

Diseño en Comunicación Visual y Multimedia. Presentación

*Design in Visual Communication and Multimedia.
A presentation*

Roberto Gamonal Arroyo

*Profesor Edición, Tipografía y Diseño
Facultad Ciencias de la Información
Universidad Complutense de Madrid*

DATOS DEL NÚMERO

Fecha de publicación: 31 de enero de 2014

Director de la revista: Francisco García García (Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la UCM)

Coordinador del número: Roberto Gamonal Arroyo (Profesor Edición, Tipografía y Diseño. Facultad de Ciencias de la Información de la UCM)

Para citar este artículo: Gamonal Arroyo, R. (2014): Diseño en Comunicación Visual y Multimedia. Presentación, *Icono 14*, volumen (12), pp. 1-6.
doi: 10.7195/ri14.v12i1.673

Presentación

El Diseño de Comunicación Visual (comúnmente conocido como Diseño Gráfico) y el Diseño de Comunicación Multimedia (encargado de aplicaciones interactivas en pantalla) son disciplinas más propicias para la acción que para la reflexión, algo que es urgente cambiar. Quizá por eso existe un gran déficit de obras y artículos científicos que contribuyan a proporcionar una sólida base teórica para superar el concepto puramente estético que tienen del Diseño algunos sectores sociales y académicos. Resulta muy extraño que este tema se trate en una revista científica y, más aún, en una publicación que está dentro del área de las Ciencias Sociales como es Icono 14.

La mayoría de las publicaciones relacionadas con el Diseño son de carácter visual, es decir, revistas, catálogos o anuarios que muestran los trabajos de diseñadores, pero sin apenas reflexionar sobre su ejecución o proceso creativo. Se muestran simplemente para que la pieza “hable por sí misma”, quedando ocultas ideas muy importantes que sólo el propio autor puede esclarecer.

Además parece que el colectivo de diseñadores se encuentra más cómodo instalado en el estilo, corriente o tendencia que dicta el mercado actual siguiendo las fluctuaciones de la moda o bien está más interesado en seguir, venerar o “copiar” la forma que tiene de diseñar algún personaje del mundo del Arte o del Diseño encumbrado por los medios de comunicación que en pensar sobre la evolución de su disciplina.

Si en el panorama profesional no hay lugar para la reflexión, en el ámbito educativo muchas veces escasea. Esto es debido a la tardía incorporación en España del Diseño como estudios superiores universitarios. Ya en el curso 2008/2009 algunas universidades privadas incluyeron el grado en Diseño dentro de sus planes de estudio adaptados al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) y su definitiva implantación en el curso 2010/2011 en la universidad pública (ANECA, 2004). En este sentido, los países latinoamericanos tienen una enorme ventaja ya que existen licenciaturas en Diseño desde hace ya tres y cuatro décadas. Esperemos que esto ayude a desterrar viejos estereotipos en torno a esta disciplina y contribuya a su desarrollo teórico e investigador.

Es imperiosa la necesidad de investigación en Diseño para que nuestra disciplina pueda seguir evolucionando y no se quede estancada. Habrá que dar un poco de tiempo para comprobar que los planes de estudio que se ofrecen son los adecuados a las necesidades reales que demanda nuestra sociedad para la formación de futuros diseñadores. Y sobre todo, habrá que esperar a los frutos que pueden dar estos estudios en términos de investigación que como siempre son a más largo plazo.

Estamos en un momento crucial para el Diseño y quizá ésta sea la mejor oportunidad para poder repensar, debatir y discutir con el objetivo de construir una disciplina que supere el formalismo heredado del Arte y se convierta en una materia que bien pudiera estar dentro de las Ciencias Sociales. Para ello es conveniente revisar los fundamentos teóricos y metodológicos del Diseño que ya parecen olvidados porque se trata de bibliografía creada y concentrada en la segunda mitad del siglo XX principalmente. Se trata de pensadores ya clásicos del Diseño fuera de nuestra frontera como Gui Bonsiepe, Bruno Munari, Christopher Jones, Herbert Simon, Nigel Cross, Bernhard Bürdek, Abraham Moles, Christopher Alexander, Bruce Archer, ... y también en España como Joan Costa, André Ricard, Norberto Chaves e Yves Zimmermann. Aunque estos dos últimos son de origen argentino y suizo, respectivamente, han llevan desarrollando durante varias décadas su profesión en nuestro país y su pensamiento ha sido publicado en lengua castellana.

Desafortunadamente, esta corriente de pensamiento *cuasi* científica dejó de ser tan fluida y aunque el número de publicaciones sobre Diseño han aumentado desde entonces hasta nuestros días, nunca han llegado a la profundidad y el rigor de los teóricos citados. Lo que se publica actualmente en torno a esta temática suele seguir la estrategia de hacer libros para mirar (llamados eufemísticamente libros de inspiración) y no libros para leer y reflexionar.

Poco a poco esta tendencia se está revirtiendo pero aún nos queda mucho por hacer. Esperamos que este número monográfico dedicado al Diseño en Comunicación Visual y Multimedia aporte ese pensamiento y abra nuevas vías a la investigación.

