

Investigación visual: reflexión teórica para la praxis Una propuesta de implementación didáctica orientada al desarrollo de competencias visuales profesionales para el diseño

Por Luz María Hernández

CANTIDAD DE PALABRAS 5573

HORA DE ENTREGA

12-OCT.-2020 08:59A. M.

NÚMERO DE
IDENTIFICACIÓN DEL
TRABAJO

63990519

Investigación visual: reflexión teórica para la praxis
Una propuesta de implementación didáctica orientada al desarrollo de competencias visuales
profesionales para el diseño

Visual research: theoretical reflection for the design praxis
A didactic implementation proposal oriented to the development of professional visual
competences for design

Dra. Luz María Hernández Nieto, Facultad del Hábitat, UASLP, México

MDG Irma Carrillo Chávez, Facultad del Hábitat, UASLP, México

Resumen: El proceso de diseño implica trabajo de investigación. La generación de espacios, ambientes, objetos o medios de comunicación requiere, entre otras cosas, de una descripción exhaustiva y confiable del contexto físico, comunicativo o social que permita plantear un proyecto y propuestas de diseño. Para ello un diseñador frecuentemente debe trabajar con material de naturaleza muy distinta: desde encuestas, entrevistas, artículos periodísticos, manuales o documentos organizacionales, hasta material predominantemente visual como fotografías, videos, planos, graffiti o ilustraciones. Una parte importante de este trabajo de investigación requiere, entonces, llevar a cabo investigación visual, en particular aquella que se encuentra orientada a la práctica, es decir a apoyar el proceso de diseño. Para llevarla a cabo, un diseñador debe no solamente conocer y emplear apropiadamente métodos específicos de análisis, sino que debe también ser capaz de mobilizar competencias visuales avanzadas que le permitan hacer una lectura especializada y una interpretación controlada de estos materiales con el fin de emplear sus hallazgos en un proyecto de diseño. Esto significa que, durante su formación profesional, un estudiante (en particular en diseño gráfico o comunicación visual) deberá ser capaz de adquirir paulatinamente competencias visuales tanto productoras como analíticas. En otras palabras, deberá ser capaz no solamente de producir medios de comunicación, sino de aprender a observarlos a través de conceptos teóricos y reflexionar sobre ellos. Sin embargo, desde la práctica docente se observa con frecuencia que la parte del proyecto de diseño que contempla el proceso de investigación se reduce a una recolección de textos, audios, videos o imágenes que se encuentran desvinculados del proceso de diseño. Es decir, se cumple con la tarea de investigar, pero la investigación no parece aportar a una reflexión, análisis o crítica que guíe el proceso de diseño. En este contexto el llamado “análisis” de material visual se degrada también a una recolección de imágenes que en el mejor de los casos cuenta con un carácter meramente documental y altamente descriptivo. Esto supone varios retos ¿Cómo enseñar a hacer investigación visual con una orientación práctica? ¿Cómo plantear actividades y proyectos en el marco de estrategias didácticas que contribuyan a la formación de competencias visuales? ¿Cómo guiar el proceso de investigación para trascender el trabajo descriptivo e incentivar el trabajo interpretativo, analítico y crítico? El presente trabajo, presenta una herramienta didáctica desarrollada en el marco de un Taller de Síntesis de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la UASLP cuyo objetivo es realizar un análisis de un corpus de medios de comunicación desde una perspectiva retórica. Para ello se discuten primeramente conceptos básicos teóricos como competencia y alfabetismo visual y se esboza una conceptualización de estas competencias para el campo profesional del diseño. El trabajo describe los orígenes teóricos y contextuales de la herramienta, su diseño actual y aspectos críticos.

Palabras clave: competencia visual, investigación visual, enseñanza del diseño.

Abstract: The design process involves research. The generation of spaces, environments, objects or communication media requires, among other things, exhaustive and reliable descriptions of the physical, communicative or social context, in which designers seek to develop a design project. To provide these descriptions they must frequently work with material of a very different nature: from surveys, interviews, newspaper articles, manuals or organizational documents, to predominantly visual material such as photographs, videos, plans, graffiti or illustrations. An important part of this research work requires to carry out visual research, in particular the kind of visual research that is oriented to the design practice, that is, to support the design process. To conduct this kind of research, designers must not only know and properly use specific methods of analysis, but must also be able to mobilize advanced visual competences. They use this set of knowledge and skills to perform specialized readings and controlled interpretations of visual research materials. This means that during their professional training, students (particularly in graphic design or visual communication) should be able to gradually acquire both production and analytical visual competences. In other words, they should not only be able to produce communication media, but also to observe media through theoretical concepts and reflect on them. However, design professors often observe that the research stage of projects is reduced to a collection of texts, audios, videos or images that are disconnected from the design process. This means that students investigate, but the investigation does not seem to contribute to a reflection, analysis or criticism that guides the design process.

