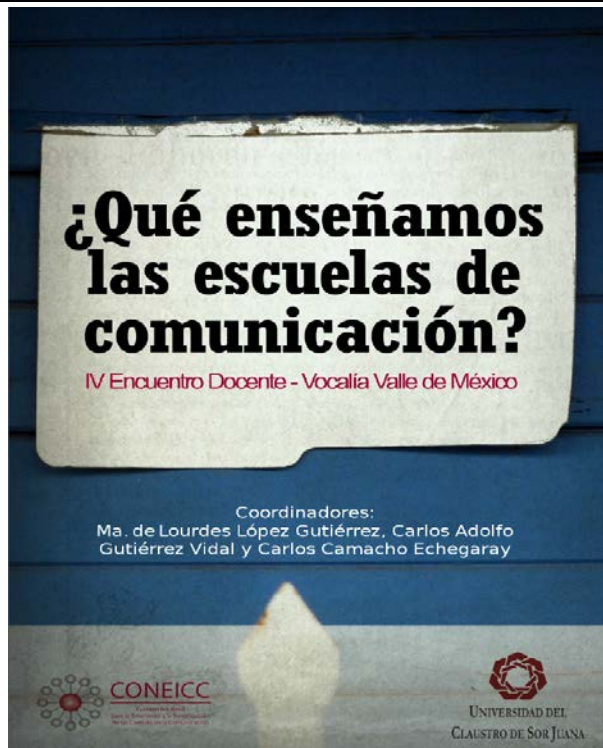


Handle del capítulo: 11191/13257

URL <https://hdl.handle.net/11191/13257>



Olivia Frago Susunaga

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8030-6349>

La enseñanza de la comunicación en el diseño

En:

¿Qué enseñamos las escuelas de comunicación? Memorias del IV Encuentro Docente Vocalía Valle de México / María de Lourdes López Gutiérrez; Carlos Adolfo Gutiérrez Vidal, Carlos Camacho Echegaray, coordinadores. México: CONEICC; Universidad del Claustro de Sor Juana. [2011]



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/>

La Enseñanza de la Comunicación en el Diseño

Olivia Fragoso Susunaga

Universidad La Salle, Ciudad de México

El objetivo central de este texto es hacer un planteamiento en torno a la problemática existente en la enseñanza de la Comunicación en la Licenciatura en Diseño Gráfico en México. El interés por estudiar este tema surge por las experiencias vividas en el aula desde la óptica de alguien que posee la fortuna de contar con formación profesional en la comunicación, las artes visuales y el diseño. Esta posición ha permitido reflexionar, desde hace algunos años, sobre este interesante fenómeno que, al parecer, es tierra fértil pues se ubica en un espacio en el que, por alguna extraña razón, ni comunicólogos ni diseñadores lo han elegido como su objeto de estudio pues, podría pensarse que ambos bandos lo han de considerar competencia del otro.

El problema se inscribe en un intersticio disciplinario, posición desde la cual, como lo diría Portes, es factible ejercer la transgresión de un campo a otro que permite, en el mejor de los casos, una mirada interdisciplinaria, por lo que estaríamos hablando entonces de un fenómeno de comunicodiseñología. Para desarrollar el tema se ha decidido dividir el trabajo en cuatro apartados que exponen distintas facetas del problema.

1. El diseño y su relación con la comunicación

El diseño es una disciplina joven, aunque se puede afirmar que sus prácticas se remiten a la antigüedad. De manera institucionalizada aparece con la Bauhaus en 1919. La denominación fue acuñada en 1922 cuando William Addison Dwiggins usó el término “diseñador gráfico” para describir las actividades que desarrollaba ordenando estructuralmente y dando forma visual a la comunicación impresa. (BIERUT: 2005). Desde esta primera formulación la comunicación se encuentra implícita en las actividades y procesos y enunciada en la descripción de las actividades que se realizan.

