

## INTRODUCCIÓN: CONSOLIDAR UN EVENTO

Durante el 10 y 11 de noviembre de 2010 se celebraron en el salón de actos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid las II Jornadas de Diseño en la Sociedad de la Información. Un evento que alcanzaba su segunda edición gracias al apoyo económico de la propia facultad que lo organizaba y también al trabajo incondicional de un grupo de profesores en las áreas de tecnología y diseño de los departamentos de Ciencias de la Comunicación I y II.

La idea que subyace bajo este tipo de actividades –y que había constituido la razón primera de su comienzo en 2009– es la de acercar los profesionales de la comunicación (con minúscula) a los recintos universitarios donde se forman las futuras promociones de expertos. El beneficio es mutuo. Quienes nos visitan tienen la ocasión de descubrir tendencias, gustos y afinidades de un público que, en su cotidianeidad, no suele ser fácil de contactar. Muchos se ven sorprendidos por la propia reacción de los alumnos ante sus trabajos y por lo que supone de retroalimentación para sus próximos empeños laborales.

Pero para los alumnos, sobre todo, supone el acercamiento a realidades tangibles (lejos de la incertidumbre de una Teoría –con mayúscula– no siempre actualizada en las aulas) que les hacen descubrir, en muchísimos casos, el hilo conductor de sus siguientes esfuerzos para emular, e incluso superar, lo que les han contado en primera persona.

Estamos convencidos de que ese contacto con cada uno de los invitados –y que por cuestiones organizativas nunca supera las dos horas, salvo contadas excepciones– supone una inyección de inquietud en cada uno de nuestros estudiantes muy superior a cualquier otra manera de insuflar conocimientos. Y por eso lo hacemos.

Hay, además, dos ventajas que estimulan la programación de este tipo de actividades. La primera es la excelente disposición de quienes nos acompañan y a los que, en cuanto insinuamos su participación (no siempre remunerada, todo hay que decirlo), se entregan con facilidades de todo tipo. La segunda, la universalidad de temas, especialidades y técnicas en el mundo de la Comunicación que hace que cualquier punto de arranque elegido se convierta a cada nueva edición en una sorpresa constante, enriquecedora y nueva.

A ello se suma –si queremos verlo así– las nuevas recomendaciones del Espacio Europeo de Educación Superior (o sea, Bolonia), quien anima a los propios estudiantes a la participación en actividades de carácter diverso y les ‘recompensa’ con créditos ECTS de libre disposición fundamentales para la conclusión de su periplo académico en la titulación de Grado.

Muchos expertos han querido ver en disposiciones como la anterior la idea de lo que llaman una ‘laboralización’ de la Universidad (es decir, un empuje para que las facultades se dediquen a crear profesionales especialistas de cara al mercado laboral), una inclinación con la que no están de acuerdo. En las facultades de Ciencias de la Información o Ciencias de la Comunicación rara vez ha sido de otra manera.

Muchos se preguntan dónde se colocan la cantidad de egresados en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas, pero lo cierto es que el mercado se reinventa a cada nueva promoción y no parece existir desfallecimiento en los alumnos que, a pesar de las elevadas notas de corte, se empeñan en acceder a las facultades de Comunicación.

Los muy diferentes planes de estudio que ahora se imparten en las facultades de las universidades españolas nunca pueden llegar a acoger todas y cada una de las especialidades que el mundo de la Comunicación ofrece y la celebración de este tipo de actividades es, no sólo enriquecedora, sino que se transforma muchas veces en brújula para navegantes. Y ése es nuestro ánimo primero: que al menos nuestros alumnos sepan qué pueden elegir. Y qué mejor manera que de la boca de los propios protagonistas.

### **El hilo conductor**

Si la edición anterior había girado en torno al mercado laboral de los profesionales en Diseño de la Información –en sus más variadas especialidades–, el punto conductor de estas II Jornadas fue la fotografía. El subtítulo de ‘Aplicaciones, experiencias y perspectivas de la fotografía’ quería profundizar en el futuro de un instrumento con valores propios en el entorno de la comunicación donde recientemente había sufrido una transformación importante. Por eso, muchos de quienes nos acompañaron hicieron mención expresa al tránsito de la foto analógica a la foto digital y lo que suponía, más allá de un cambio técnico y tecnológico significativo.