In this context, the so-called “analysis” of visual material is also degraded to a collection of images that often has a merely documentary and descriptive character. This poses several challenges. How to teach visual research with a practical orientation? How to propose activities and projects that contribute to the development of visual skills? How to guide the research process to transcend descriptive work and encourage interpretive, analytical and critical work? The present text offers a didactic tool

developed for the seminar Taller de Síntesis IV, a course taught within the Graphic Design program at UASLP. The tool's objective is to facilitate the analysis of visual media from a rhetorical perspective. The text discusses first basic theoretical concepts - such as competence and visual literacy - and outlines a conceptualization of visual literacy for the professional field of graphic design. It then describes and discusses the theoretical and contextual origins of the tool, its current design and critical aspects.

Keywords: visual competence, visual research, design education.

1.0 Introducción

El diseño, ya sea de espacios, objetos o medios de comunicación, es en buena parte resultado de una serie de acciones de experimentación e investigación visual. Si realizamos una diferenciación amplia, de carácter exploratorio, podríamos observar por lo menos dos vertientes de investigación visual en el diseño. Por un lado, podemos ver, como lo hace Boradkar (2011), que el proceso de diseño se desarrolla de manera sustancial a través de la elaboración y modificación iterativa de imágenes, tales como bocetos, guiones gráficos, planos o renders. Este tipo de investigación, orientado primordialmente hacia la *conceptualización, desarrollo y mejora* de propuestas de diseño, permite valorar, entre otras cosas, aspectos estéticos, funcionales, de factibilidad o usabilidad. Por otro lado, el proceso de diseño se apoya también en un tipo de investigación visual que acompaña el proyecto desde su planteamiento hasta su evaluación. Previo a la realización de propuestas, un diseñador elabora una descripción exhaustiva y confiable de la audiencia a la que se dirige, y del contexto físico, comunicativo o social, a partir de la cual puede plantear el proyecto, es decir, definir su punto de partida y alcances. Para ello, frecuentemente consulta encuestas, entrevistas, artículos periodísticos, manuales o documentos organizacionales, pero también material predominantemente visual como fotografías, videos, planos, grafiti o ilustraciones. Este segundo tipo de investigación visual se encuentra principalmente orientado hacia la *observación, el análisis y la comprensión*, aunque no por ello carece de una aplicación práctica. En ambos tipos de investigación, el componente visual comprende no solamente el empleo de imágenes ya existentes, sino también la creación de imágenes nuevas. A través de estudios de caso Bestley & Noble (2016) ilustran los diversos roles que la imagen puede tomar en el proceso de diseño. Un diseñador puede no solamente recurrir a mapas o representaciones de un espacio, sino que también puede tomar fotografías o realizar fotomontajes propios del objeto diseñado en sitios específicos. Así mismo, puede recurrir a gráficas sobre movilidad en una ciudad, pero puede también elaborar diagramas propios a partir de una observación y protocolo de la movilidad en un lugar dado. La imagen es central en la creación de objetos de diseño, pero es importante considerar que asume roles cambiantes: es tanto objeto de observación, como de intervención; constituye tanto material, como producto del proceso de investigación.

Para llevar a cabo el segundo tipo de investigación visual - es decir, aquel que se centra en la imagen como material de investigación y como objeto de observación y análisis - un diseñador debe conocer métodos específicos que le permitan hacer una lectura especializada y una interpretación controlada de material visual. Así mismo, es importante que este trabajo aporte al desarrollo de un proyecto de diseño. Estas tareas exigen la movilización de *competencias visuales* avanzadas que le permitan tanto generar medios de

comunicación, como observarlos y analizarlos a través de conceptos teóricos para reflexionar sobre ellos. De manera que un diseñador en formación, en particular en áreas como el diseño gráfico o la comunicación visual, deberá adquirir estas competencias de forma paulatina durante sus estudios.

Una estrategia común para realizar investigación visual y fomentar el desarrollo de competencias visuales en el marco de los talleres de diseño gráfico, es realizar un “análisis de corpus”, el cual consiste típicamente en recolectar y analizar medios de comunicación que aborden problemas de comunicación similares a los que se plantean en el proyecto de diseño. El propósito del análisis es valorar, a través de conceptos teóricos, las soluciones de comunicación propuestas y aplicar el conocimiento obtenido en la realización del proyecto de diseño. Sin embargo, desde la perspectiva docente se observa que en la realización de estos ejercicios frecuentemente surgen al menos dos problemas:

