

Fotografía, alfabetización visual y educación en diseño

◆ Ricardo López León



El objetivo de este artículo es presentar y discutir algunas de las estrategias que se han propuesto para la alfabetización visual y su pertinencia para la educación del diseño. *Visual literacy* o alfabetidad visual, como ha sido traducida al castellano, es una habilidad fundamental en el siglo XXI tanto para los interesados en la comunicación visual como para el resto de las profesiones.

El North Central Regional Educational Laboratory (NCREL) publicó en su reporte *enGauge: 21st century skills in the digital age literacy*¹ las habilidades necesarias para el siglo XXI, entre las cuales se identifican cuatro que, a su vez, engloban otras: *alfabetización en la era digital (digital age literacy)*; *pensamiento innovador (inventive thinking)*; *comunicación efectiva (effective communication)*, y *alta productividad (high productivity)*.

La primera, que compete a esta investigación, enlista ocho categorías esenciales, que de acuerdo con el reporte, deberían promoverse en la educación. Éstas son: *basic literacy*, que se refiere a habilidades matemáticas; *alfabetización científica (scientific literacy)*, como capacidad para entender conceptos y procesos científicos; *alfabetización económica (economic literacy)*, que corresponde a identificar y analizar políticas públicas y económicas; *alfabetización tecnológica (technological literacy)*, orientada a entender y usar herra-

mientas tecnológicas; *alfabetización visual (visual literacy)*, como capacidad para interpretar y crear mensajes visuales; *alfabetización informacional (information literacy)*, que refiere a habilidades para analizar y sintetizar información; *alfabetización multicultural (multicultural literacy)*, que permite entender y respetar diferencias culturales, y por último, *conciencia global (global awareness)*, para entender las interconexiones globales.

El reporte de NCREL identifica estas capacidades como necesarias en cualquier profesión del siglo actual, entendiendo que son complementarias entre sí e igualmente indispensables. Sirva, pues, la presentación anterior como marco para dar contexto sobre las necesidades profesionales del siglo XXI, en el cual se desarrolla la alfabetidad visual.

Definición de alfabetidad visual

Conviene tomar la definición de *alfabetidad visual* de la International Visual Literacy Association (IVLA),

¹ *enGauge 21st century skills: literacy in the digital age*, NCREL & Metiri Group, Los Angeles, 2003, <http://pict.sdsu.edu/engauge21st.pdf>



que atribuye a John Debes haber acuñado el término en 1969: “La alfabetidad visual refiere a un grupo de competencias visuales que un ser humano puede desarrollar al mismo tiempo que integra otras experiencias sensoriales. El desarrollo de estas competencias es fundamental para el aprendizaje humano. Cuando son implementadas, permiten que una persona alfabetizada visualmente pueda discriminar e interpretar acciones, objetos, símbolos de su entorno. A través del uso creativo de estas competencias puede comunicarse con otros”²

De esta definición se afirma, en primer lugar, que es una disposición que todo ser humano posee, es decir, que la alfabetidad visual está al alcance de todos; en segundo, que representa una posibilidad de desarrollo, lo que implica un campo de investigación para la docencia del diseño, pues significa que se pueden explorar métodos y estrategias que promuevan el desarrollo de la alfabetidad visual en los estudiantes de diseño, tal como reporta esta investigación.

El planteamiento de Debes, en tercer lugar, menciona que la alfabetidad visual es fundamental para el aprendizaje, lo que representa una nueva perspectiva sobre cómo y dónde se puede innovar en la educación hoy en día, incluso a nivel primaria. Así, sólo con revisar los conceptos que se exponen en esta definición se presentan oportunidades para el desarrollo de la educación en el arte y el diseño.

Habilidades para la alfabetización visual

Bamford, en un estudio comisionado por la empresa de *software* Adobe,³ menciona que la alfabetización visual comprende las habilidades necesarias para interpretar contenido de imágenes visuales, examinar el impacto social y discutir propósito, audiencia y autoría. Menciona también la habilidad de codificar y componer comunicaciones visuales significativas.

Riddle expone distintas estrategias implementadas en las aulas de educación primaria y destaca que desarrollar las habilidades que comprende interpretar, evaluar y aplicar la información en los tiempos en que el acceso a la misma es inmediato, resulta de suma importancia.⁴ A lo largo del texto de Riddle se puede observar que la discusión representa una de las actividades fundamentales en las que la autora se ha basado para el desarrollo de la alfabetidad visual.

