

LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA DEL DISEÑO PERIODÍSTICO COMO VEHÍCULO PARA LA INSERCIÓN EN EL MERCADO LABORAL

LAURA GONZÁLEZ DÍEZ Y FRANCISCO NÚÑEZ-ROMERO OLMO
design@ceu.es / paco.nro@gmail.com

**Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación,
Universidades CEU San Pablo de Madrid y CEU Cardenal Herrera de Valencia**

El objetivo de la presente comunicación es demostrar, desde la perspectiva del docente y desde la del alumno, cómo la enseñanza de las asignaturas relacionadas con el Diseño Periodístico en las Facultades de Comunicación se ha convertido en un vehículo que favorece la inserción del egresado en el mercado laboral. Los autores defienden que desde las asignaturas vinculadas al diseño periodístico y al diseño gráfico de la información el alumno puede especializarse en una parcela dentro del mundo de la comunicación que permite una mejor inserción en el mundo laboral, especialmente ahora que se pide que el profesional de la información sepa hacer 'de todo' y sea capaz de desempeñar múltiples funciones en los medios informativos.

Es indudable que los actuales perfiles profesionales en el ámbito de la comunicación requieren de un programa innovador capaz de formar de manera integral a los nuevos profesionales que se están precisando en la nueva era de la información en la que estamos inmersos. Estos profesionales de la comunicación requerirán de una buena formación general –crítica– para entender lo que pasa en la sociedad y cómo funciona ésta, pero también una buena formación especializada –instrumental– para trabajar con las herramientas actuales, pero teniendo en cuenta que este tipo de enseñanza está sujeta a cambios vertiginosos, por lo que hay una necesidad continua de actualización del conocimiento. Ahora bien, no bastará con un conocimiento instrumental y práctico de la tecnología, sino que será preciso comprender y dominar sus principios científicos, necesarios para desarrollar e innovar en los nuevos entornos de la información electrónica y multimedia.

Tradicionalmente, las Facultades de Ciencias de la Información han vivido de espaldas al Diseño, siendo éste una actividad casi marginal en las mismas. Con la adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) –es decir, Bolonia– la situación, en muchos casos, no va a mejorar, pues muchas universidades ni siquiera contemplan la docencia de asignaturas vinculadas al Diseño y las más incluyen muy pocas asignaturas vinculadas a la materia objeto de estudio.

Y todo ello a pesar de que el Diseño de la Información está presente de manera directa en muchos de los perfiles profesionales que se relacionan en el *Libro Blanco* de Títulos de Grado en Comunicación. Además, por otro lado, en 2007, la UNESCO elaboró un Plan Modelo de estudios de periodismo donde el Diseño de la Información, o bien asignaturas y materias afines, también estaba presente.

1. El Diseño Periodístico en el 'Libro Blanco' de Títulos de Grado en Comunicación

En concreto, en lo que se refiere al Grado en Periodismo, el Diseño Periodístico está presente de manera directa en uno de los cuatro perfiles profesionales que se relacionan en el *Libro Blanco* para esta titulación:

“1. Redactor/a de información periodística en cualquier tipo de soporte. Profesional del periodismo en cualquier soporte mediático tradicional o electrónico que desarrolla su actividad mediante los géneros creando contenidos periodísticos. Comprende las tareas de redactor, reportero, presentador y director de uno o de varios de ellos, incluido el diseño, escritura y ejecución de guiones de reportajes y documentales audiovisuales o multimedia” (ANECA, 2005: 182).

En dicho perfil podemos comprobar que una de las tareas que comprende es la del diseño de información impresa o multimedia. Y también está presente parcialmente en los otros tres perfiles:

“2. Redactor/a o responsable de prensa o comunicación institucional. Profesional de un gabinete de prensa o comunicación de una institución pública o privada que coordina o ejecuta cuantos trabajos de carácter informativo o comunicativo necesite la entidad.