- 1) **Desvinculación entre la investigación y el proyecto de diseño:** El proceso de investigación se ve reducido a una colección de textos, audios, videos o imágenes que no muestra relación alguna con el proceso de diseño del estudiante. Es decir, se cumple con la tarea de investigar, pero la investigación no parece aportar a una reflexión, análisis o crítica que guíe el proceso de diseño, a diversificar el repertorio visual del estudiante, a experimentar con nuevas técnicas, o a explorar enfoques distintos para resolver problemas de comunicación.
- 2) **Reducción de la interpretación y reflexión a la descripción del material:** El llamado “análisis” de un corpus de material visual se degrada a un proceso descriptivo que en el mejor de los casos cuenta con un carácter meramente documental. Los estudiantes registran las fuentes de las imágenes, sus autores o fechas de publicación, y describen los elementos que constituyen el medio de comunicación, pero muestran dificultades al realizar una interpretación del material que les permita articular tesis con base en conocimiento teórico, por ejemplo, sobre el funcionamiento del medio en cuestión y su uso de recursos argumentativos, cromáticos, compositivos o tipográficos.

Esto supone varios retos para los docentes: ¿Cómo plantear actividades y proyectos en el marco de estrategias didácticas que contribuyan a la formación de competencias visuales? ¿Cómo enseñar a hacer un análisis de corpus que aporte tanto a la realización de medios de comunicación como a su comprensión? ¿Cómo guiar el proceso de investigación para trascender el trabajo descriptivo e incentivar el trabajo interpretativo, analítico y crítico? El presente trabajo, discute primero conceptos teóricos como *competencia* y esboza una conceptualización teórica de *competencia visual* para la formación de profesionales de la comunicación visual o el diseño gráfico. Posteriormente presenta una herramienta didáctica desarrollada en el marco del Taller de Síntesis IV de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la UASLP cuyo objetivo es realizar un análisis de un corpus de medios de comunicación desde una perspectiva retórica. Finalmente discute limitaciones y aportes de la herramienta.

2.0 Una aproximación teórica a las competencias visuales para el diseño gráfico

En un sentido amplio, el término competencia puede ser definido como el conjunto de habilidades y aptitudes tanto de carácter especializado como interdisciplinario que permiten a una persona resolver problemas específicos (Tenorth, 2007). En ella se sintetizan dos tipos de conocimientos: el conocimiento sobre teorías o principios (*el saber qué*), y el conocimiento sobre técnicas o métodos (*el saber cómo*) (Díaz Villa et al., 2006). Ser competente significa en este contexto “ser capaz” de emplear esos conocimientos para resolver problemas nuevos, específicamente aquellos que por su contexto o formulación requieran de soluciones no planteadas previamente. En este sentido, los talleres de síntesis de diseño gráfico permiten - en principio - el desarrollo de competencias, ya que constituyen espacios de aprendizaje en los que se plantean problemas originales y característicos de la profesión que deberán ser resueltos a través de la síntesis tanto de conocimientos teóricos, como prácticos.

Las competencias visuales pueden ser comprendidas como un subtipo de las competencias mediáticas¹ (Lobinger, 2012) y estas a su vez de las competencias comunicativas (Hugger, 2008; Süss, 2013). El término suele emplearse en un sentido amplio y comprende tanto las habilidades visuales que se requieren para realizar tareas interpretativas en la vida cotidiana como aquellas que demanda el ejercicio profesional en ámbitos específicos. Centrales para este trabajo son estas últimas capacidades, las competencias visuales *profesionales*, en particular aquellas capacidades que son necesarias para el ejercicio profesional en la comunicación visual. Dado que la herramienta que se presentará más adelante surge en el marco de un programa de estudios universitario de la UASLP, partimos de la conceptualización planteada en el modelo educativo de esta universidad. En él se describe una competencia profesional como:

“(...) el despliegue dinámico y contextualizado de un conjunto complejo y dinámico de atributos que caracterizan a un profesionista en pleno ejercicio, que le permiten actuar con autonomía en una amplia variedad de situaciones propias de su campo, a través de la percepción, anticipación, prevención y solución de problemas, así como de la puesta en marcha de soluciones contingentes y no rutinarias.” (UASLP, 2007)

Sobre esta base podemos entonces preguntar, ¿a qué nos referimos cuando hablamos de competencias visuales en el diseño gráfico? ¿Qué habilidades y aptitudes visuales debe desplegar un diseñador gráfico que es capaz de abordar y resolver los problemas característicos de su profesión? Para delinear una primera conceptualización de las competencias visuales profesionales, describimos y articulamos tareas características del ejercicio profesional con base en las dimensiones de la competencia mediática

¹ El término Medienkompetenz es traducido al español como “competencia medial” y como “competencia mediática”. En este artículo se favorece esta última traducción.

