

## Enseñar competencias lingüísticas a los Diseñadores Gráficos

Actas de Diseño (2014, Marzo),  
Vol. 16, pp. 207-210. ISSN 1850-2032  
Fecha de recepción: agosto 2012  
Fecha de aceptación: septiembre 2012  
Versión final: febrero 2013

Adriana María Hernández Sandoval (\*)

**Resumen:** Encuentro necesario mostrar en este artículo, no sólo estrategias para enseñar competencias lingüísticas e incluso comunicativas a alumnos dedicados a la visualidad; también me gustaría exponer mi visión sobre el aprendizaje de los diseñadores alrededor de las palabras. La significación de las palabras no debería quedarse en un primer nivel de lectura, necesita niveles inferenciales y analógicos. Igualmente que se puede aplicar la semiosis en una imagen, las lecturas y la preparación de la escritura requieren de un trabajo semiótico complejo para que el mensaje se comprenda. Así quisiera contar sobre la enseñanza de la lengua para diseñadores.

**Palabras clave:** Competencia - Diseñador Gráfico - Aprendizaje - Lingüística - Lectura.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 210]

A lo largo de dos décadas dedicadas a la enseñanza, me he enfrentado a diversos grupos académicos, así como a alumnos de múltiples disciplinas para enseñarles a leer y a escribir. No porque los adultos no sepan decodificar los signos lingüísticos o transcribirlos, sino porque las competencias lingüística y comunicativa deberían funcionar con mayor profundidad a mayor edad y eso no sucede. Aprender a leer y escribir es más complejo que pasar la vista por las grafías y creer entender el significado de los signos lingüísticos; leer bien sería comprender el significado de la palabra y su sentido dentro del texto completo. Entre todos mis alumnos, los más interesantes resultaron ser los diseñadores gráficos.

Con ellos fue todo un reto porque están acostumbrados a la transmisión de mensajes gráficos, sin embargo pocas veces trabajan con textos escritos y cuando un profesor los enfrenta a la lectura de un texto complejo encaran serias dificultades. Incluso con ellos resulta relativamente fácil la decodificación de imágenes cuando se estudian como texto, pero cuando incluye signos lingüísticos el asunto se complica. Por ello encontré que el análisis de textos a partir de tres niveles sirve como una estrategia didáctica eficaz para la enseñanza de competencias lectoras, escriturales e incluso orales. Por otro lado, las serias carencias en el campo de la escritura resultan preocupantes en un ámbito donde es necesario que el mensaje sea entendido con toda precisión por el receptor. Por ello, encuentro ineludible mostrar en esta ponencia, no sólo algunas estrategias para enseñar competencias lingüísticas e incluso comunicativas a alumnos dedicados a la visualidad, también me gustaría exponer mi visión sobre el aprendizaje de los diseñadores alrededor de las palabras.

El aprendizaje de la lectura y la escritura, a pesar de que supuestamente sucede en la educación básica y se continúa, supuestamente, en la educación media y superior, generalmente se deja de lado, se subestima. Se olvida que el lenguaje estructura tu identidad, te abastece de herramientas para tu defensa, organiza tu pensamiento y le da coherencia a tu postura ante la vida. La capacidad de comunicación se debe desarrollar más y más a medida

que el aprendizaje del lenguaje se hace más profundo. Esta labor no sólo consiste en incrementar tu vocabulario, sino saber usar cada palabra dentro de un contexto lingüístico diferente. Además, reconocer la corrección lingüística permite incursionar en circunstancias y entornos lingüísticos variados.

Primeramente, reconocer la diferencia entre el hablar y el escribir como dos fenómenos totalmente diferentes, no por ello uno superior al otro; en cualquier caso la especialización de cada uno implica la posibilidad de comunicación igualmente eficiente y eficaz. Sin embargo diferencias como la permanencia de la escritura frente a la fugacidad del habla, la ligereza de la conversación frente al cuidado del texto escrito, la posibilidad de improvisación oral frente a la coherencia lógica de la escritura; al hablar la respuesta es instantánea, al escribir no necesariamente debemos esperar una respuesta, principalmente cuando hablamos de textos ficcionales. En cuanto al diseño físico del mensaje las diferencias son obvias, el impreso es viso-espacial, mientras que el hablado es auditivo-temporal.

