

1 de octubre de 2015 | Vol. 16 | Núm. 10 | ISSN 1607 - 6079

ARTÍCULO

DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL, LA DISCIPLINA FRENTE A LA REALIDAD

<http://www.revista.unam.mx/vol.16/num10/art78/>

*Rodolfo García Ochoa (Técnico Académico,
Titular A, en la Coordinación de Educación a
Distancia del CELE, UNAM)*

DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL, LA DISCIPLINA FRENTE A LA REALIDAD

Resumen

Breve análisis sobre las condiciones de formación y práctica actuales del diseño y la comunicación visual. Propuesta crítica para mirar a la disciplina y entender mejor su papel en la nueva realidad hiper tecnologizada y de escenarios con plataformas abiertas.

Palabras clave: diseño gráfico, comunicación visual, práctica profesional, educación.

DESIGN AND VISUAL COMMUNICATION, A DISCIPLINE FACING REALITY

Abstract

A brief review on the conditions of formation and practice of design and visual communication nowadays. It is also a critical proposal on how to understand the new roles of the discipline in the hyper-technological reality and open platforms scenarios.

Keywords: *graphic design, visual communication, professional practice, education.*

DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL, LA DISCIPLINA FRENTE A LA REALIDAD

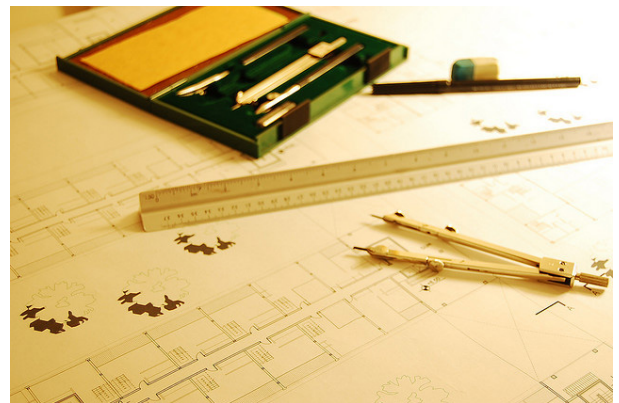
Introducción

El presente texto es un ejercicio reflexivo, intencionalmente no lineal, que representa una preocupación que parece latente en una parte de la comunidad de diseñadores, especialmente en aquellos que, dentro de la universidad y otras instituciones educativas o de servicio social, quieren incidir positivamente en la formación de profesionales. Cuando este sector asume responsabilidades que se interpretan como alejadas de su campo disciplinar, les causa un serio conflicto que los lleva a cuestionar su pertinencia y los hace sentir como verdaderas piezas de museo.

Por otro lado, la penetración de las tecnologías y la profusión de información (contenidos) pueden hacerles creer que van perdiendo relevancia. Este artículo pretende abonar precisamente en sentido contrario. Los diseñadores cuentan con ventajas formativas y conceptuales frente a otras disciplinas, pues manejan una serie de estrategias y herramientas que, más allá de una mera habilidad técnica, pueden repositionarlos en las nuevas realidades.

Retrospectiva

Con lo anterior nos referimos a aquellas generaciones de diseñadores (todavía llamados gráficos, para mayores referencias temporales) formados en los métodos y prácticas tradicionales, cuando las escuadras, escalímetros y dedos con marcas de navajazos nocturnos eran compañeros cotidianos, y que cuidaban los caracteres sobrantes de las planillas de tipografía transferible con el mismo celo con el que recogían cualquier porción que consideraban útil de papel sobrante.



Título: Retrospectiva. Autor:
Sebastian Martinez

Sí, por supuesto que ya las computadoras se asomaban como una herramienta poderosa y con el potencial para modificar la práctica de la disciplina, pero todavía eran máquinas ajenas. Entrar a un salón de cómputo era como poner el pie (impío, claro está) en el Sanctum sanctorum que podía conectar directamente (y sin escalas) al futuro.

Se podría pensar que poco a poco pasaron del restirador y la mesa de trabajo al escritorio, y del papel (o cartulina) en blanco a la pantalla (VGA, SVGA, Millones de colores, LED, 4K, 5K), pero el movimiento fue vertiginoso. El paso entre ver a los maestros negativos realizar magia con una navaja, cinta adhesiva y tinta opaca, a cuestionar la existencia del libro impreso como soporte válido para el futuro, se dio en sólo unos pocos años.

Las aspiraciones llegaban hasta donde las primeras pruebas de color y primeros tirajes impresos. Se veía con mezcla de recelo y admiración la llegada de los discos interactivos, productos exóticos que ya vislumbraban un futuro distinto en el que lo binario se volvería moneda corriente. En esos años formativos, la promesa del diseñar continuo y permanente era una realidad evidente. Para muchos, el aliciente de seguir diseñando, de proyectar y de estar realizando proyectos, era la prestación laboral que mejor sabía y que, por otro lado, servía como consuelo frente a las precarias condiciones de contratación. Sin embargo, la promesa podría estarse desvaneciendo.