Aunque este volumen recoge sólo las obras menores –las comunicaciones– que presentaron fundamentalmente docentes y alumnos de muy diversas universidades, es de rigor dejar constancia de las ponencias principales (editadas aparte y en formato DVD) que los expertos invitados desarrollaron en sus respectivas intervenciones.

El primer ponente en intervenir fue el reconocido fotógrafo **José Manuel Navia** (Madrid, 1957), licenciado en filosofía por la Universidad Autónoma de Madrid (1980), un profesional que nos mostró la evolución de su trabajo como reportero hacia una fotografía más personal y demorada, siempre en color y en el ámbito de lo documental. Él mismo nos hablaba de su obra más personal “que nace –insistía el autor– a partir de un trabajo documental y donde la literatura nutre mis imágenes, de raíz profundamente ibérica”.

Navia mostró una parte de su trabajo en alguno de los medios más representativos del panorama informativo –*El País*, *Corriere della Sera*, etc.– y destacó al respecto la importancia del proceso de edición y su papel fundamental en el diseño de publicaciones.

La segunda ponencia invitada estuvo a cargo de **Javier Vidal Tejero**, licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad de Navarra y, desde hace doce años, redactor en la sección de diseño del diario *El Mundo*, donde ha desarrollado trabajos de maquetación del periódico y donde, en los últimos tiempos, se ha dedicado a la edición de suplementos del diario.

Vidal, que es actualmente jefe de sección de diseño, presentó un elaborado trabajo sobre la edición de la fotografía de deportes. Y defendió la singularidad de una sección “que –explicitó– se rige por criterios muy diferentes al resto de compartimentaciones del diario”.

La sesión que causó mayor impacto entre los estudiantes estuvo a cargo de **Alberto Yagüe**, un especialista en postproducción fotográfica que trabaja para los mejores fotógrafos del ámbito nacional. Profesor de retoque fotográfico en el Istituto Europeo di Design en Madrid, y director de su propio estudio donde simultanea labores de Prensa y Publicidad, Yagüe hizo una apasionada defensa de la ética de la manipulación fotográfica en el mundo digital y, a través de trabajos propios y otros realizados con anterioridad por los propios estudiantes de la Universidad Rey Juan Carlos, ofreció una clase magistral –¡de tres horas!– donde, aparte de las explicaciones del autor, únicamente se escuchaban los ‘ooh’ de asombro a cada visualización de los resultados finales de cada encargo.

Para ofrecer mayor sensación de realidad, el propio Yagüe insistió en la necesidad de que durante la charla estuvieran presentes los alumnos y alumnas que habían actuado como modelos en la elaboración del material fotográfico original. El resultado fue tremendamente efectista y llevó la parte final de su intervención hacia un espectáculo muy bien conducido por el ponente que arrancó una oleada de aplausos.

La representación de la fotografía publicitaria estuvo a cargo de **Oyer Corazón**, director de proyectos en el estudio de Alberto Corazón, y de **Ricardo Santonja**, fotógrafo. Después de una introducción teórica, los ponentes ameni-

zaron la conferencia presentando su último trabajo, *Essence of España*, destinado a crear una identidad de calidad sobre el calzado español en Dubai. Independientemente del resultado final, los autores hicieron hincapié en los procesos de construcción de un trabajo que, una vez cumplidas las expectativas de su cliente, terminó siendo un producto en forma de libro.

Con el objetivo de proyectar y mostrar la forma de su trabajo, pidieron al público un zapato para demostrar cómo realizaron las sesiones fotográficas con las que consiguieron las imágenes de las que se compone su libro. Y con la ayuda de una cámara ejemplarizaron “sobre su personal proceso de ‘deconstrucción’ de imágenes para conseguir los resultados requeridos”, según Santonja.

**Mario Tascón**, periodista con una dilatada trayectoria en medios digitales españoles –*El Mundo*, *El País*, *lainformacion.com...*– y profesor asociado de la materia Comunicación Visual en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra desde el 2000 hasta 2007, fue el encargado de plantear la situación de las imágenes en Internet. Tascón resaltó que lo que ha facilitado la existencia de los nuevos medios tal y como los vemos ahora es el ancho de banda, que ha permitido la utilización de imágenes cada vez con mayor frecuencia y calidad. En el mismo sentido –recalcó el ponente– los formatos han experimentado también una evolución: se ha pasado de una Web fundamentalmente textual a la integración de viñetas, dibujos, ilustraciones, fotografías, gráficos y tablas.