Existe, sin embargo, la diferencia abismal en cuestiones cognitivas; al hablar hacemos usos de referentes lingüísticos en nuestra mente relacionados con sonidos, podemos apoyarnos de gesticulaciones, movimientos de las manos para que el mensaje resulte más "gráfico". Al escribir, realizamos una operación distinta, estamos pensando en grafías –es decir signos visuales– relacionados con significados y a su vez debemos establecer relaciones lógicas y significativas entre ellos, además de usar otros elementos –signos de puntuación, blancos, etc.– para poder expresar un mensaje lo más preciso posible, porque no estaremos presentes ahí para aclarar nada. Por tanto, el funcionamiento de la percepción también difiere; los órganos en el primer caso son el oído y algunas veces la vista, en cambio la vista es determinante en la escritura (obviamente no estamos hablando de casos especiales). A medida que un alumno se enfrenta a la lectura y escritura sin entender esta diferencia en los procesos o la complejidad específica de cada uno le costará más trabajo realizar productos eficaces en cada uno de los ámbitos.

En segundo lugar, resulta obligatorio que el alumno observe los mensajes en toda su dimensión. Esto es, para alcanzar un grado de profundidad importante en la interpretación de una comunicación es necesario observarla desde tres niveles, el literal, el inferencial y el analógico. Tanto en una conversación oral como en un texto académico, el alumno debe igualmente ser capaz de comprenderlos, analizarlos y exponer su postura frente a ellos de manera oral o escrita. La significación de las palabras no debería quedarse en lo que el texto dice, sino en lo que quiso decir y en sus relaciones con otros ámbitos del conocimiento. Una lectura literal consiste en reconocer los signos lingüísticos, comprender su significado, distinguir el contexto donde se produce, su propósito y objetivo; en una lectura inferencial, además se comprende la intención implícita, la información entre líneas, la posibilidad de significación de los elementos periféricos del mensaje (paratextos según Genette), se establece entonces una interpretación objetiva del evento. Finalmente se echa mano del bagaje cultural existente alrededor de ese mensaje (y que si no se tiene, se investiga) para poder hacer un trabajo más profundo de entendimiento. Este método igualmente se puede aplicar en una imagen o en un texto. Como dije antes, he observado con los diseñadores que la imagen se analiza mucho más fácil que un texto. Por ejemplo los anuncios de automóviles. Resulta fácil interpretar el mensaje en la imagen; el anunciante confía en su producto; logra con un elemento gracioso y el nombre del artículo la transmisión de la cualidad más importante, la velocidad. Sin embargo si en lugar de leer una imagen leemos texto nos enfrentamos a otros fenómenos cognitivos. Por ejemplo: “La industria norteamericana de armamentos practica la lucha contra el terrorismo vendiendo armas a gobiernos terroristas, cuya única relación con los derechos humanos consiste en que hacen todo lo posible por aniquilarlos” (Eduardo Galeano).

Entendemos las palabras, su significado, pero debemos también interpretar el orden en que aparecen, el sentido que adquieren dentro de un tema específico, la ironía que plantea, el juicio de valor que expresa, la crítica, etc. Finalmente debemos observar el contexto en que se plantea, quién es el autor, las razones de haberlo escrito, etc., etc., etc. La lectura de un texto escrito se hace compleja por esa necesidad contextual en donde el lector echa mano de su conocimiento, vocabulario, sus referentes culturales, su capacidad de deducción, interpretación y demostración del propio punto de vista.

Como vemos, las competencias lingüísticas necesitan atención especial en niveles superiores de la educación para que los expertos en imágenes y palabras puedan ser eficientes en la transmisión de sus mensajes. Obviamente aquí se insertan especialmente los diseñadores, aquí vemos cómo podemos apoyar.

La competencia lingüística se compone de cuatro factores importantes: ser capaces de expresarnos oralmente, en un escrito, saber leer y saber escuchar. Estas habilidades, en el inicio de nuestras vidas se conforman a partir de la socialización y los primeros años escolares. Sin embargo, a medida que pasa el tiempo la complejidad de la realidad exige mayor comprensión, igualmente en los textos y en la escritura. En niveles superiores de enseñanza, resulta

impresionante observar que, a pesar de “parecer” que existe cierto desarrollo en esas competencias lingüísticas, el alumnado se enfrenta a serios vacíos en su desarrollo. Se sabe capaz de reconocer las grafías, de saber algunos significados de las palabras, pero en cuanto a la interpretación se ven imposibilitados para acercarse a una concepción compleja del significado.