En la medida en que se empezaron a asumir funciones distintas a las que tradicionalmente se asocian con el diseño o la comunicación visual, los egresados dejaron de ser hacedores para convertirse en otra cosa, algo que les causa conflicto porque los coloca en posiciones fuera de su zona de confort, y les lleva incluso a pensarse como intrusos y extraños. En el mismo sentido en que lo expresa Guerrero (2014), el diseño debe esbozar su panorama futuro, preguntarse, y especialmente, responderse, cuáles serán sus siguientes pasos mientras los da.

Por su parte, Tapia (2009) enfatiza la importancia del diseño en el mundo social, ya no bajo la concepción (no sólo limitada, sino errónea) del diseñador como decorador de mensajes, sino como organizador, formador de identidad y legitimador social. Por otro lado, Raquel Pelta (2013) identifica tres generaciones de diseñadores a partir de ciertos rasgos distintivos en su formación y su práctica profesional. Mientras que la primera fue heredera directa de las técnicas manuales de las artes visuales, la segunda fue la pionera en utilizar las primeras herramientas informáticas disponibles para la producción de imágenes. Finalmente, sobre la tercera, afirma que ésta es:

Una nueva generación de diseñadores, segunda generación digital, menos impresionada por las virtudes y defectos que su antecesora y más interesada por su claridad formal. Sin dogmatismos, la nueva generación ve una necesidad de volver al orden después de los sobresaltos de las décadas pasadas que sucumbieron a la tiranía del software (PELTA, 2013).

Crítica a la formación

La formación del diseñador parece obviar los aspectos estratégicos y de gestión que acompañan la práctica profesional para enfocarse en la enseñanza y aprendizaje de las técnicas y los preceptos formales que tendrán su correspondencia en las habilidades manuales. Es decir, se le forma como hacedor, por lo que el desempeño alejado de esta situación llega a interpretarse como un fracaso o, en el mejor de los casos, como una concesión a la realidad. Así, el diseñador entiende su disciplina únicamente si ésta transcurre frente a la pantalla de la computadora, lo que le puede impedir reconocer sus

fortalezas derivadas del conocimiento de teorías y estrategias de comunicación, planeación de proyectos, proyección, empatía con usuarios y teorías del conocimiento, entre otras.

El diseño, como disciplina joven, tuvo que tomar de la teoría e historia del arte, así como de la sociología, la lingüística y la filosofía, algunos de sus conceptos básicos para adaptarlos al campo de la comunicación visual. En ese sentido se debe aprovechar la ventaja que otorga este mestizaje conceptual, con la finalidad de adoptar una postura crítica-propositiva que permita una mejor adaptación al cambio para tomar un papel de mayor protagonismo dentro de las organizaciones.

Trans, inter, multi y meta, como prefijos al sustantivo disciplina, serán la marca de estos tiempos, realidad que obliga a asomarse a los paradigmas (y prejuicios) epistemológicos para proponer un cambio, un ajuste que esté en mejor sintonía con los tiempos que se viven. El diseñador y comunicador visual puede estar mejor preparado para esta nueva realidad flexible, heterodoxa y veloz.



Autor: buskfyb

Gestión del diseñador

Ahora bien, para modular aún más el optimismo, es necesario, en primer lugar, un análisis y crítica interna. Tal como lo señala Rovira (2010), los diseñadores deben aprender a gestionarse antes a sí mismos. Esta premisa, aparentemente simple, puede dar ideas mucho menos convencionales cuando se reflexiona hacia dónde se está dirigiendo parte de la práctica profesional, y aquí aparece una concepción que aspira a ser radical: separar al producto del diseño de la actividad de diseñar. Esto permite entender distintas situaciones o desempeños como proyectos de comunicación visual. Es decir, soltar la atadura que une al diseñador (y en esa unión encontrar nuestra única definición) con sus productos, reinterpretando el refrán: obras son amores, pero lo son más mil razones.

Trasladar el enfoque del diseñador hacedor al diseñador estratega, si bien parece –insisto– radical, tampoco puede tomar a nadie por sorpresa, pues existe toda una intención, desde hace algún tiempo, que ha propuesto y pugnado por entender al diseñador o comunicador visual como un profesional que debe explotar, no tanto su habilidad técnica, sino su capacidad como planificador.

Si tradicionalmente se ha asociado al diseño con la creatividad, se deben explotar aquellas características que se asocian con las personas creativas, tales como: flexibilidad de pensamiento, búsqueda de alternativas, resistencia a la frustración, entre otras estrategias que pueden ser los conceptos guías del cambio, mismo que debe asumirse desde la formación. Los planes de estudio deben tomar en serio las modificaciones que está sufriendo la práctica profesional, que ha pasado de una concentración en medios impresos a la hiper especialización y a una dominancia de medios digitales con mensajes

multiplataforma. La tradición institucional reactiva debe moverse a la proactividad para no repetir los esquemas caducos actuales.