El periodista, experto en medios on line, mostró su particular visión de la evolución del modelo de negocio periodístico e identificó para los alumnos a quiénes van a ser los protagonistas en los próximos años.

La última ponencia de las Jornadas estuvo a cargo de **Juan Miguel Sánchez Vigil**, profesor titular del Departamento de Biblioteconomía y Documentación de la Universidad Complutense de Madrid, fotógrafo profesional, editor y documentalista gráfico.

El profesor universitario incidió en los aspectos documentales de la fotografía analógica y digital y denunció el poco interés que existe hoy en día en España por este tipo de imágenes. Para este autor, “en España, la fotografía sólo como documento no se considera hoy; y a corto y medio plazo no se tendrá en consideración”. Este hecho resulta extraño para el investigador dando que –expone el autor– “en el archivo general de la Administración en Alcalá de Henares se encuentra, nada más y nada menos, que la obra del mejor fotógrafo español de todos los tiempos, Alfonso Sánchez García, quien empezó en el año 1918 a documentar las guerras y es el autor de la única foto que hay de la muerte de Calvo Sotelo que desencadenó la Guerra Civil”; además –dijo textualmente el profesor– “Alfonso es el autor de la mejor foto de Antonio Machado y el creador de la caricatura fotográfica”.

El ponente, que desarrolló una detallada exposición de las características de la fotografía documental como especialidad reconocida, destacó también su vertiente como salida profesional. “La fotografía –puntualizó– se vende muy bien y se vende muy cara pero, eso sí, hay que saberlo hacer muy bien y hacer una valoración de mercado y ver lo que se necesita en cada momento”.

### Las comunicaciones

Al contrario de las ponencias, las comunicaciones –que son las que se publican aquí de manera íntegra– no abordan al cien por cien el tema de la fotografía y, muchas de ellas, hablan de Diseño de la Información de manera directa. Entre estos, un ensayo de **Blas José Subiela** y **Maite Gobantes**, de las Universidades Católica de Murcia y la Universidad de Zaragoza respectivamente, sobre ‘La retórica visual en el Diseño Periodístico’. Destacan, sin embargo, por su acercamiento al modelo de investigación experimental, tres trabajos de campo: uno, ‘La imagen de Ikea a través de sus catálogos: 1951-2010’, un estudio sobre la fotografía de portada del catálogo anual del exportador sueco de **Elena Carrillo** y **Belén Puebla**, ambas de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid; dos, ‘La imagen de la droga en la prensa gratuita española entre enero y junio de 2010’, de **Francisco Núñez-Romero**, de la Universidad CEU Cardenal Herrera de Valencia; y tres, un trabajo conjunto de **Ana Isabel Íñigo** y **Belén Puebla**, de la URJC, junto con **Frederico de Melo**, de la Universidad del Vale do Rio dos Sinos, de Brasil, un análisis cuantitativo de las fotografías de la victoria de la selección española de fútbol en el Mundial de Sudáfrica.

**Miguel Ángel de Santiago**, de la Universidad CEU San Pablo de Madrid, presenta un compendio sobre la ‘Publicación de fotografías en el contexto de los medios de comunicación de masas’ y, en un género de parecida estructura, **Juan Carlos González**, de la URJC, habla sobre la fotografía en las redes sociales.

Hay también una referencia a la fotografía de autor: la reseña de **Beatriz Guerrero**, de la Universidad CEU San Pablo, sobre Cristina García Rodero y, por último, un informe sobre los riesgos laborales entre la fotografía analógica y digital de **Alfonso de la Quintana**, también de la URJC.

### Asistencia del alumnado

Las II Jornadas de Diseño en la Sociedad de la Información han sido un éxito de asistencia, alcanzando una media de casi 280 alumnos por sesión, una cifra por encima del total de la capacidad del recinto. Lo que llevó, en picos puntuales, a habilitar espacios en escaleras laterales.

A pesar del acicate que supone para este tipo de actos los requerimientos del Espacio Europeo de Educación Superior (por la necesidad de los alumnos de jus-

tificar los créditos que su tutor ha de firmar al final del periodo), hay que dejar constancia que la lista de inscripciones on line abierta a mediados de octubre de 2010 se tuvo que cerrar a finales del mismo mes dado que había rebasado la cantidad de 900 solicitudes.