El problema no es sólo de los alumnos, en gran medida los docentes no se toman la molestia de cerciorarse si sus estudiantes comprendieron o no el texto asignado. Y así, los trimestres o semestres siguen transcurriendo sin que el alumno continúe la construcción de su conocimiento con cierta coherencia. Incluso dentro de los mapas curriculares de las instituciones educativas superiores encontramos en contadas ocasiones que las carreras de diseño gráfico o de la comunicación gráfica incluyan cursos dedicados a desarrollar esas habilidades lectoras y escriturales. El curriculum oculto muestra entonces el poco valor que le asignan las instituciones a la enseñanza de la lectura y la escritura, pues no toman en cuenta que la educación en ámbitos de la lengua no se refiere solamente a las reglas ortográficas, la sintaxis, la gramática o la acentuación; en realidad enseñar lengua significa enseñar a pensar, lograr ordenar el pensamiento a través de palabras, hacer coherente una idea para presentarla al otro, recuperar información que pueda ser utilizada en investigaciones o estudios académicamente serios.

Por esto, encontramos diseñadores que en la presentación de sus proyectos al cliente no pueden exponer coherentemente sus ideas y que aunque la idea visual sea muy interesante, el cliente no alcanza a observar las virtudes del proyecto o de la idea. Por eso también tropezamos con cierta publicidad demeritada por sus errores ortográficos, por sus vicios de dicción, por su nivel inferencial muy pobre; las ediciones se publican con serias erratas e incluso los carteles de concurso o institucionales no emiten el mensaje que querían por anfibologías o gerundismos en ellos. Seguramente, muchos diseñadores desconocen a tal grado su propia lengua y por eso no miran todos estos errores.

### Lectura para diseñadores

La convicción de que la lectura forma mejores personas resulta totalmente alejada de la realidad. Hitler, Mussolini y Franco eran lectores extraordinarios y por otro lado Enrique Peña Nieto (nuestro supuesto candidato ganador de la presidencia mexicana) nunca ha leído ni el instructivo de su iPod. El problema tampoco es lo que se lee, es decir, podemos ser asiduos lectores a los diarios, a las fotonovelas, a los libros de filosofía y no por eso unos son mejores que otros. Aquí el meollo se encuentra en la comprensión lectora y el objetivo de la lectura. ¿Para qué leer? Seguramente Hitler encontraba miles de recursos en los textos para “conquistar el mundo” mientras que los lectores de *Sensacional de luchas* sólo buscan el entretenimiento. Después de elegir un propósito de lectura, entonces sí podemos ocuparnos de la competencia comunicativa que se relaciona con la habilidad lectora para decodificar un texto, comprender los significados de las palabras e identificar el tema, las ideas secundarias, reconocer la

estructura y luego incursionar en niveles más profundos como la interpretación, el modo de argumentar del texto, cuáles son tanto sus aciertos como sus debilidades y finalmente cómo afecta toda esa información, se inserta o cambia la vida como lector. Como dijimos leer no es pasar la vista por las grafías, consiste en comprender los significados de las palabras en su particularidad y en su conjunto, interpretar su significado y establecer conexiones cognitivas de nuestro conocimiento previo y experiencia. Éstos serían los tres niveles de lectura. Un lector hábil no es quien “lee” 500 o 1000 palabras por minuto, la habilidad se encuentra en la comprensión, la interpretación y la anexión a los conocimientos personales de la información recibida del texto. Con esta habilidad desarrollada, el avance en la competencia escritural se incrementa y facilita.

### Escritura para diseñadores

A partir de la educación “moderna” de los años sesenta se buscó que el estudiante se apropiara del conocimiento; seguramente las generaciones que venimos de esos “experimentos” constructivistas obtuvimos una mejor educación; sin embargo, apenas hasta hace pocos años la didáctica de la lengua se ha dedicado a generar el desarrollo de estas competencias lingüísticas y comunicativas, en donde la idea es crear un proceso cognitivo que no inicia con la página en blanco y el fluir de ideas sin ton ni son. El proceso inicia con un objetivo, es decir, el escritor primero debe pensar cuál es su auditorio, qué tipo de comunicación quiere establecer (comercial, académica, personal) y luego qué quiere expresar. Se establece un plan: primero se hace un gráfico o un índice que muestre ideas con cierta relación entre sí; ideas principales y secundarias, secuenciadas, causas y efectos, etc. Luego se referencia, esto es buscar información que “rellene” o le dé forma a esas ideas establecidas al inicio. Finalmente se textualiza, es decir, se redacta. Aquí, resulta necesario detenerse un poco, redactar sería: nunca olvidar a nuestro lector potencial, describir las situaciones de manera que nos pueda entender claramente, dividir la información a partir del plan prescrito, darle seguimiento a nuestras ideas y poco a poco ir llevando a nuestro lector por los caminos que lo conduzcan a entender nuestra postura. Esto requiere entonces, aquí sí, de cierto conocimiento de entonación, puntuación, ortografía, acentuación, así como evitar errores comunes en los escritores, como el queísmo y las redundancias.