3. Investigador/a, docente y consultor/a de comunicación.

Especialista en investigación y análisis de fenómenos y procesos de comunicación para todo tipo de organizaciones públicas y privadas, capacitado para las tareas de asesoría, consultoría y mediación. Docente en las enseñanzas superiores o medias para impartir materias de comunicación y nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

4. Gestor/a de portales y editor/a de contenidos.

Profesional en la redacción y ejecución de trabajos de edición en general para empresas editoras o creadoras de producciones culturales e informativas. Especialista en el tratamiento, la gestión y la edición de todo tipo de contenidos por medio de sistemas preferentemente digitales”.

Con respecto al segundo perfil, podemos señalar cómo un profesional de la comunicación que se dedique al diseño puede tener como tarea el desarrollo de la comunicación institucional a través de la generación de todo tipo de material gráfico y tipográfico de la empresa o institución en cuestión.

En lo que al tercer perfil se refiere, queda claro que un profesional de la información también puede dedicarse a la docencia de las nuevas tecnologías de la información donde el diseño juega un papel fundamental.

Y también está presente el diseño en el cuarto perfil en cuanto que se habla de que otra tarea de un graduado en periodismo puede ser la de la edición de todo tipo de contenidos preferiblemente por medio de sistemas digitales, labor que, sin duda, entra de lleno en el campo del Diseño Periodístico.

En cuanto a los ámbitos temáticos recogidos en dicho libro (ANECA, 2005: 183) hay que señalar que en lo que al apartado sobre 'Conocimientos disciplinares (saber)' básicos para el graduado en Periodismo se encuentra en segundo lugar el “conocimiento y aplicación de las tecnologías y de los sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir información, así como para expresar y difundir creaciones o ficciones y en particular el diseño gráfico y la infografía”, conocimiento valorado con una puntuación de 3,11 sobre 4 por la totalidad de los colectivos encuestados para la elaboración de dicha obra.

En el apartado sobre 'Competencias profesionales (saber hacer)' nos encontramos con diferentes capacidades relacionadas con el Diseño de la información:

- ▶ “Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación tradicionales (prensa, fotografía, radio, televisión), en sus modernas formas combinadas (multimedia) o nuevos soportes digitales (Internet), mediante la hipertextualidad.
- ▶ Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas.
- ▶ Capacidad y habilidad para utilizar sistemas y recursos informáticos.
- ▶ Capacidad y habilidad para el diseño de los aspectos formales y estéticos en medios escritos, gráficos, audiovisuales y digitales, así como del uso de técnicas informáticas para la representación y transmisión de hechos y datos mediante sistemas infográficos.
- ▶ Capacidad y habilidad para recuperar, organizar, analizar y procesar información y comunicación” (ANECA, 2005: 195).

No obstante, de entre las competencias profesionales de la titulación de periodismo, las habilidades relativas al diseño de aspectos formales y estéticos y la

capacidad de comunicación en otras lenguas extranjeras próximas son las menos valoradas, con un 2,75 y un 2,57 –sobre 4– respectivamente.

En el caso del Grado en Comunicación Audiovisual el diseño está presente de manera clara en uno de los cuatro perfiles profesionales que se recogen:

“Diseño de producción y postproducción visual y sonora. Este profesional es experto en el diseño de todos los aspectos vinculados al sonido, a la imagen y al grafismo, en las diversas fases de la producción audiovisual (...)” (ANECA, 2005: 214).

En cuanto a los conocimientos disciplinares tan sólo se plantea como competencia vinculada al diseño el “conocimiento de la historia y evolución de la fotografía, cine, radio y televisión a través de sus propuestas estéticas e industriales, además de su relevancia social y cultural a lo largo del tiempo” (ANECA, 2005: 216).

En las competencias profesionales propuestas para un graduado en comunicación audiovisual, en relación con el diseño, encontramos una muy específica que es la “capacidad para aplicar técnicas y procesos de creación y difusión en el campo del diseño gráfico y de los productos multimedia e hipermedia en sus diversas fases, desde una perspectiva teórica y práctica”, valorada con 2,71 sobre 4 (ANECA, 2005: 216).