En México la primera institución que ofrece los estudios de diseño gráfico es la Universidad Iberoamericana en el año de 1968. Posteriormente, en 1973 la Universidad Nacional Autónoma de México partiendo de su programa académico de Técnico en Dibujo Publicitario, creado a mediados de los años 30 por Manuel Rodríguez Lozano, desarrolla la propuesta de las licenciaturas en Diseño gráfico y Comunicación Gráfica. En esta última en el nombre de la licenciatura se encuentra mencionada la comunicación. En el 74 la UAM abre su programa denominado Diseño de la Comunicación Gráfica en donde se reitera el enfoque del diseño como una disciplina de comunicación, al menos en el nombre. A partir de entonces se han multiplicado las instituciones de

educación superior que imparten programas académicos relacionados con el campo del diseño. Los nombres son distintos conservando de una u otra manera la constante de mencionar tres conceptos: el diseño, la comunicación y lo gráfico, que posteriormente en algunas instituciones como la UNAM, cambiaron “gráfico” por “visual” para incluir sin problema a los objetos de diseño en soportes audiovisuales y digitales además de los impresos.

Por otra parte, es interesante observar que la definición del diseño no es una sola sino que se encuentran diversas propuestas. Algunas se centran en la estética, otras en la creación, otras en la proyectación y algunas más en la comunicación. A pesar de estas variantes en la mayoría se hace referencia a la comunicación como fenómeno inherente al diseño o por lo menos se mencionan elementos de alguno de los modelos como: mensaje, emisor, receptores, audiencias, proceso de comunicación, transmisión de mensajes, retroalimentación *etc.* Este problema lo podemos observar al revisar un par de las definiciones del diseño:

"Proceso de creación visual con un propósito específico, que es: cubrir exigencias prácticas... Una unidad de Diseño Gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado... Debe cubrir necesidades de un consumidor... Es la mejor expresión visual de la esencia de algo ya sea un mensaje o un producto... Su creación debe ser no solo estética sino también funcional mientras refleja o guía el gusto de su época." (WONG: 2009)

“El diseño gráfico, desde Altamira hasta las páginas de Internet, ha respondido tradicionalmente al planteamiento de necesidades prácticas, utilitarias, aplicadas bajo una teoría de la comunicación, bajo las normas éticas de la Ley, formalizadas de acuerdo a una estética de época. Sucesos como la invención del papel, la imprenta, la televisión y la red, han sido determinantes y han marcado etapas fundamentales en las actividades de los diseñadores, ubicándonos en este inicio del milenio ante la disyuntiva de seguir respondiendo a nuestras necesidades con orden, o de ofrecer nuestro tiempo e inteligencia a la alienación del individuo y el desequilibrio ecológico de nuestro hábitat natural.” (KUNST: 2005)

En estos acercamientos, que de ninguna manera pueden ser tomados como paradigmas pues uno de los principales de la disciplina es su amplia variedad de definiciones, se puede observar la manera en que en ellas se transita por la creatividad; por la mención de las necesidades sociales, económicas y culturales; por la estética, la utilidad y funcionalidad y, desde luego, por la comunicación que implícita o explícitamente se encuentra presente.

Los textos fundantes del diseño, hablan de una interacción entre tres ejes principales sobre los que se basa la disciplina: la tecnología, el arte y la ciencia. La comunicación desde esta perspectiva, debía ser una de las disciplinas que le dan base a la licenciatura en diseño. Sin embargo, poder hacer una delimitación epistemológica habría que tener claro cuáles son los límites y la interacción que existe entre ambos campos del conocimiento. Evidentemente la diferencia principal estriba en el objeto de estudio, los métodos y los componentes teóricos que corresponden a cada campo pero valdría tener un espacio para reflexionar sobre cuáles son dichas interacciones sobre todo para efectos del ejercicio profesional en donde el desdibujamiento de los límites es patente. El problema de esta delgada línea se encuentra en la falta de definición de las competencias profesionales sobre los que se debe hacer, saber y conocer de manera compartida y de modo específico en ambos campos.