En una exposición oral se recurre al mismo proceso. Se inicia con un plan, se elige el tipo de intervención, una ponencia, una presentación de producto, una clase; luego se referencia, es decir, se buscan ejemplos, citas, datos que puedan sustentar nuestras ideas y finalmente se hace un guión para apoyar nuestra exposición, nunca se olvida al auditorio —previamente analizado, edades, nivel académico, nivel laboral, etc. Obviamente aquí se puede contar con apoyos visuales, auditivos, etc. Los dos casos no son diferentes, a fin de cuentas se busca expresar el mensaje de manera que llegue claramente al receptor. Pero es necesario llegar a este proceso primero a través de la lectura.

### Consecuencias de la falta de enseñanza de la lengua en el currículo del Diseñador

La profesionalización del Diseño incluye también ganarse un lugar en la comunidad intelectual, académica, no sólo empresarial o laboral. Para lograr este propósito la enseñanza de la lengua ocupa un lugar esencial. Que el alumno de Diseño adquiera estrategias para desarrollar en mayor medida sus competencias lingüísticas y comunicativas resulta primordial para su desempeño laboral. Cuando esto no sucede podemos encontrarnos con serios problemas a este respecto.

En el metro de la ciudad de México, por ejemplo, se presentó una campaña de apreciación literaria y se colgaron algunos poemas de escritores renombrados llenos de erratas. Esto sucedió:

Los carteles me los hicieron unos amigos diseñadores —revela Delgado, mientras en el andén con dirección a la terminal Taxqueña el tumulto es más grande, aunque no porque la gente busque presenciar el *mea culpa* de aquel a quien se ubica como aspirante a la jefatura de Gobierno del DF en 2012, sino por tratarse de una hora pico—, no tenemos mucho presupuesto para este tipo de cosas y nos confiamos en que ellos habían copiado bien los textos originales pero... nos damos cuenta de que no fue así (Mario Delgado, secretario de Educación del DF).

Resulta muy interesante que el funcionario se exprese como “unos amigos diseñadores” porque esto en nuestro país se lee como “no hay presupuesto, tráete a tu primo que estudió Diseño como carrera técnica o dile a la hijita de tu compadre que estudió Diseño para que haga la chamba”. El trabajo de los Diseñadores, se sobreentiende, no es revisar la ortografía o la acentuación de un texto, sólo es “acomodar” una mancha de grafías para que se vea “estético”. Si al diseñador le hubieran enseñado que el contenido de un cartel (texto o imagen) es igual de importante, podría cuidar los paratextos (conjunto de enunciados que acompañan al texto, títulos, subtítulos, etc.), las grafías, el acomodo de los elementos, etc.

Incluso esto pasa en “altos niveles” del diseño; el billete de 100 pesos mexicanos tiene una gran errata y ninguno de los diseñadores que trabajó en él se dio cuenta; seguramente pesaba más el mensaje visual del billete que el contenido textual. La frase “Sufragio Efectivo no Reección”, expresada por una de nuestras figuras históricas más importantes de la época revolucionaria (Francisco I. Madero), aparece impresa en el reverso del billete conmemorativo de 100 años de la Revolución mexicana y dice “Sufragio Electivo y no Reección”.

Insisto, el problema no son las clases de Español o Castellano en la escuela media o media superior (le llamamos clases de Español al recorrido de normas de acentuación u ortográficas, los listados de planas de repeticiones de errores o el énfasis en el enciclopedismo); enseñar lengua implica ir más allá de la normativa. Involucra adiestrar al alumno para que desarrolle habilidades de comunicación, utilizar sistemas lingüísticos y translingüísticos para que pueda comportarse de manera eficaz y adecuada en una determinada comunidad de hablantes. Respetar la normativa, pero principalmente lograr que los mensajes

cumplan con su cometido, es decir se inserten en un contexto sociocultural e histórico lleguen a su receptor y sea entendido por él. Sin embargo no sólo es establecer la comunicación como emisor, también como receptor, es decir, comprender lo que se lee y poder expresar ideas claras sobre ello.