(Medienkompetenz) propuesta por Uwe Sander y Dieter Baacke. Para los autores, las competencias mediáticas comprenden un conjunto de capacidades que se manifiestan en cuatro dimensiones: 1) en el uso de los medios de comunicación (Mediennutzung), 2) en el conocimiento sobre ellos (Medienkunde), 3) en su crítica (Medienkritik) y 4) en su diseño y producción (Mediengestaltung) (Baacke, 1996, p.120; Raithel et al., 2005, p. 271). En concordancia con este modelo, podríamos proponer que un diseñador gráfico competente visualmente:

- 1) Es capaz de **comprender e interpretar** recursos visuales, imágenes y en general, medios de comunicación visual generados por terceros y relevantes para su ejercicio profesional (P. ej. es capaz de comprender códigos visuales en originales de impresión, interpretar plenamente gráficas de estudios científicos o leer un guion gráfico para un anuncio de televisión). Así mismo es capaz de **contemplar la recepción, la utilización y el efecto** de los productos visuales que genera.
- 2) Cuenta con **conocimientos teóricos y prácticos sólidos sobre la visualidad y forma en la que se generan los productos visuales** en los medios de comunicación. Es decir, puede emplear vocabulario especializado, conoce obras emblemáticas, géneros recurrentes, así como las condiciones históricas, económicas, tecnológicas y culturales en las que emerge un determinado producto visual y su estatus en el marco legal vigente. De la misma manera cuenta con un panorama general de la comunicación visual como área de ejercicio profesional, por ejemplo, conoce su desarrollo histórico, publicaciones especializadas, así como grupos y asociaciones profesionales clave.
- 3) Es capaz de **producir medios de comunicación visual de forma creativa, innovadora y estética** a través de una técnica de realización pertinente, y sin comprometer su factibilidad en términos sociales y tecnológicos. Así, emplea recursos visuales (p.ej. color, forma o composición), imágenes, medios de comunicación y técnicas de realización y producción como vehículos, herramientas y materia prima para su trabajo: comunicar mensajes a un público.
- 4) Tiene la habilidad de **analizar** imágenes y medios de comunicación visual bajo distintos aspectos (p.ej. su constitución formal, su argumentación, su factibilidad, etc.) y sobre la base de conocimiento especializado. También es capaz de asumir una postura reflexiva que le permita **formular una crítica** (sustentada en perspectivas teóricas de carácter político, ético, social o estético) sobre el rol de los productos y medios visuales en la sociedad, pero también sobre su uso profesional de los medios de comunicación y del lenguaje visual.

De acuerdo con esta conceptualización, los profesionales de la comunicación visual deben ser capaces no solamente de desarrollar una propuesta comunicativa consistente con el mensaje que desean transmitir, sino

que deben ser capaces de posicionar ese mensaje en un contexto de producción y recepción, asumiendo a la vez una postura reflexiva y analítica que les permita realizar una crítica (y autocrítica) fundamentada.

Un programa educativo que apueste por un nivel de competencia como el propuesto aquí, deberá proveer al estudiante de espacios de aprendizaje que permitan el desarrollo de estas habilidades. Sin embargo, es importante considerar que las competencias no se forman en una sola materia, sino que se desarrollan gradualmente conforme el estudiante avanza sobre el plan de estudios. Cada materia contribuye a desarrollar varias competencias, y cada una de ellas en distintos aspectos y niveles de logro. A continuación ilustraremos este último punto con el caso de la formación de competencias visuales en Taller IV.

3.0 Competencias visuales y argumentativas en Taller IV

El Taller de Síntesis IV es uno de los diez talleres que un estudiante debe cursar para acreditar la licenciatura en diseño gráfico (UASLP, 2013). Su trasfondo teórico yace en la retórica visual, por ello los proyectos de diseño que se llevan a cabo tienen como fin que el estudiante integre y aplique los conocimientos adquiridos en materias teóricas afines a la retórica, tales como *Diseño y Discurso* o *Retórica Visual* (saber qué) y en materias prácticas, como *Fotografía* o *Dibujo vectorial* (saber cómo). En Taller IV los estudiantes realizan un discurso visual de acuerdo con las cuatro primeras fases de la elaboración del discurso: *intellectio*, *inventio*, *dispositio*, *elocutio*². El aspecto central del diseño que se busca formar es la argumentación, tanto a nivel lingüístico, como a nivel visual. Por un lado, se busca que los estudiantes sean capaces de argumentar a través imágenes y palabras en medios de comunicación de su autoría, y por otro lado, que sean capaces de argumentar ante sus compañeros y asesores su toma de decisiones de diseño. De manera que ser competente visualmente implica ser capaz de persuadir a través del lenguaje visual, pero también, como lo enfatiza Lobinger, de “reconocer el carácter persuasivo, es decir, la intencionalidad de las imágenes en los medios de comunicación”. (Lobinger, 2012, p. 99). Así, podemos ver que en esta materia convergen por lo menos dos competencias profesionales: las competencias visuales y las competencias argumentativas³. El siguiente esquema muestra una visión esquemática de cómo se entrelaza en el taller la formación de ambas competencias:

² Las fases de *memoria* y *actio* forman parte del taller en casos excepcionales.