El sentido común nos permite inferir que por ser visual el diseño trabaja con Formas Visuales, Tipografía y Color como materia prima. Aunque esto implica una tautología es el principio que diferencia al Diseño Gráfico que, desde el punto de vista creativo, proyectual y formal, se inscribe más en el campo de las Humanidades que en la Comunicación en general, que aunque interdisciplinaria también, tiene su ámbito más cargado hacia las Ciencias Sociales y en todo caso su función estaría orientada hacia la parte propiamente comunicativa necesaria para el funcionamiento y operación del diseño.

Por otra parte, el ejercicio profesional del diseñador gráfico, que siempre ha tenido como eje fundamental a la tecnología, desde mediados de los 80's ha tenido un fuerte impacto de herramientas y programas de cómputo. Desde entonces existe la preocupación, por parte de las instituciones educativas de formar en este rubro a los futuros diseñadores. Por esta razón se han tenido que reducir, eliminar o fusionar asignaturas a favor de incrementar el desarrollo técnico de habilidades el manejo de software demandadas en el campo laboral en detrimento de la enseñanza de asignaturas entre las que se ubica la comunicación.

Este escenario nos permite entrever que aunque la relación entre el diseño y la comunicación ha sido cercana no se han desarrollado las acciones pertinentes orientadas a la legitimación de dicha relación, lo cual la ha ido lesionando a pesar de que es, paradójicamente, cada vez más fuerte. Esto se observa en el desdibujamiento de las actividades desarrolladas en el campo laboral.

2. La comunicación en los programas académicos

Es muy importante no perder de vista el contexto general en el que surge el Diseño Gráfico. Por una parte la corriente lingüístico estructural que enfatiza la necesidad de crear sistemas significantes mediante códigos estructurados. Por otro lado el Styling acuñado en el pragmatismo norteamericano que en voz del funcionalismo proclama la necesidad de generar productos útiles, funcionales y con aplicación directa en la práctica.

En la misma década del surgimiento de las escuelas de diseño surgieron las de Comunicación. En esa época existía una tendencia por justificar cualquier acto en el que estuviese involucrado el hombre, desde la perspectiva de las teorías imperantes en materia de comunicación. El modelo clásico de Laswell se difundió en muchos ámbitos y todos los procesos se planteaban desde la perspectiva del modelo E-M-R y efectos.

Existe una fuerte tendencia por despreciar los conocimientos que fundamentan el proceso de diseño, entre ellos la comunicación. No hay unidad conceptual en muchos de los términos que se manejan al interior de la disciplina. Se acuñan definiciones con singular facilidad y no son controladas por las asociaciones de los profesionales.

¿Quién enseña comunicación a los diseñadores?

Hasta finales de los 50's quienes venían ejerciendo las prácticas profesionales del diseño gráfico hasta ese momento, eran técnicos, artesanos, arquitectos y artistas plásticos y fueron ellos los encargados de marcar las pautas que seguiría la disciplina en nuestro país tanto en el ámbito académico como en el profesional.

La orientación que siguen las instituciones se vinculan con la formación recibida por las personas encargadas de construir el plan de estudios. La licenciatura desde sus orígenes tiene un crecimiento significativo hasta inicios de este siglo en el que se ha estabilizado. Al inicio los docentes, provenientes principalmente del campo de la arquitectura y el arte y alguno que otro de las humanidades o de las ciencias sociales, tuvieron que improvisarse; esta práctica continuó en el período del boom pero la tendencia se revirtió cuando los egresados y las acreditaciones institucionales empezaron a demandar exclusividad en la enseñanza de los diseñadores por diseñadores expulsando a todos aquellos que no ostentaban el título y dejando vacío un espacio académico que aún no se habría resuelto. Los egresados de las primeras generaciones de las primeras escuelas, son los que enseñaron a los que enseñan ahora el Diseño Gráfico. Con todas estas circunstancias en contra, el panorama de la enseñanza del Diseño Gráfico resulta complejo.