Finalmente, en lo que respecta al Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (ANECA, 2005: 272), tal y como se ha indicado anteriormente, la presencia es mucho menor. De hecho, el diseño sólo está presente de forma parcial en uno de los perfiles profesionales, el tercero, que dice lo siguiente:

“Creativo/a y diseñador/a. Profesional especializado en creatividad publicitaria en todo tipo de soportes, desde la conceptualización y visualización de la idea publicitaria hasta su integración en el medio. Se pueden identificar las especialidades de: director creativo, director de arte, redactor y *webmaster* (creatividad de la estructura de la web). La tarea de ejecutar hasta el arte final y controlar la producción física de los soportes también corresponde a los expertos en producción” (ANECA, 2005: 261).

En cuanto a los conocimientos disciplinares básicos para este grado se contempla, en relación con el diseño, el “estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación” (ANECA, 2005: 263).

En referencia a las competencias profesionales propuestas para este grado tan sólo tiene que ver con el diseño la “capacidad y habilidad para dar forma

creativa al mensaje” y la “capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos”.

2. El Diseño Periodístico en el Plan Modelo de estudios de Periodismo de la UNESCO

En el Plan Modelo de estudios de Periodismo planteado por la UNESCO (2007) el Diseño Periodístico también está presente. La UNESCO establece un plan modelo para estudios de tres años y otro para los de cuatro. En el primer caso, podemos encontrarlo en el tercer año, en el primer cuatrimestre, donde se plantea la realización de un Taller de Periodismo para diarios: cobertura periodística, edición, diseño y producción, con formación básica en fotoperiodismo (UNESCO, 2007: 15). En el caso de la licenciatura de cuatro años se sitúa en el segundo cuatrimestre del cuarto año, el último, a partir también de un Taller de Periodismo escrito: cobertura periodística, edición, diseño y producción, con formación básica en fotoperiodismo.

En ese mismo plan se plantea un 'Programa de maestría para estudiantes con poca o ninguna formación o experiencia periodísticas' y un 'Programa de maestría para estudiantes con una licenciatura de periodismo o una licenciatura en otra disciplina y, al menos, cinco años de experiencia profesional'. Ambas con una duración de dos años.

En el primer programa, ya se plantea en el segundo cuatrimestre del primer año la necesidad, de nuevo, de cursar dos talleres sobre medios de comunicación, entre los que se ofertan uno de Edición, diseño y producción de periódicos (UNESCO, 2007: 21); otro de Fotoperiodismo y uno más de Edición, diseño y producción de revistas.

En el segundo programa se plantea, en ambos cuatrimestres, la realización de un curso de nivel de postgrado en una sola disciplina universitaria que sustente un ámbito especializado del periodismo (UNESCO, 2007: 24). Si acudimos a la descripción de los cursos podemos observar que, en relación con el asunto que nos ocupa, se oferta un Taller de Periodismo para revistas donde encontramos la siguiente descripción:

“Los estudiantes concebirán, diseñarán y producirán la maqueta de una revista hasta la fase en que está lista para su impresión. Aprenderán a elaborar contenidos informativos, componer y corregir textos, recopilar y editar imágenes, verificar datos, organizar contenidos, seleccionar la tipografía y diseñar las páginas. Al concluir el taller, tendrían que ser capaces de trabajar en la plantilla de edición de una revista” (UNESCO, 2007: 30).

Dentro de este Plan se contempla también un apartado denominado 'Pasantía/periodo de prácticas/experiencia laboral' donde se señala que:

“Los estudiantes trabajarán como periodistas, redactores, fotógrafos, diseñadores o artistas gráficos en prácticas en una empresa de medios de comunicación e información (...), dentro de una sala de redacción y supervisados por un redactor jefe (...). El período de prácticas tendrá que tener una duración mínima de, al menos, cuatro semanas y, si fuera posible, de entre tres y seis meses” (UNESCO, 2007: 32).