³ En el marco de este taller se forman también competencias transversales contempladas en las dimensiones del modelo educativo, como la cognitiva-emprendedora y de comunicación (UASLP, 2016).

Dimensión analítica y crítica (4)	Análisis de la intención comunicativa	Análisis de la postura asumida	Análisis de la estructura de los argumentos y su efecto	Análisis de la expresión de los argumentos, uso de figuras retóricas, y aspectos formales empleados
	Análisis de la construcción de la audiencia	Análisis de los argumentos empleados		
	Análisis del contexto comunicativo			
Análisis de corpus				
Dimensión de conocimientos (2)	Conceptos generales sobre argumentación y retórica visual	Tipos de argumentos y su construcción visual	Estructuras argumentativas en la comunicación visual	Figuras retóricas, técnicas de realización
Fases de la elaboración del discurso	Intellectio	Inventio	Dispositio	Elocutio
Dimensión productora (3)	Planteamiento del proyecto, descripción de la audiencia, definición de una intención comunicativa	Definición de los argumentos que se emplearán para persuadir a la audiencia.	Estructuración de los argumentos en un discurso visual y lingüístico.	Exploración y decisión de las técnicas de realización y desarrollo de una propuesta
Dimensión de utilización (1)	Portafolio de investigación	Red de Argumentos⁴	Bocetos y discursos escritos	Prototipo
	Interpretación de componentes visuales del material en la fase de <i>intellectio</i> , así como del medio de comunicación a diseñar en el marco del proyecto de diseño, entre otras.			

Esquema 1. Dimensiones de la competencia visual en Taller IV. Elaboración propia.

Como muestra este diagrama, en Taller IV se busca que los estudiantes adquieran y/o refuerzen conocimientos teóricos básicos sobre argumentación y que puedan emplearlos para llevar a cabo un proyecto de diseño (dimensión de conocimientos). Los proyectos y actividades que se realizan tienen como fin que los estudiantes sean capaces de investigar, de formular argumentos, estructurarlos y expresarlos de forma lingüística y visual en un medio de comunicación (dimensión productora). Así mismo se persigue que los estudiantes puedan identificar y reconstruir la forma como se formulan, estructuran y expresan argumentos a nivel visual y lingüístico en otros medios de comunicación, de manera que les sea posible asumir una postura crítica hacia otros medios de comunicación visual en circulación (dimensión analítica y crítica).

4.0 Análisis de corpus en Taller IV: una propuesta didáctica

4.1 El análisis de corpus como apoyo a la *intellectio*

La herramienta de análisis de corpus de Taller IV está diseñada para apoyar la *intellectio*, la fase en la cual se realiza un planteamiento inicial del proyecto de diseño⁵. Esta fase contempla la realización de una investigación exhaustiva sobre el tema, públicos y situaciones comunicativas relevantes a partir de el estudiante defina una postura argumentativa general hacia el tema. Sobre esa base el estudiante describe: a) la audiencia a la que se dirigirá el discurso, y b) el contexto comunicativo en el que se enmarcará el discurso

⁴ La Red de Argumentos (Hernández Nieto & Lugo Estrada, 2019) es una herramienta didáctica para facilitar el planteamiento de argumentos en la *inventio* y para preparar su estructuración en la *dispositio*.

⁵ Aunque la *intellectio* típicamente se concibe como la etapa inicial del proyecto, en la práctica la investigación acompaña la totalidad del proceso de diseño.

(Krauspe, 2016). El análisis de corpus es un esfuerzo por conectar el proyecto de diseño con los discursos sociales sobre el tema y forma parte de una estrategia didáctica del taller que contempla la vinculación de la teoría con la práctica en la totalidad de las actividades que se realizan.

4.2 Descripción de la herramienta

El análisis de corpus para Taller IV se realiza en cuatro partes. En la primera, se solicita a los estudiantes que realicen una búsqueda de medios de comunicación relacionados con su proyecto, ya sea que traten el mismo tema, o que resuelvan un problema de comunicación similar. Los estudiantes deberán presentar por lo menos cinco medios de comunicación que cumplan con estas características. Cada medio deberá estar debidamente documentado a través de una ficha (Ver Esquema 1) que incluya datos generales (P.ej. tamaño, año y lugar de publicación, formato o técnica de realización), así como información relativa a la autoría (P.ej. organización que comisionó el trabajo, autor, derechos) y de acceso al material (P.ej. código de acervo, URL de acceso o fecha de la consulta). Finalmente se solicita al estudiante que, en la medida de lo posible, proporcione información abreviada sobre el/los autores de la obra y la organización que la comisiona.

