.