La experiencia en el aula y la interacción con los compañeros profesores de quien esto expone, puso de manifiesto que la visión de un comunicólogo en la enseñanza de la disciplina, es completamente distinta a la de un diseñador. Aunque la afirmación parezca de Perogrullo no resulta tan claro para quienes toman las decisiones sobre quiénes serán los encargados de impartir las asignaturas por lo que no es extraño encontrar frente a un grupo a un docente que no comprende con claridad la problemática del fenómeno que está enseñando. La formación de un comunicólogo implica, en principio, el conocimiento de la existencia de distintas teorías de la comunicación que corresponden a diferentes épocas, perspectivas teóricas y corrientes de pensamiento lo que lleva a la clara comprensión de que la comunicación en el diseño es algo que va más allá del canónico modelo de la comunicación abordado desde una perspectiva funcionalista.

Por otra parte en el proceso de enseñanza de la comunicación es muy importante contar con los elementos contextuales que permitan la comprensión del fenómeno en donde ésta se ubica. Por tal razón el docente, además de tener una clara comprensión del fenómeno de la comunicación, deberá tener idea de qué es el diseño, no solamente saber cuáles son las áreas que conforman a la disciplina y los productos propios de cada una de ellas sino de la teoría y de la historia del diseño y, sobre todo, el funcionamiento de la imagen, de la forma, del color y la tipografía, elementos básicos del diseño que si se desconocen hacen más complicada la comprensión del el proceso. El docente encargado de la enseñanza de la comunicación debería tener idealmente formación en el diseño o al menos clara comprensión del funcionamiento de los fenómenos de proyectación, realización, distribución y consumo de los productos del diseño.

Situación actual de la enseñanza de la comunicación en el diseño gráfico

La enseñanza de la comunicación se inscribe en el Área de Teoría del Diseño y de la Comunicación propuesta por los comités acreditadores de los programas académicos como fundamental para el desarrollo de los conocimientos y las competencias de un diseñador gráfico. Para tener una idea de

cuál es el estado de la problemática que se menciona se tomarán a manera de ejemplo, dos instituciones públicas como representativas de la problemática que se menciona.

Universidad Nacional Autónoma de México

Escuela Nacional de Artes Plásticas

Plan de Estudio: Licenciado en Diseño y Comunicación Visual

Perfil Profesional:

Es el profesional con los conocimientos sobre los elementos, factores, procesos y fundamentos del diseño capaz de comprender y manejar el lenguaje visual y aplicarlo en la definición y creación de estrategias de transmisión de mensajes visuales, para satisfacer demandas de comunicación social, cultural, histórica, científica, tecnológica y educativa. En el aspecto técnico, tendrá el conocimiento, las capacidades y las habilidades necesarias para estructurar, elaborar y controlar los recursos necesarios para la creación de mensajes en planos bidimensionales y tridimensionales dentro de las áreas respectivas de su área de formación profesional.

Área de Conocimiento: Humanidades y Artes

Organización del plan de estudios:

El plan de estudios está organizado por 9 semestres, con un total de 72 asignaturas, de las cuales 64 son obligatorias y 8 son optativas,

Asignaturas optativas para la orientación en audiovisual y multimedia:

Optativas:

Medios de Comunicación I

Introducir al alumno en el conocimiento de los medios de comunicación y la influencia que éstos tienen en el diseño y la comunicación visual.

Medios de Comunicación II

Introducir al alumno en el conocimiento de los medios de comunicación y la influencia que éstos tienen en el diseño y la comunicación visual.