Ficha técnica	
<i>Imagen del medio recolectado en el proceso de investigación</i>	<i>Tamaño</i>
	<i>Formato</i>
	<i>Fecha de publicación</i>
	<i>Lugar de publicación</i>
	<i>País de procedencia</i>
	<i>Organización que comisiona el trabajo</i>
	<i>Autor</i>
<i>Información relevante sobre autor:</i>	
<i>Información relevante sobre la organización que comisiona el trabajo:</i>	
<i>Observaciones:</i>	

Tabla 1. Ficha técnica para el análisis de corpus. Elaboración propia.

Con este ejercicio de documentación se busca incentivar la adquisición de cultura visual y conocimiento sobre la profesión (dimensión de conocimientos), así como el comportamiento ético en el diseño (dimensión analítica y crítica). Es de gran importancia que los estudiantes realicen una investigación guiada y consciente en espacios relevantes para su ejercicio profesional, como bancos o acervos de material visual (P.ej. Casa Cartel) o sitios especializados. El objetivo es evitar que se realicen búsquedas aleatorias en redes sociales o buscadores de imágenes, ya que con frecuencia arrojan resultados repetitivos con información incompleta o poco fiable sobre el contexto de la obra o su autoría.

En una segunda parte, se solicita al estudiante que observe los cinco medios recolectados y que 1) elija uno de ellos en base a una apreciación preliminar sobre su calidad, y 2) argumente brevemente su decisión (Ver Tabla 2).

Instrucción
<i>Elige uno de los cinco medios de comunicación que encontraste en tu investigación, ya sea por que te parece bien realizado, o deficiente. Compártenos ¿porqué lo elegiste? Asume una postura crítica y explica brevemente un aspecto bien/mal logrado en el medio de comunicación desde el punto de vista del diseño gráfico y justificalo.</i>

Tabla 2. Ejemplo de instrucción para la segunda parte del análisis de corpus. Elaboración propia.

En esta parte se busca que el estudiante asuma una postura general con respecto a la calidad percibida del medio elegido y que argumente su decisión. El producto de esta reflexión es una primera valoración argumentada del material, cuyo fin es hacer visible la percepción subjetiva del estudiante y diferenciar estas primeras impresiones de los productos del trabajo analítico.

En una tercera parte, el estudiante recibe la tarea de observar y analizar cuidadosamente el medio elegido a través de una o varias preguntas guía, cuyo planteamiento se encuentra directamente relacionado con los conceptos teóricos abordados en clase. El tipo, la complejidad y el número de preguntas que forman parte del ejercicio pueden ajustarse dependiendo del avance del curso, del tiempo disponible o de necesidades específicas (p.ej. reforzar un concepto). Si se busca emplear la totalidad de las preguntas, es recomendable plantearlas de forma gradual, conforme se va avanzando en las fases de elaboración del discurso (una o dos preguntas por sesión). Un aspecto clave de la implementación de la herramienta es que las preguntas sean congruentes con las diferentes fases y aspectos relevantes de elaboración del discurso, de manera que por cada tarea de producción, se realice una tarea de reflexión. En otras palabras, si en el marco del proyecto de diseño se solicita que el estudiante defina una audiencia, en el trabajo analítico se le pedirá que reconstruya a qué audiencia considera que se dirige el medio que analizó. A continuación se muestra un catálogo de preguntas propuestas para un análisis de corpus:

Concepto teórico	Pregunta guía
Contexto comunicativo	¿Cuál es el contexto comunicativo del medio analizado?
Intención comunicativa	¿Qué intención comunicativa puedes inferir del medio analizado? ¿De qué consideras que busca persuadir a la audiencia?
Audiencia	¿A qué audiencia podemos inferir que se dirige el medio analizado? ¿A través de qué elementos (P.ej. de representación, cromáticos, compositivos, tipográficos) se construye una noción de la audiencia a la que se dirige?
Postura	¿Qué postura argumentativa asume el medio con respecto al tema de tu proyecto?
Elección de argumentos	¿A través de qué argumento(s) se busca persuadir a la audiencia?
Estructura de los argumentos	¿Cómo se encuentran estructurados los argumentos? (P.ej. ¿Cuál es el argumento principal, cuál(es) secundario(s)?) ¿Cuál es la relación entre la estructura argumentativa y los aspectos compositivos del medio analizado?

Expresión de los argumentos	<p><i>¿Cómo se encuentran expresados los argumentos? Por ejemplo:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>¿Qué aspectos de los argumentos se encuentran expresados a través del lenguaje escrito o hablado?</i> • <i>¿Qué aspectos de los argumentos se encuentran expresados a través de la imagen o de recursos visuales (P.ej. color, composición, tipografía)?</i> <p><i>¿Qué figuras retóricas puedes identificar? ¿Consideras que contribuyen sustentar la argumentación?</i></p> <p><i>¿Qué técnicas de realización puedes identificar? ¿Consideras que contribuyen sustentar la argumentación?</i></p>
------------------------------------	--

Tabla 3. Catálogo de preguntas guía. Elaboración propia.