¿Cómo pensar la disciplina para los siguientes diez a veinte años? El diseñador debe conocer mejor, además de técnicas y tecnologías, el entorno, asumirse como un actor social predominante, un profesional que puede actuar transversalmente, y ser una especie de bisagra que coadyuve en la articulación de nuevas y distintas formas de comunicación, que identifique oportunidades y actúe en consecuencia. Si bien, y aunque a nivel personal no se comulgue con el concepto del líder emprendedor (demasiado optimismo puede parecer sospechoso), se puede dejar la actitud pasiva del espectador que no toma parte de la toma de decisiones. Resulta evidente que el diseño se encuentra en todos lados y participa del modelado del espacio social; notoria es también su ausencia, como cuando se lee un texto con errores ortográficos y ocasiona molestia, el texto pierde seriedad o credibilidad, y finalmente termina por ser ignorado.

Título: Disciplina de diseño.
 Autor: Richard Holt



Propuestas a futuro

¿Qué hacer entonces?

Pregunta difícil de responder donde las haya; sin embargo, los primeros pasos para enfrentarla se dan al plantear las preguntas y asumir responsabilidades. Responsabilidad que resulta especialmente relevante cuando se reflexiona desde la situación específica de los diseñadores que se desempeñan en ámbitos o instituciones educativas. Por un lado, se trabaja con la convicción de que los aspectos de comunicación visual potencian y benefician los proyectos educativos, académicos, de extensión y de divulgación. Pero por el otro, se debate (o se debería hacer) entre los entornos abiertos (digitales o físicos) donde los usuarios tienen la libertad de crear y configurar medios y recursos de forma independiente y la necesidad de diseñar ambientes estéticamente agradables y comunicacionalmente adecuados.

Se abre entonces la oportunidad de moldear y configurar el futuro de la disciplina, además de los aspectos estratégicos y de comunicación que se han mencionado, participando en la alfabetización visual de los formadores. Estos docentes, con cada vez más frecuencia deben hacer uso de los medios tecnológicos pero desde una postura crítica y más reflexiva, como lo expresa Sánchez de Castro (2012):

La alfabetización visual supone un conocimiento más profundo de la realidad en la que nos movemos. Supone ser críticos con respecto a lo que nuestros ojos se exponen. Supone, en definitiva, comprender mejor todo lo que nos rodea. Esta alfabetización visual no solo es necesaria para aquellos que se dedican a los distintos campos del diseño y la imagen (que se encargan de utilizar los conceptos para generar proyectos), sino también para la ciudadanía en general, para la interpretación de esos proyectos y la crítica de los mismos.

Así, se trata de que la alfabetización visual se convierta en un método para analizar imágenes complejas en un entorno saturado de ellas. Es decir, el ambiente visual en nuestra sociedad es un sistema complejo en el que, de acuerdo con Gershenson (2013), los componentes o partes no son fácilmente separables y, por lo tanto, las interacciones entre ellas son igualmente relevantes y generan nueva información a tomar en cuenta.

Conclusiones

El diseño y la comunicación visual puede repensarse y su desempeño profesional, replantearse, aprovechando su bagaje conceptual para cambiar la disciplina. Si la realidad ha mostrado que lo que se creía inamovible y perenne no lo es más, tiene entonces que sintonizarse primero con esta realidad para posteriormente trabajar en modelar los escenarios futuros.

La disciplina debe, además, asumir un cambio de actitud, alejándose de los lamentos y posturas victimizantes. Ha de rescatar estrategias y entender su papel dentro de escenarios más complejos, atender la coyuntura y participar con herramientas conceptuales y procedimentales que, aunque deben robustecerse, siempre le han sido propias conformando su corpus disciplinar.

Es, además, imperativo que se revise la formación de los diseñadores para ajustarse a los escenarios actuales y futuros, donde, como se mencionó con anterioridad, la transdisciplina, la complejidad y la organización horizontal serán comunes. 🌟

Bibliografía

- [1] GERSHENSON, C., Facing Complexity: Prediction vs. Adaptation. En: Complexity Perspectives on Language, Communication and Society Understanding Complex Systems, Massip, A. & A. Bastardas. Berlin: Springer, 2013.
- [2] GÓMEZ DÍAZ, R. (Ed.), Polisemias visuales: aproximaciones a la alfabetización visual en la sociedad intercultural, Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 2014.
- [3] GUERRERO, M., Nuevos campos para el diseño, 2014 [en línea]: <http://foroalfa.org/articulos/nuevos-campos-para-el-diseno>.
- [4] PELTA, R., Diseñar hoy. Temas contemporáneos de diseño gráfico, Barcelona: Paidós, 2013.
- [5] ROVIRA, M., La «otra» gestión del diseño, 2010, [en línea]: <http://foroalfa.org/articulos/la-otra-gestion-del-diseno>
- [6] SÁNCHEZ DE CASTRO, S., Debate: ¿Vivimos en una sociedad visualmente analfabeta?, 2012, [en línea]: <http://foroalfa.org/articulos/vivimos-en-una-sociedad-visualmente-analfabeta>
- [7] TAPIA, A., Teoría y práctica: El diseño gráfico en el espacio social. México: Designio, 2004.
- [8] TUBÍO, D. "Reflexiones sobre la educación visual", Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, 2012, Ensayos Núm. 39, Buenos Aires.