Procesos de Comunicación I

Al término del semestre el alumno tendrá las bases para iniciarse en el proceso de investigación del hombre social y la comunicación. Y conocerá los procesos de integración comunicativa a diferentes grupos sociales.

Procesos de Comunicación II

Al término del semestre el alumno tendrá las bases para iniciarse en el proceso de investigación del hombre social y la COMUNICACION. Y conocerá los procesos de integración comunicativa a diferentes grupos sociales.

Teoría de la Comunicación

Introducir al alumno en las concepciones básicas de la Teoría de la Comunicación.

Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco

DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

Perfil de Egreso

La UAM Azcapotzalco forma a sus estudiantes para que al egresar sean capaces de:

- Analizar las necesidades de comunicación de un grupo social para proponer proyectos de diseño acordes a los medios de difusión seleccionados
- Preparar y supervisar el proceso de producción.
- Resolver los aspectos técnicos relativos al medio elegido.

Organización del plan de estudios:

El plan está organizado en 12 trimestres que se cursan en cuatro años. Los estudiantes cursan 67 asignaturas de las cuales 44 son obligatorias y 13 optativas

Asignaturas

Diseño y Comunicación III (Comunicación y Diseño)

Al terminar el curso el alumno será capaz de: Explicar el campo de conocimiento del diseño gráfico desde la perspectiva de la comunicación. Conceptualizar al objeto diseñado como un mensaje.

1. El proceso de la comunicación.
2. El diseño gráfico como un proceso de comunicación visual.
3. Elementos de la comunicación.
4. El objeto diseñado como mensaje.
5. El diseñador como mediador de la comunicación.

Diseño y comunicación IV (Mensaje Visual)

Al terminar el curso el alumno será capaz de:

Identificar los elementos, la estructura y tipología de los mensajes visuales.

Explicar las características de los mensajes visuales y su relación con el entorno social.

1. Evolución del mensaje visual.
2. Elementos y estructura del mensaje.

Contenido.

Argumento.

Configuración.

3. Tipología de los mensajes visuales.

Intencionalidad.

Funcionalidad.

Referencialidad (abstracto-figurativo).

Tecnología utilizada.

Vehículo utilizado (medio-canal).

4. El mensaje y su contexto: creación, circulación, consumo, reciclaje de los mensajes)

Diseño y comunicación VI (Medios de Comunicación)

Al terminar el curso el alumno será capaz de:

Reflexionar acerca de la naturaleza de los medios de comunicación con el fin de desarrollar capacidades para comprender los mensajes presentados en ellos.

Explicitar la evolución y tipología de los medios de comunicación.

1. El papel del medio de comunicación en la transformación de la sociedad.

2. Evolución de los medios.

3. Taxonomía de los medios.

Por tipo de registro: análogos y digitales.

Por el nivel de participación del usuario: pasivos e interactivos.

Por los sentidos que involucra: visuales y audiovisuales.

Por cobertura: regional y global.

Por forma de uso: secuencial y fraccionado.

Por su ergonomía: escala y usabilidad.

Por el prestigio: serio e informal.

En estos ejemplos se puede observar que se plantea como prioritario el análisis de necesidades de comunicación y la emisión y transmisión de mensajes gráficos difundidos por medios masivos. La organización de la Comunicación Visual es un propósito que el diseñador debe enfrentar. Concibe al Diseño Gráfico como una disciplina encaminada a satisfacer necesidades específicas de Comunicación Visual mediante la configuración, estructuración y sistematización de mensajes significativos.

Es curioso observar cómo se da una marcada importancia en los perfiles la Comunicación cuando el énfasis fundamental de las asignaturas está dado en torno a la parte de producción de objetos de diseño, a las partes artísticas, estéticas y tecnológicas. Sin embargo es necesario destacar que en los programas citados aún se incluyen asignaturas de teorías de comunicación, aspecto que está dejando de ocurrir en algunos programas académicos, principalmente los de las instituciones privadas. En relación con el contenido de las asignaturas impartidas se puede observar que la enseñanza de las teorías de la comunicación se reduce la repetición de modelos funcionalistas en los que se hace referencia al proceso de transmisión de la comunicación poniendo especial énfasis en el mensaje o los contenidos corresponden a aspectos de semiótica, retórica, la tecnología o y las ciencias sociales y antropológicas.