Previo al trabajo de análisis, se solicita a los estudiantes que respondan de forma clara, pero detallada, dado que la formulación abierta de las preguntas tiene como fin incentivar el trabajo reflexivo y el desarrollo básico de tesis interpretativas. Así mismo, se les solicita que justifiquen sus respuestas mostrando las partes del material que sustentan su(s) tesis. En otras palabras, si un estudiante afirma, por ejemplo, que el medio de comunicación que eligió “está dirigido a hombres jóvenes” (tesis), deberá decir porqué llegó a esa conclusión y mostrar los elementos visuales (color, imagen, tipografía, etc.) o acústicos que soportan su afirmación. Las respuestas pueden ser presentadas de forma oral (P.ej. en una discusión plenaria), o por escrito (P.ej. como parte del documento de investigación).

En la cuarta parte de la herramienta, se concluye con una última reflexión que tiene como propósito vincular el análisis con el proyecto de diseño del estudiante: A partir del análisis realizado, ¿consideras que el medio que analizaste emplea recursos de argumentación visual (representación, estructuración o expresión de argumentos) que aporten a tu trabajo de diseño? De ser así, ¿cuáles son y de qué manera lo hacen? Si elegiste un medio que consideraste presentaba deficiencias, ¿el análisis te permitió identificar y localizar los problemas de argumentación visual del medio analizado? De ser así, ¿cuáles son y cómo podría resolverse un problema de ese tipo?

4.3 Variantes de implementación

Esta propuesta de análisis de corpus está diseñada para aplicarse gradualmente en un taller de alumnos de cuarto semestre de la licenciatura. Sin embargo, puede adaptarse para establecer diversos niveles de complejidad. En primeras aplicaciones, se sugiere elegir medios fijos (P.ej. carteles o espectaculares) como material de análisis, así como plantear las preguntas guía de forma paralela a la elaboración del proyecto y realizar las sesiones en las que se discutan a profundidad las tesis de los estudiantes. Así mismo, es aconsejable que los estudiantes realicen el trabajo en parejas, para fomentar el desarrollo de tesis interpretativas a través del trabajo colaborativo.

Para niveles más avanzados, es posible incrementar la complejidad por lo menos de tres maneras distintas:

- A través del **material de análisis**: Empleando por ejemplo medios animados (P.ej. animaciones GIF), audiovisuales (P.ej. anuncios de televisión) o incluso medios interactivos.

- A través de los **conceptos teóricos**: Agregando, por ejemplo, preguntas sobre los tipos de argumentos empleados y su representación visual, la apelación al *ethos*, *pathos* y *logos* a través de la imagen, o sobre estructuras argumentativas específicas (P. ej. la estructura aristotélica o el modelo de Toulmin (1958)).
- A través del **contexto comunicativo**: Incorporando, por ejemplo, un análisis del contexto comunicativo inmediato y cómo influye en la interpretación del medio de comunicación (Selzer, 2003).

Finalmente, la herramienta puede ser adaptada para ser aplicada en cursos de modalidad presencial y no presencial. Llevada a cabo a través de una discusión plenaria en clase, permite formar las competencias argumentativas y la expresión oral de los estudiantes. En un contexto no presencial puede llevarse a cabo a través de un foro de discusión en línea, contribuyendo a formar las competencias de uso de TIC y lecto-escritoras. En cualquiera de los dos casos, es indispensable garantizar que se realiza un ejercicio analítico y argumentativo con énfasis en los aspectos visuales del medio, y que hay una reflexión que permite aplicar lo aprendido al proyecto de diseño o al ejercicio profesional en general.

5.0 Reflexión crítica y conclusiones

En términos generales, la herramienta de análisis de corpus presentada tiene como fin contribuir a la realización de investigación visual en el marco de proyectos de diseño. Específicamente, busca favorecer la vinculación entre el análisis y el proyecto de diseño, y trascender el trabajo descriptivo para dar paso al trabajo analítico e interpretativo. Aunque plantea la realización de un análisis visual de carácter básico y acotado a conceptos claves de retórica y argumentación, responde a un modelo de formación de competencias visuales profesionales y está diseñada para mantener utilidad práctica sin perder rigor analítico. Sin embargo, es importante aclarar que el trasfondo retórico de la herramienta ayuda a enfocar el análisis, pero a la vez limita su campo de utilización. El análisis visual no gira únicamente en torno a los aspectos argumentativos de los medios de comunicación. Aún cuando una perspectiva retórica es pertinente para el análisis en el marco de Taller IV, esta no provee el único instrumentario conceptual para realizar análisis visual. El análisis de corpus puede ser adaptado para ser empleado como herramienta en distintos cursos y niveles si se ajustan los conceptos teóricos y niveles de complejidad de manera que sean congruentes con los objetivos y niveles de logro de la materia. Finalmente, es importante aclarar que la herramienta presentada tiene aún calidad de propuesta. Aunque versiones preliminares han sido empleadas en el taller, esta versión se encuentra aún en fase de revisión en academia y será implementada en el taller el semestre próximo. Su utilización por parte de los alumnos y docentes es vital para obtener retroalimentación, conocer sus alcances y limitaciones, y determinar puntos de ajuste o mejora.