En los distintos ejercicios que se muestran en dicha investigación, las actividades se centran en la discusión. Así, los niños interpretan las imágenes en un cuento guiados por la maestra, mientras que en ejercicios más avanzados la discusión se da entre estudiantes. Por lo tanto, también es fundamental reflexionar sobre la función que tiene la discusión en la educación en diseño, pues ésta, como habilidad para la alfabetidad visual, también resulta fundamental para la formación de profesionales.

² “What is visual literacy?”, IVLA, 14 de agosto de 2012, <http://ivla.org/new/what-is-visual-literacy-2/>

³ Anne Bamford, “The visual literacy white paper”, Adobe Systems Pty. Ltd., Melbourne, 2003, p. 1, <http://bit.ly/2zoRkMj>

⁴ Johanna Riddle, *Engaging the eye generation*, Stenhouse Publishers, Portland, 2009, <http://bit.ly/2khFi2l>

Pensamiento y alfabetización visual

Aunque el concepto de pensamiento visual parezca que se refiere al trabajo de bocetaje (*sketching*) de los diseñadores, para Arnheim está más vinculado con una forma particular de percibir, en un sentido cercano a lo que Berger proponía en su libro *Modos de ver*, declarando que un niño aprende a observar y reconocer antes de empezar a hablar.⁵ Aun así, esta relación entre pensamiento visual y bocetaje necesita estudiarse más; pero la idea de que se puede contar con estrategias de pensamiento visual ha ganado auge desde que Phillip Yenawine, el exdirector del Museo de Arte Moderno de Nueva York, propuso el método de estrategias de pensamiento visual.

Las *visual thinking strategies* (VTS) nada tienen que ver con producir imágenes, sino que se centran en la interpretación de imágenes, particularmente las artísticas pues, de acuerdo con el autor, son las más complejas que produce una cultura.⁶ Estas estrategias consisten simplemente en presentar una imagen o una obra de arte a un grupo de personas y plantear tres preguntas: ¿qué está sucediendo en esta imagen?, ¿qué te hace decir eso?, ¿qué más podemos encontrar?

Es evidente que la discusión desempeña un papel fundamental en el desarrollo del pensamiento visual de acuerdo con esta propuesta. Por otro lado, Housen identifica cinco etapas de la mirada estética, que bien puede ser vista como

pensamiento visual. En la primera, los espectadores hacen interpretaciones narrativas sobre la obra que observan. En la segunda, intentan construir un marco de referencia para poder interpretar la obra de arte, a partir de sus valores y conocimiento del mundo. En la tercera, clasifican las obras utilizando herramientas similares a las de un historiador del arte. La cuarta es para interpretar la obra identificando sutilezas en la forma, línea, color, entre otros. Y en la quinta etapa combinan su conocimiento sobre la obra de arte y cómo ésta encaja en ideas más universales.⁷

Los hallazgos de Housen y Yenawine devinieron en un currículum de arte para la interpretación de obras el cual, al implementarse, ayudó a descubrir que se desarrollan también capacidades como las de discusión, pensamiento crítico, habilidad para escribir y ordenar las ideas.⁸ Estas estrategias propuestas para el desarrollo del pensamiento visual no alcanzan en su totalidad el proceso de la alfabetización visual, como comúnmente se cree, pues ésta implica la interpretación y generación de imágenes. Si la búsqueda de significado en la imagen concierne al pensamiento visual, entonces la construcción del significado a través de la imagen concierne a la alfabetización visual.

Riddle propone estrategias a partir del trabajo con niños de primaria, siempre terminando en la construcción de nuevos significados. Por ejemplo, luego de discutir una historia, solicita a

⁵ Rudolf Arnheim, *Visual thinking*, University of California Press, Los Angeles, 1969, <http://bit.ly/2if7Xkw>

⁶ Visual Thinking Strategies, <http://www.vtshome.org/>

⁷ Abigail C. Housen, "Aesthetic thought, critical thinking and transfer", *Arts and Learning Research Journal*, vol. 18, núm. 1, 2001-2002, pp. 99-132, <http://bit.ly/2iJnahC>

⁸ Hilary Landorf, "What's going on in this picture? Visual thinking strategies and adult learning", *New Horizons in Adult Education and Human Resource Development*, vol. 20, núm. 4, 2006, pp. 28-32, <http://bit.ly/2AoyExt>



los niños rediseñar la portada del libro. En este proceso, los estudiantes se preguntan quiénes son los personajes que deberían aparecer en el libro, realizando qué acciones y en qué escenarios, de tal manera que el proceso de desarrollo de una imagen los lleva a mirar la historia desde distintos ángulos y comprenderla con mayor profundidad.⁹ Así, se vuelve claro cómo la alfabetización visual interviene también en el desarrollo de otras habilidades, como el pensamiento crítico y la solución de problemas.

