





RESEÑA  
RECIBIDO  
16 de septiembre de 2005  
PÁGINAS  
De la 265 a la 267  
ISSN: 1885-365X

FICHA DEL LIBRO

TÍTULO	
<h2>Diseño gráfico y comunicación</h2>	
AUTOR	
<i>Daniel Tena Parera</i>	
EDITORIAL	
Pearson Educación, Madrid, 2005	

RESEÑADO POR

**Roberto Gamonal Arroyo**  
*Universidad Francisco de Vitoria*

Este libro viene a cubrir un pequeño pero importante espacio dentro del vacío existente en el mercado español de obras teóricas dedicadas al aspecto más científico del Diseño Gráfico, una disciplina cuyos profesionales están más preocupados por su práctica cotidiana que por la investigación en esta materia para contribuir a su evolución. Y más extraño es que el autor sea español, ya que la mayoría de estas publicaciones suelen venir exportadas de países extranjeros en los que ya existen licenciaturas universitarias de Diseño Gráfico (una asignatura aún pendiente en España).

En la actualidad, Daniel Tena es profesor del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Autónoma de Barcelona. A su larga trayectoria docente hay que añadir una extensa experiencia como diseñador gráfico y especialista en Artes Gráficas, que le dotan de una visión inmejorable de cómo crear un producto gráfico y además cómo producirlo correctamente: algo en lo que muchos diseñadores actuales fallan llegando a crear en algunos momentos un peligroso conflicto entre lo que se diseña y lo que realmente llega a las manos del público objetivo.

Precisamente por esto, Tena no sólo ha pensado en los estudiantes, proporcionándoles las bases teóricas sobre las que se asienta esta actividad, sino también en los profesionales y expertos, dotándoles de una metodología científica para la disposición de los elementos gráficos en el espacio-formato. Todo ello bajo el prisma de las Ciencias de la Comunicación, hacia las que se dirige el Diseño Gráfico con la intención de crear unos sólidos cimientos científicos, dejando atrás su pasado artístico y artesanal. Este giro, además de los profundos cambios tecnológicos y culturales, supone un replanteamiento de la actividad en los diseñadores gráficos contemporáneos.

El autor toma como base textos clásicos de Dondis, Arnheim, Kandisky, Alber, Wong, Frutiger, Chaves, Costa, Moles, Müller-Brockmann, Munari, Satué, Ricard o Zimmermann, pero la frase generadora de esta publicación es esta poderosa cita extraída del Tratado del Signo Visual del Grupo m: "... cada forma posee un capital de energía,

que es su capital para atraer la mirada sobre ella". Esta aportación amplía el campo de las fuentes de las que bebe el Diseño Gráfico, no sólo las artísticas: Semiótica, Retórica, Psicología, Informática, etc. Disciplinas científicas ya consolidadas que remarcan su carácter comunicativo convirtiéndolo en lo que el autor denomina Comunicología Gráfica.

Aún suele ser muy habitual que los diseñadores gráficos realicen sus proyectos bajo premisas un tanto subjetivas y poco cuantificables como criterios personales, gustos o estilos que estén de moda, la propia experiencia profesional o prácticas rutinarias que se han asentado en la profesión a lo largo de la Historia sin tener una comprobación científica. Este es uno de los lastres que lleva arrastrando la disciplina desde hace mucho tiempo, impidiendo que sea tomada en serio por la comunidad científica y por casi todo el conjunto de la sociedad. Y Tena aborda este grave problema proponiendo un método creativo y un análisis instrumental del Diseño Gráfico.

El primero lo realiza describiendo los pasos que debe seguir un diseñador gráfico a la hora de enfrentarse a un nuevo proyecto. Este proceso se resume en tres etapas: fundamentación, conceptualización y aplicación. Inicialmente el diseñador debe recabar toda la información posible con el objetivo principal de detectar la necesidad o el problema que tiene su cliente. Luego, se describen las variables del producto en busca de la solución más óptima y se inician los primeros bocetos para, finalmente,

valorarlos mediante una comparación analítica realizada por un grupo de personas identificadas con el público objetivo al que va dirigido el producto o, en su defecto, un profesional cualificado que determine cuál es la solución propuesta más adecuada. Una vez decidida se procede a la producción y difusión del producto final.

El segundo es la aportación más relevante y novedosa que propone el autor: un análisis instrumental de los mensajes gráficos para determinar cuál es la mejor forma de presentarlos ante el lector. Para ello toma como referencia el concepto de "Estado Estético" utilizado por Max Bense y que reconvierte en una formulación gráfica que proporciona al lector percepciones visuales que le provocan una actitud de preferencia frente al producto gráfico. Esta excelente investigación la desarrolló en su tesis *La influencia de la composición gráfica en la elección de un bloque de texto escrito*. Tena presentó a los sujetos experimentales dos modelos de maquetas de páginas de periódicos y después les pasó un cuestionario en el que debían indicar su preferencia por las páginas o por los elementos presentados. Los resultados obtenidos son cuantificables matemáticamente mediante el "índice de preferencia" y arrojan conclusiones que, en algunas ocasiones, rompen mitos instalados en la profesión. Por contar sólo un ejemplo, la preferencia de la página impar (derecha) sobre la par (izquierda) es cuestionada en maquetas con estructura horizontal. ■

RESEÑA

---

*"Diseño gráfico y comunicación"*

Roberto Gamonal Arroyo

2 páginas  
(de la 265 a la 267)

---