Tras ello, se mandó un correo de confirmación de plaza a los 500 primeros inscritos y con los restantes se estableció una lista reserva. A todos se advirtió que, de no estar inscritos en el control de entrada 15 minutos antes del comienzo de las sesiones, se daría paso a la lista reserva e incluso a quien no estando en ninguna lista, estuviera presente.

Los datos de asistencia son claros. Se realizaron cuatro sesiones en horarios de mañana y tarde con las siguientes cifras:

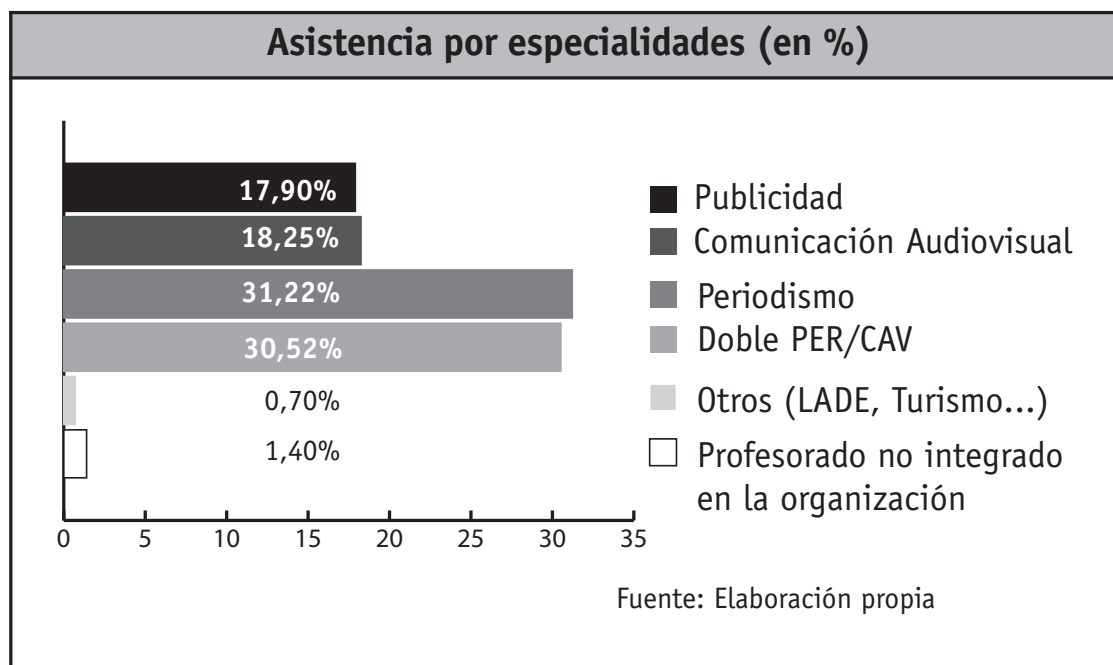
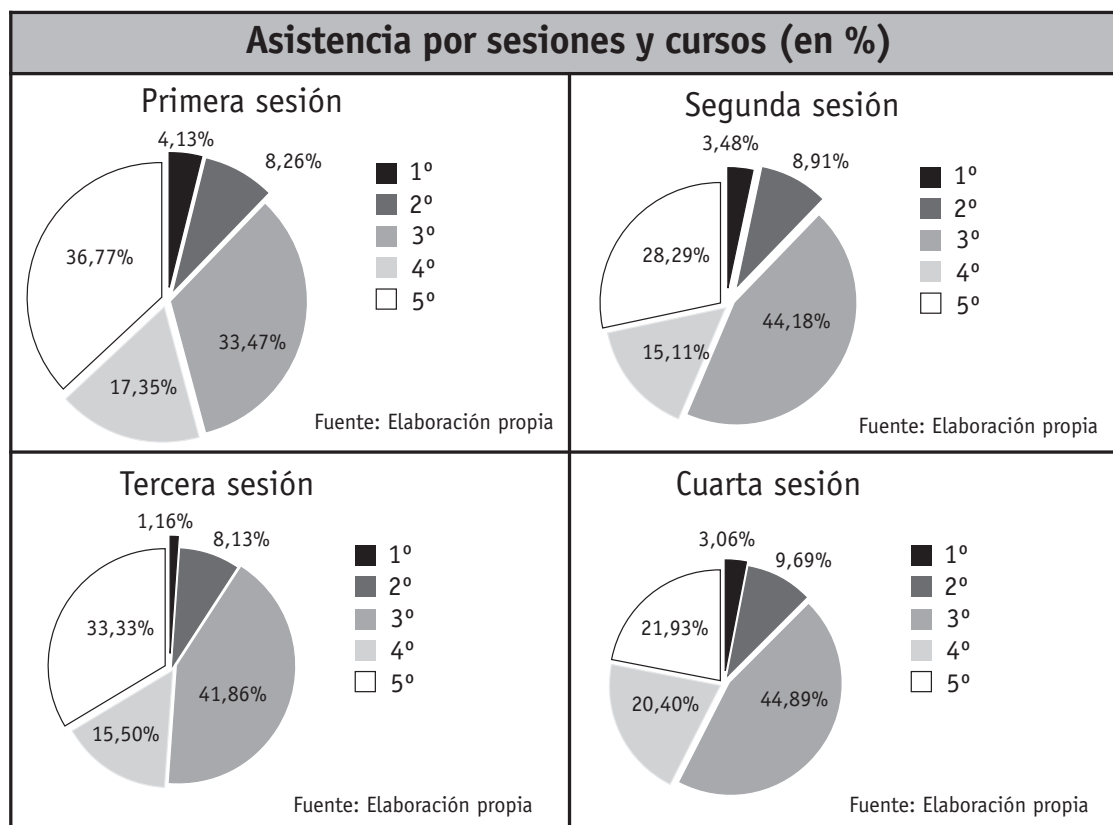
<b>Asistencia por sesiones</b>			
<b>Miércoles, 10 de noviembre; mañana</b>	<b>Miércoles, 10 de noviembre; tarde</b>	<b>Jueves, 11 de noviembre; mañana</b>	<b>Jueves, 11 de noviembre; tarde</b>
282	293	297	232