La fotografía como estrategia

Dado que el presente texto corresponde a una investigación en proceso, el uso de la fotografía como medio para el desarrollo de reportes visuales es una de las estrategias que he implementado en clase y algunos resultados se muestran en otras publicaciones.¹⁰ Sin embargo, se presenta aquí material inédito sobre reportes visuales entregados en la asignatura Publicidad II, que se imparte en la Licenciatura en Diseño Gráfico a estudiantes de tercer año.

El objetivo de este ejercicio pretendía que los estudiantes reflexionaran acerca de su rol como diseñadores en la sociedad y la función que pueden desempeñar dentro de la gran maquinaria que es la práctica publicitaria. Para ello se diseñaron varias actividades en clase, entre las que

se encuentra la revisión de un texto de Marshall McLuhan,¹¹ la exhibición de algunas charlas de TED talks, el documental *The Persuaders* y la película SYRUP.

La imagen aquí presentada corresponde al reporte visual de la película SYRUP, en la que se exhibe hasta dónde pueden llegar las marcas y las personas que trabajan para ellas con tal de posicionar una marca y vender. Luego de ver la película en clase, los estudiantes tenían que tomar una fotografía que reflejara algún concepto de la misma y escribir en un par de renglones una pequeña explicación sobre cómo lo hacía. En la clase siguiente, cada estudiante presentaba su imagen y el grupo la interpretaba y discutía.

En su reflexión, Karla Amador menciona que “la publicidad es cuestión de cáscaras, las ideas, el diseño y la narrativa son el envoltorio que nos hace creer en la pertenencia, en la necesidad de obtener objetos que pueden y no pueden darle significado a nuestra vida. La película se enfoca en la idea de enmascarar la simplicidad y llevarla a un estado de veneración”. En este ejercicio se ve claramente cómo la estudiante convierte un objeto cotidiano en portador de nuevos significados al mirarlo a través de los lentes de una cámara fotográfica, propiciando una reflexión profunda en ella en torno al material audiovisual visto previamente en clase (figura 1).

⁹ Johanna Riddle, *Engaging...*, op. cit.

¹⁰ Ricardo López-León, “Developing visual literacy in design students”, *Proceedings of the 3rd International Conference for Design Education Researchers*, Aalto University, Aalto, 2015, pp. 1465-1481, <http://bit.ly/2ArlFrz>; Ricardo López-León y Gustavo Villa, “El aula de diseño como escenario de exploración entre alfabetización visual y pensamiento crítico”, *Revista Kepes*, vol. 14, núm 15, 2017, pp. 174-194, <http://bit.ly/2iKIOTS>

¹¹ Marshall McLuhan, *El medio es el mensaje. Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*, Paidós, Barcelona, 1996, <http://bit.ly/2idzNgU>

Figura 1

Fotografía realizada por Karla Amador, en la que se reflexiona sobre la publicidad como cáscara o piel de los productos y servicios.

Figura 2

Fotografía realizada por Alejandra Luna, como propuesta frente al reto de proyectar simetría a través de una fotografía, como parte de los instrumentos de apoyo para la alfabetización visual, los cuales se encuentran en etapa de desarrollo.

Éste y otros resultados han permitido trazar rutas para el desarrollo de material de apoyo docente que permita, en un primer nivel, colaborar con la alfabetización visual a través de ejercicios prácticos a realizar por el estudiante a través de la fotografía. Los instrumentos que actualmente se encuentran en etapa de desarrollo comienzan a arrojar algunos resultados. La ruta planteada representa una serie de retos que el estudiante deberá enfrentar, los cuales van en aumento en complejidad. Al completarlos, el estudiante habrá desarrollado su capacidad para producir imágenes y construir significados mediante ellas. Se muestra

a continuación el resultado inédito de Alejandra Luna frente a uno de los retos de nivel básico, que consistía en capturar una imagen que reflejara el concepto de simetría (figura 2).

Esta ruta de desarrollo plantea una salida distinta a algunas de las estrategias para la alfabetización visual aquí discutidas, las cuales están centradas en la interpretación y discusión de imágenes. Así, al incorporar también la parte de la producción de imágenes y construcción de significado, sin duda se podrá desarrollar un conjunto de habilidades más completas en los profesionales del diseño.