Por último, hay que señalar que en el apartado referente a las 'Asignaturas optativas de periodismo' se contemplan una serie de bloques en los que agrupar las asignaturas optativas entre los que se encuentran los denominados 'Periodismo visual/Infografía', 'Fotoperiodismo', 'Corrección y maquetación' y 'Diseño de revistas'. En estos cuatro casos se indica, además, que cabe la posibilidad de que las escuelas deseen ofrecer estas asignaturas optativas como talleres de medios de comunicación además del taller de prensa escrita diaria y el taller de radio y televisión (UNESCO, 2007: 33).

Resulta de interés para esta comunicación el Anexo 2 de este Plan de estudios de Periodismo donde se relacionan las competencias periodísticas que se precisan para el ejercicio del periodismo (UNESCO, 2007: 37). Estas son:

- ▶ Conocimientos generales y capacidad intelectual.
- ▶ Técnicas profesionales de investigación, redacción, edición, diseño y producción.
- ▶ Capacidad para emplear las herramientas del periodismo y adaptarse a las nuevas tecnologías y a modalidades de trabajo innovadoras; concepciones profesionales, incluida la ética.
- ▶ Conocimiento de la función del periodismo en la sociedad, lo cual comprende, entre otros aspectos, la historia del periodismo, la organización de los medios de comunicación e información y la legislación que rige el ejercicio del periodismo.
- ▶ Conocimiento de las mejores prácticas periodísticas.

Como podemos apreciar, las proporcionadas por el estudio del Diseño Periodístico se encuentran en segundo lugar. Por otro lado, la Declaración de Tartu de la Asociación Europea de Formación Periodística (EJTA), del 26 de junio de 2006¹, agrupa en un documento las competencias periodísticas en tres catego-

[01] <http://www.ejta.nl/>

rías: normas deontológicas y profesionales; periodismo y sociedad; y conocimientos. Las proporcionadas por la asignatura que nos ocupa se encuentran dentro del primer grupo, donde se señala:

“Un empleo hábil de las herramientas periodísticas para la edición, el diseño y la producción de material para medios de comunicación e información escritos, audiovisuales y en línea; y la comprensión y la capacidad de adaptarse a la convergencia y las transformaciones tecnológicas en el periodismo.

► Los periodistas noveles han de poder manejar el teclado con precisión y eficacia y ser competentes en diversas destrezas de Internet como, por ejemplo, la capacidad de valorar y comprobar la autenticidad, exactitud y grado de fiabilidad de la información que se encuentra disponible en Internet.

► La convergencia y las innovaciones multimedia hacen necesario que el periodista conozca herramientas periodísticas en todos los formatos y sepa moverse con soltura entre distintos medios de comunicación, así como que haya adquirido un buen dominio de las herramientas de, al menos, uno de los principales medios informativos.

► Los periodistas de todos los medios de comunicación e información tendrían que saber utilizar tanto computadoras de mesa y portátiles Macintosh como Windows, manejar programas de procesamiento de texto y de edición de imágenes, y crear una base de datos sencilla. Los periodistas de prensa escrita deberían saber usar cámaras de película y/o digitales y cuartos de revelado y/o programas de ordenador para el tratamiento y edición de imágenes y programas de producción de páginas” (UNESCO, 2007: 40).

Finalmente, en el Anexo de la Declaración de Tartu se incluyen diez objetivos en materia de competencias, siendo el número siete el que tiene que ver con nuestra materia. Dice así:

“La competencia para presentar información con un lenguaje adecuado y en un formato periodístico eficaz:

► Poseer una competencia lingüística sobresaliente, tanto oral como escrita.

► Ser capaz de transformar la información en algo visual, por ejemplo mediante imágenes o gráficos, y presentarla en todo tipo de combinaciones de palabras, sonidos e imágenes.

- ▶ Dominar los géneros más destacados y sus técnicas estilísticas y formatos básicos.
- ▶ Poder trabajar con equipo técnico y programas informáticos adecuados” (UNESCO, 2007: 45).