Existe una tendencia generalizada a definir al Diseño Gráfico como disciplina que satisface necesidades de Comunicación Visual sin embargo no queda claro que es lo que se entiende por Comunicación Visual, que diferencias o similitudes tienen, desde el punto de vista epistemológico con las ciencias de la comunicación en general y de qué manera puede abordarse el problema del diseño gráfico desde la óptica de otros modelos.

En el campo de trabajo hay una fuerte tendencia por incluir a las prácticas profesionales que tradicionalmente son desempeñadas por egresados de Comunicación, y que, por otra parte tienen problemas de saturación laboral, puede ser que las prácticas específicas realizadas por los diseñadores gráficos en los medios de Comunicación sean diferentes a las de los comunicólogos, sin embargo no se mencionan. El panorama de la enseñanza de la comunicación en el contexto del Diseño Gráfico implica compromisos urgentes el orden de generar lineamientos que permitan valorar la importancia de la inclusión de mayor número de materias vinculadas con la comunicación y contar con lineamientos que orienten los contenidos de las asignaturas. Otro compromiso importante se debe centrar en la selección y capacitación de los docentes para que estén teóricamente actualizados y comprometidos con la disciplina de la comunicación, que cuenten con una sólida base de investigación que les permita dar solución a los problemas en el ámbito académico y que, sobre todo, sean capaces de formar y no deformar a las nuevas generaciones.

Bibliografía

BIERUT, MICHAEL: 2005. Fundamentos del Diseño Gráfico. Ed. Infinito, Buenos Aires.

KUNST, PABLO 2005. ¿Qué es el diseño? Una visión global del diseño gráfico. CommTOOLS, Redargenta, Buenos Aires.

MEGGS, PHILIP: 1991, Historia del Diseño Grafico. Ed. Trillas, México.

MORAGAS SPA, MIGUEL DE:1986 Sociología de la Comunicación de masas. Ed. Gustavo Gilí, Barcelona.

Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco Plan de estudios de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica. Disponible en: <http://www.azc.uam.mx/artes/grafico.php> (Citado el 03 septiembre de 2011)

Universidad Nacional Autónoma de México. Escuela Nacional de Artes Plásticas. Plan de estudios de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual. Disponible en: https://www.dgae.unam.mx/planes/fartes_plasticas/Dise%F1Com.pdf (Citado el 03 septiembre de 2011)

WONG, WUCIUS 2009. Fundamentos del diseño. Ed. Gustavo Gilí. Barcelona. 10ª edición.

Sobre la autora

Profesora investigadora de medio tiempo en la Facultad Mexicana de Arquitectura Diseño y Comunicación (FAMADyC) Universidad La Salle Ciudad de México. Profesor investigador de medio tiempo en el Departamento de Investigación y Conocimiento del Diseño de la División de Ciencias y Artes para el Diseño (CyAD) en Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco (UAM A) Ciudad de México, en la Carrera de Diseño para la Comunicación Gráfica. Doctora en Diseño, División de Ciencias y Artes para el Diseño, UAM-A. Maestra en Artes Visuales, Escuela Nacional de Artes Plásticas (ENAP) UNAM. Licenciada en Comunicación. Por la Universidad Iberoamericana. Desde hace más de 20 años ha sido docente en las licenciaturas de Comunicación y Diseño gráfico en instituciones públicas y privadas. Ha participado en diversos Congresos, Seminarios y Coloquios tanto nacionales como internacionales y ha realizado publicaciones en diversos medios de temas relacionados con la imagen, el diseño y la significación.