6.0 Bibliografía

- Baacke, D. (1996). Medienkompetenz – Begrifflichkeit und sozialer Wandel. In A. von Rein (Ed.), *Medienkompetenz als Shluesselbegriff* (p. 188). Deutsches Institut für Erwachsenenbildung.
- Bestley, R., & Noble, I. (2016). *Visual Research: An Introduction to Research Methods in Graphic Design*.
- Boradkar, P. (2011). Visual Research Methods in the Design Process. In E. Margolis & L. Pauwels (Eds.), *The SAGE Handbook of Visual Research Methods* (1st ed., p. 776). SAGE Publications Ltd.
- Díaz Villa, M., Valencia González, G. C., Muñoz Martínez, J. A., Vivas, D. F., Urrea, C. E., & Ordoñez, E. C. (2006). Nociología de las competencias. Referentes básicos de la noción de competencia. In *Educación Superior: Horizontes y Valoraciones*. ICFES.
- Hernández Nieto, L. M., & Lugo Estrada, A. A. (2019, octubre 16). *Aprendiendo a argumentar visualmente: La Red de Argumentos como herramienta didáctica para desarrollar las competencias argumentativas en la comunicación visual*. XXX Encuentro Nacional de Escuelas de Diseño Gráfico Coloquio de Investigación 2019 Significaciones: Diseño para realidades inmediatas, Ixtlahuaca de Rayón.
- Hugger, K.-U. (2008). Medienkompetenz. In U. Sander, Gross, Friederike, & K.-U. Hugger (Eds.), *Handbuch Medienpädagogik* (1st ed., p. 590). VS Verl. für Sozialwiss. <http://www.springer.com/springer+vs/p%C3%A4dagogik/erziehungswissenschaft/book/978-3-531-15016-1>
- Krauspe, H. (2016). 27. Formen lernen: Bildrhetorik als Didaktik des Entwurfsprozesses. In *Handbuch Medienrhetorik* (Vol. 6). De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110318258-029>
- Lobinger, K. (2012). *Visuelle Kommunikationsforschung—Medienbilder als Herausforderung für die Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Springer Verlag. <http://www.springer.com/de/book/9783531181370>
- Raithel, J., Dollinger, B., & Hörmann, G. (2005). *Einführung Pädagogik*. VS, Verl. für Sozialwiss. <https://katalogplus.ub.uni-bielefeld.de/title/2029883>
- Selzer, J. (2003). Rhetorical Analysis: Understanding How Texts Persuade Readers. In *What Writing Does and How It Does It An Introduction to Analyzing Texts and Textual Practices* (1st ed.). Routledge.
- Süss, D. (2013). Medienkompetenz. In G. Bentele, H.-B. Brosius, & O. Jarren (Eds.), *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft* (2nd ed.). Springer VS.
- Tenorth, H.-E. (2007). Kompetenz. In *Beltz Lexikon Pädagogik* (p. 786). Beltz.
- Toulmin, S. (1958). *The uses of argument*. University Press.
- UASLP. (2007). *Competencias Profesionales en el Modelo de Formación Universitaria Integral*.
- UASLP. (2013). *Plan de Estudios 2013 para la Licenciatura en Diseño Gráfico*. Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
- UASLP. (2016). *Modelo Educativo de la UASLP - Modelo Universitario de Formación Integral y Estrategias para su Realización*. Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

Luz María Hernández Nieto: Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Facultad del Hábitat, Colaboradora del Cuerpo Académico Vanguardias del Diseño, San Luis Potosí, México, luz.hernandez@uaslp.mx

Irma Carrillo Chávez: Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Facultad del Hábitat, Miembro del Cuerpo Académico Vanguardias del Diseño, San Luis Potosí, México, igrafic@fh.uaslp.mx

Investigación visual: reflexión teórica para la praxis Una propuesta de implementación didáctica orientada al desarrollo de competencias visuales profesionales para el diseño

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

ÍNDICE DE SIMILITUD

FUENTES PRIMARIAS

EXCLUIR CITAS

DESACTIVADO

EXCLUIR BIBLIOGRAFÍA

ACTIVADO

EXCLUIR
COINCIDENCIAS

< 1%