Para esbozar el panorama tanto en lo profesional como en lo académico invitamos al profesor Javier González Solas para que analizara la situación actual en la que se encuentra el Diseño. Un punto de partida necesario para forjar el futuro realizado desde una visión crítica que destruye tópicos y que nos permite sacar conclusiones constructivas.

Los artículos seleccionados por revisión por pares ciegos se han ordenado temáticamente en tres bloques: el primero se refiere al diseño más analógico, el segundo crea un puente entre lo impreso y lo digital y el tercero se centra en el diseño multimedia.

Laura González y Pedro Pérez estudian en su artículo el elemento más representativo de un periódico que es el que le identifica: la cabecera. Los autores analizan más de un centenar de cabeceras de diarios españoles desde un punto vista gráfico y tipográfico para llegar a la conclusión de que la mayoría utilizan un diseño similar en su elemento de identificación visual más importante.

En el siguiente artículo también se habla de Diseño Periodístico, pero esta vez de un fenómeno propiciado por la influencia que ha tenido Internet en los medios impresos y que los autores Fernando Suarez, José Ramón Martín y Javier No han denominado “hiperfragmentación informativa”, es decir, la creación de piezas más pequeñas para facilitar la lectura y centrar la atención y cómo afecta esto el proceso cognitivo del lector.

Los profesores de la Universidad de Valladolid Aurora López, Isabel Rodrigo y Luis Rodrigo identifican los elementos que se asocian a los productos de lujo en los que el diseño tiene una enorme importancia para su apreciación. Tradición, exclusividad, calidad, estética, precio, distribución, comunicación y percepción del consumidor hacen que estos productos sean categorizados como *premium*.

Eduardo Herrera y Leire Fernández, de la Universidad del País Vasco, nos proponen dar la vuelta y hacer un recorrido contrario a lo que habitualmente se está haciendo: la aplicación de la interactividad, generalmente asociada a lo digital, a piezas de diseño gráfico que permitan la interacción entre el objeto y el usuario y

mejoren así su capacidad de comunicación porque se pueden tocar y modificar y no solamente contemplar o leer.

Los investigadores mexicanos Rebeca Lozano y Víctor Aguirre apuestan por la aplicación de los principios fundamentales del Diseño Gráfico en la elaboración de material educativo para la enseñanza *online* que consideran está más enfocada en los aspectos tecnológicos y que puede realizar buenas aportaciones a los aspectos didácticos en las plataformas *elearning*.

Continuamos con un artículo que establece un puente entre la acción *online* y *offline*. Sagrario Martín nos habla de cómo la cultura DIY (*Do It Yourself* o híz-telo tú mismo) hace posible que un diseñador pueda establecer una relación de colaboración y participación creativa a través de Internet o las redes sociales para cristalizarse en la vida real como una forma de manifestación crítica.

A pesar de que los medios digitales están ganando terreno al papel como soporte, Eugenio Vega considera que aún perviven modelos gráficos relacionados con la habilidad del lector para mirar, leer y comprender la composición que se han utilizado tradicionalmente en el diseño impreso y que ahora se aplican en los medios digitales e interactivos.

Estos cambios han modificado nuestra manera de leer y eso es lo que precisamente estudian en su artículo Pedro Medina y Javier Maseda, las nuevas formas de lectura condicionadas por los nuevos soportes y dispositivos que también alteran la manera de escribir en los nuevos medios, aunque lo importante siguen siendo las buenas historias para contar.

La publicidad en los teléfonos móviles es objeto de estudio en el artículo de José Ignacio Niño, María Luisa García y Antonio Alcaraz. Anteponiéndose a los aspectos tecnológicos, se centran en los contenidos como generadores de experiencias a través de recursos expresivos tomados de la Retórica Clásica que persiguen la persuasión.

Y para cerrar este número, Marta Fernández trata la iluminación como un componente esencial en el diseño de videojuegos. Estudia su función llegando a la

conclusión de que no es un recurso estético sino que es una forma de facilitar a los jugadores la interacción en los entornos tridimensionales porque condiciona los movimientos y las acciones.

Un total de once artículos que esperamos ayuden a reflexionar y contribuyan a la realización de nuevas investigaciones a partir de estas aportaciones de profesores e investigadores relacionados con el Diseño. También deseamos que suponga una pequeña ayuda a la construcción del discurso del Diseño como una disciplina científica.

Referencias

- Aicher, O. (1994). *El mundo como proyecto*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Aneca (2004). *Libro Blanco Títulos de Grado Bellas Artes / Diseño / Restauración*. Madrid: Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación.
- Bonsiepe, G. (1993). *Las siete columnas del Diseño*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- FEEPD (2001). *El Diseño en España. Estudio estratégico*. Madrid: Federación Española de Entidades de Promoción del Diseño.
- González, W. [ed.] (2007). *Las Ciencias de Diseño: Racionalidad limitada, predicción y prescripción*. La Coruña. Netbiblo.
- González Solas, J. (2006). Algunos tópicos del diseño. En Eguizábal, R. (ed.). *Diseño & Comunicación visual*, 21- 64. Segovia: Colegio Universitario de Segovia.
- Pelta, R. (2008). Investigar en el diseño. En Arrausi, J.J. (ed.). *Diseño e Impresión de la Tipografía*, 67-81. Barcelona: Ediciones CPG.