3. La docencia del Diseño Periodístico en los nuevos Grados

La primera conclusión con respecto al Diseño Periodístico, que salta a la vista nada más hacer una revisión de los datos que aparecen en las webs de las principales instituciones que imparten –o piensan impartir– el Grado en cualquiera de las especialidades de Comunicación, es su muy diferente valoración; probablemente como consecuencia de la desaparición de 'troncalidades' que antes marcaba el Ministerio y, ahora, decide cada universidad. No hay, por así decirlo, una sola planificación que coincida ni en denominación, ni en situación dentro del ciclo, ni en los contenidos a impartir, aunque muchas se asemejan lógicamente por necesidades obvias.

De cualquier manera, conviene hacer una relación pormenorizada de lo que aparece al revisar los nuevos Grados:

- ▶ En casi todos los casos se pierde otra vez la oportunidad de hacer de las materias alrededor del Diseño de la Información un ente homogéneo que contribuya a la idea de disciplina proyectual dentro del ciclo formativo de Grado. Otra cosa será ver cómo se van dibujando los postgrados.
- ▶ Queda una realidad de dispersión de conocimientos que, a veces, se amalgaman entre materias que tienen que ver con Internet o el mundo digital y que, afortunadamente bajo nuestra forma de pensar, se imparten igualmente en las tres especialidades y dobles Grados.
- ▶ La valoración de las enseñanzas sobre Diseño de la Información son tan diversas –para algunos centros son claramente asignaturas a impartir en los primeros años; para otros, en los últimos y, en otras ocasiones, son sólo materias optativas–, que no será extraño que un cierto tipo de alumnado, dependiendo de su afinidad con ciertas disciplinas, decida matricularse en una u otra universidad. Dicho de otra manera: estamos creando facultades donde se van a impartir conocimientos de segunda división con respecto al Diseño y otras que estarán en primera línea. Lo que puede considerarse parte de la estrategia de ciertas entidades para atraer alumnos y ofrecer valor añadido a sus estudios.
- ▶ A pesar de la cierta repetición de materias (sobre todo las optativas) en una u otra especialidad, no hay, salvo raras excepciones, una idea de conjunto de cómo enseñar Diseño de la Información a comunicadores

en general, independientemente de su rama. Es, por decirlo así, como si la Tipografía fuera muy importante para los periodistas pero no para los publicitarios. Esto no deja de ser un contrasentido cuando, de repente, la idea del Multimedia se ha puesto, como también parece normal, al servicio de todos.

Hacemos una referencia al estudio de la profesora Muñoz Bécares, de 2006, sobre la enseñanza del Diseño Periodístico porque algunas de las conclusiones que ella apuntaba entonces siguen siendo de estricta actualidad cuando nos encontramos metidos de lleno en la convergencia europea.

Se imparten conocimientos de Diseño Periodístico “en todos los planes de estudios y casi todas las materias incluyen docencia teórica y práctica, pero ni la denominación, ni la estructura docente y, mucho menos, los contenidos de las distintas asignaturas son los mismos” (Muñoz Becares, 2006: 472).

La autora apuntaba razones para esta situación entre las que destacaba “la flexibilidad existente del marco común de las directrices generales, cuyos descriptores permiten adaptar la organización académica a los criterios de cada facultad” y también –decía– “la falta de madurez, pese a su trayectoria histórica, de nuestra disciplina que se debe a los constantes cambios que afectan a su práctica profesional, lo que obliga a reformular sus principios teóricos constantemente”.

Con respecto a la primera razón apuntada por Muñoz Bécares, parece obvio que Bolonia no ha hecho sino acentuar la tendencia y que, de ahora en adelante, sin directriz alguna, cada centro, con la aquiescencia de ANECA, organizará sus estudios de Comunicación como crea conveniente. Y el espacio que otorgue al Diseño Periodístico será muchas veces aleatorio.

Para la segunda razón que apunta la autora, proponemos desde aquí algunos puntos de vista. Es cierto que el Diseño Gráfico de la Información (en todas sus especialidades, no solamente en la periodística) ha venido viéndose sacudido por el alcance que la tecnología digital ha puesto a nuestra disposición y que, en cierta medida, ha trastocado los criterios de la profesión y, lo que parece más importante, está transformando el modelo de negocio de las empresas. Pero, independientemente de lo que vaya a suponer esto (que no está nada claro a pesar de lo que digan los gurús), sí es cierto que dentro de la disciplina del Diseño, y dentro de las especialidades de Diseño Gráfico de la Información y de Diseño de Producto, sí que encontramos fundamentos teóricos consolidados que aportan base suficiente para una enseñanza estable.