De estos datos se pueden desprender conclusiones ciertas:

► El interés del evento decrece a medida que se prolonga su duración, pero también es cierto que entre los alumnos se ha extendido el rumor de que acudiendo a todas las sesiones menos una en las diferentes actividades programadas se les conceden los créditos de igual forma. Por eso, el comité organizador de las II Jornadas de Diseño en la Sociedad de la Información decidió (a pesar de tener concedidos 1,5 créditos de libre disposición por rectorado) no dar certificados de créditos sino certificados de asistencia por sesiones y horas. De esa manera los certificados servían tanto para licenciatura como para grado, teniendo en cuenta que los créditos de grado los deberá firmar el tutor integral al final del ciclo de acuerdo a los comprobantes de actividades y horas que presente cada alumno.

► Para llenar los recintos donde se celebren este tipo de actividades hay que dejar que se inscriban hasta casi el doble de alumnos de la capacidad del recinto. Más de la mitad, aunque confirmen asistencia, no acudirán.

De todas maneras, ofrecemos un informe estadístico de asistencia más preciso del desarrollo de las II Jornadas de Diseño en la Sociedad de la Información. Por ejemplo, si miramos el interés de asistencia de los alumnos, podemos ver en el cuadro siguiente como los alumnos de tercer y quinto año muestran un nivel de asis-



tencia superior al resto. Esto, en esta ocasión, puede tener una explicación lógica si consideramos la mezcla de alumnos de Grado y de Licenciatura.

Los estudiantes de último año de las titulaciones de Licenciatura, tienen como gran motivación el conseguir los créditos de libre configuración necesarios



para finalizar el segundo ciclo y, por consiguiente su titulación. Los alumnos de tercer curso de titulaciones de Grado están fuertemente motivados por sus tutores integrales quienes les animan a participar en cuantas actividades puedan para poder alcanzar el número de créditos necesarios para la asignatura de cuarto curso "Reconocimiento académico de créditos", un módulo formativo que los estudiantes de Grado deben cumplir, a través de la realización de actividades de diversa índole, durante los tres primeros años de la titulación y cuya realización se certifica al finalizar el tercer curso.

En el último cuadro podemos también observar claramente que son los alumnos de Periodismo (31,22%) y de las doble titulación de Comunicación Audiovisual y Periodismo (30,52%) los que acuden con más intensidad a este tipo de eventos. Es curioso sin embargo observar lo que va a ser una tendencia de ahora en adelante: un –en principio– modesto 0,70% refleja la asistencia a las Jornadas de alumnos cuyos intereses de titulación no tienen mucho que ver con el contenido del evento, entre ellos, los de Turismo y Administración y Dirección de Empresas.