En general en las instituciones educativas se tiende a poner muy poca atención a la enseñanza de la lectura. El profesor de cualquier materia tendría que cerciorarse de que sus estudiantes comprenden los textos que les pide leer. Los alumnos se inclinan a repetir lo mismo que leyeron y el profesor asume que eso significa que “entienden”, no obstante pueden quedarse en un nivel superficial de comprensión y así no generan conexiones en la estructura cognitiva, acumulan conceptos en su memoria, pero no los disciernen. De igual manera presentar un escrito con ideas concretas y coherentes en donde los significados estén totalmente asimilados y así pueda el alumno expresarlos, es una labor que pocos profesores asumen como parte de su enseñanza.

Entonces ¿qué hacer? Primeramente, aprender a leer, que como vimos a lo largo de la ponencia no es regresar a la educación primaria sino profundizar en la labor de comprensión. Después aprender a interpretar, es decir observar contextos de producción, paratextos, gráficos que acompañan el texto y exponer aseveraciones argumentadas con nuestra experiencia y conocimientos previos. Luego, aprender a escribir y, como dijimos antes, no consiste en reproducir graffías o incluso frases hechas, reside en exponer ideas bien definidas, concretas, precisas y coherentes al respecto de una noción o conocimiento, siempre y cuando también se produzca dentro de un contexto específico con vistas a ser leído por determinado lector.

De esta manera el producto de un diseñador no sólo se relaciona con la estética, con lo visual, también el contenido lingüístico encontrará relación significativa, sin errores de ningún tipo y con posibilidades reales de ser entendidos por el auditorio al que fue dirigido.

#### Bibliografía

- Albat, Antoine. *El arte de escribir y la formación del estilo*. Buenos Aires: Atlántida, 1995.
- Alcalá, Antonio. (1981) *El concepto de corrección y prestigio lingüísticos*, México: Trillas/ANUIES, 1988
- Alonso, Martín. *Estilos literarios y Normas de Redacción*. Madrid: Compañía Bibliográfica Española, 1971.
- Anderson, Jonathan, y otros. *Redacción de tesis y trabajos escolares*, México: Diana, 1975

- Argundin, Y. y M. Luna. *Aprender a leer, leyendo bien: habilidades de lectura a nivel superior*. México: UIA / Plaza y Valdés, 2000.
- Aristizabal, A. *Cómo leer mejor*. Bogota: Ecoe Ediciones, 2003.
- Balmes, Zoila y otros. *Comunicación escrita*. México: Trillas, 1990.
- Bloom, Harold. *Cómo leer y por qué*. Barcelona: Anagrama, 2000
- Cázares, G., F. *Estrategias cognitivas para una lectura crítica*. México: Trillas, 2000.
- Camilli, Ernesto. *Cómo aprender a redactar*. Buenos Aires: Ed. Huemul, 1976.
- Cassany, Daniel. *La cocina de la escritura*. Barcelona: Anagrama, 2002
- \_\_\_\_\_. *Recetas para escribir*. S. J. de Puerto Rico: Plaza Mayor, 2000.
- Cohen, Sandro. *Redacción sin dolor. Aprenda a escribir con claridad y precisión*, México: Planeta, 2004.
- Lyons, J. *Lenguaje, significado y contexto*. Barcelona: Paidós, 1991.
- Serafini, María Teresa. *Cómo redactar un tema*. México: Paidós, 1996.
- \_\_\_\_\_. *Cómo se escribe*. México: Paidós, 1994.

**Abstract:** It is necessary to show in this article, not only teaching strategies and even communicative language skills to students dedicated to the visual also I like to express my view on learning designers around the words. The meaning of words should not stay in a first reading level it requires inferential and analog levels. Also it can be applied to an image semeiosis, readings and writing require preparation of a complex semiotic work so that the message be understood. In this way I would like to tell you about teaching of the language for designers.

**Keywords:** Competition - Graphic Designer - Learning - Language - Reading.

**Resumo:** O artigo define estratégias para o ensino de competências lingüísticas e comunicativas para estudantes dedicados à visualidade; também expõe uma visão particular sobre a aprendizagem dos designers ao redor das palavras. A significação das palavras precisa níveis inferenciais e analógicos. Igualmente, que se pode aplicar a semiose numa imagem, as leituras e a preparação da escritura requerem um trabalho semiótico complexo para que a mensagem se compreenda.

**Palavras chave:** Competência - Designer gráfico - Aprendizagem - Lingüística - Leitura.

(\* **Adriana María Hernández Sandoval.** Licenciada en Literatura de la Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa. Maestra en Letras mexicanas por la Universidad Nacional Autónoma de México. Diplomada en Arte e historia del Barroco mexicano del Museo Franz Meyer. Docente de la Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa.

(\*\*) El presente escrito fue presentado como conferencia dentro del Tercer Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño (2012). Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.