Conceptos como tipografía, imagen, color, forma, equilibrio... y otros tantos alrededor del dinamismo, del contraste, del impacto o de la armonía (sin olvidar criterios de valoración informativa o de estructura de los lenguajes) dan más que

suficientes razones para que Diseño Gráfico de la Información mantuviera un corpus teórico asentado y permanente en cualquiera de las especialidades de la Comunicación.

Pero lo cierto es que no existe actualmente y que, en la mayoría de los casos, se pasa directamente a cubrir la necesidad profesional y el manejo de determinados programas que, siendo importantes, no permiten el necesario espacio de reflexión ante determinadas decisiones comunicativas en Periodismo, en Comunicación Audiovisual o en Publicidad.

En otro orden de cosas, sin embargo, no podemos negar que la oferta de asignaturas diferentes –otra cosa es que luego lo sean– que se nos viene encima parece abrumadora. Las hay para todos los gustos: Diseño Gráfico, Diseño Periodístico, Fundamentos de Arte y Diseño, Fotoperiodismo, Impresión a color y diseño en prensa, Nuevas tecnologías para la transmisión de información, Origen y evolución de la fotografía y la imagen, Creatividad publicitaria, Diseño de la imagen corporativa, Diseño publicitario y nuevas tecnologías, Fotografía publicitaria o Tecnologías para los sistemas multimedia son sólo algunas de ellas.

Prácticamente todas apuntan a una especialización clara dentro del mundo de la Comunicación. En el mejor de los casos, con seis créditos (algunas con bastantes menos) y un cuatrimestre de docencia, van a suponer sólo el aperitivo para quien muestre verdadero interés y, a pesar del esfuerzo individual que debe realizar el alumno según la normativa de Bolonia, no va a ser suficiente para la capacitación profesional a la que apunta el EEES. Pero bienvenidas sean.

Hay otra circunstancia que afecta de lleno a las enseñanzas de Diseño en las carreras de Comunicación: la autorización de los Grados en Diseño. Muchas universidades los han puesto en funcionamiento a través de sus facultades de Bellas Artes, Humanidades o Arquitectura, y ofrecen especializaciones en Comunicación Gráfica. Muchas veces con mayor fundamentación teórica y práctica, más espacio de impartición y más profundización de lo que se dedica en cualquier facultad de Comunicación. En el caso de la Universitat Autònoma de Barcelona, donde ya funciona el Grado en Diseño –dentro del epígrafe de 'Arte y Humanidades'–, éste coexiste con las antiguas licenciaturas en Comunicación.

En cualquier caso, lo que no debemos olvidar es que el Diseño Gráfico de la Información es una especialidad dentro del Periodismo, en particular, y de la Comunicación en general –y que diseñar también es informar–. El diseño no es decoración y tiene que estar siempre al servicio de la información, no puede existir sin las noticias y sin una actitud ante ellas. El diseño es comunicación, forma parte del mensaje y debe estar al servicio de la información. Nos gustaría traer aquí unas palabras de Carlos Pérez de Rozas (1991: 42), para quien “en el periodismo impreso contemporáneo es inconcebible el desarro-

llo de un proyecto integral en el que no se combinen y articulen, con naturalidad, la fotografía, los gráficos y el diseño, por supuesto, pero aún más, el contenido y la presentación, el texto y el arte”.

O las de André Ricard, para quien:

“La función del diseño bien entendido no es la de maquillar los objetos, dotándoles de las líneas y los colores de moda en cada momento. Únicamente puede hablarse de auténtico diseño cuando la forma con que se ha dotado a un objeto es la más adecuada y para que pueda cumplir perfectamente la función a que se le destina. Las prestaciones utilitarias que ha de satisfacer cualquier producto tienen que dominar sobre la forma que éste adquiera. La componente estética en un diseño se logra cuando se integran todas las formas y mecanismos que precisa la función en una forma global coherente y que, en consecuencia, será bella” (Ricard, 1986: 31).

En esta misma línea se pronuncia Bernardino M. Hernando, quien señala:

“La tentación de considerar el diseño como un adorno es todavía muy fuerte. Y la vana discusión sobre si los diseñadores de prensa son o no periodistas es tan vana como aquella otra sobre si son o no artistas y tan despistada como para nacer de quien no tiene idea de qué lugar ocupe el lenguaje en la actividad periodística. Los Medios de Comunicación Social transmiten información de una determinada manera. Volvemos a la caduca historia del fondo y la forma. El mensaje informativo no es una cosa y el modo de transmitirlo es otra. El mensaje informativo es el conjunto de sustancia y modo, de forma y función, de datos y su modo de emisión. De tal manera que los mismos datos emitidos por la televisión, por la radio y por la prensa escrita constituyen tres mensajes informativos distintos y complementarios. Esto es algo ya tan trillado por los estudios académicos de la Información que basta con recordarlo para pasar y terminar con lo que de verdad nos importa” (Hernando, 2002: web).

Por tanto, el diseño no es decoración, ni distracción, sino parte de la tarea de comunicación: una parte que debemos considerar constantemente. Todo ello implica una relación estrecha de la asignatura con otras asignaturas de diversa índole, dentro y fuera de su materia y a lo largo del itinerario formativo previsto.

Lo importante es que hoy día el Diseño Gráfico de la Información se ha convertido en una asignatura transversal de comunicación indispensable en todas sus especialidades, ya sea el Periodismo, la Comunicación Audiovisual o la

Publicidad, pues tiene que ver con la creación de publicaciones periódicas impresas o digitales, pero también con el diseño de páginas web, la creación de títulos de créditos, caretas televisivas, carteles promocionales de películas o eventos diversos, generar la imagen de marca de empresas e instituciones, proyectar identidades visuales corporativas, montar presentaciones multimedia y cientos de cosas más. Además, la constante evolución tecnológica va abriendo a cada paso nuevos campos de actuación, por lo que las salidas profesionales de los especialistas en Diseño son cada vez más amplias y un alumno bien formado en una disciplina como el Diseño, tanto en el plano teórico-conceptual, como en el de las habilidades y destrezas, puede tener –sin duda– una mejor inserción en el mercado laboral.

Bibliografía

- ▶ ANECA (2004): *Libro blanco. Títulos de grado en Ciencias de la Comunicación*. Madrid: También en línea en formato pdf. en : http://www.aneca.es/modal_eval/docs/libroblanco_comunicacion_borrador.pdf
- ▶ ANECA (s.a.). *Programa de Convergencia Europea. El sistema universitario español y el espacio europeo de educación superior*. ANECA, Madrid.
- ▶ Catálogo Oficial de Títulos: Directrices Generales, Consejo de Coordinación Universitaria, Consultado el 7 de junio de 2009 en: http://wwwn.mec.es/educa/jsp/plantilla.jsp?id=602&area=ccuniv&contenido=/ccuniv/html/direct_generales/troncal/periodis.html
- ▶ HERNANDO MARTÍNEZ, B. (2002): *El diseño como lenguaje*. Consultado el 18 de mayo de 2009 en: <http://www.encajabaja.com/search/label/Firmas%20En%20Caja%20Alta?updated-max=2009-09-10T09%3A00%3A00%2B02%3A00&max-results=20>
- ▶ MUÑOZ BÉCARES, Amor (2006): *La docencia del Diseño Periodístico en España*. Valencia, Universidad CEU Cardenal Herrera.
- ▶ PÉREZ DE ROZAS, C. (1991): *Magazine, La Vanguardia*.
- ▶ RICARD SALA, A. (1986): *Hablando de diseño*. Barcelona, Hogar del libro.
- ▶ UNESCO (2007): *Plan modelo de estudios de periodismo*. Colección de la UNESCO sobre los estudios de periodismo. París, Sector de Comunicación e Información.