



# SUMARIO

## Opinión

Lo científico y lo racional.  
Pág. .... **2.**  
Cartas.  
Pág. .... **3.**

Los estudios bereberes.  
Pág. .... **25.**

El Conservatorio de Granada.  
Pág. .... **26.**

Los libros que dona la Universidad.  
Pág. .... **27.**

Trasfondo: biblioteca de la Estación  
Experimental del Zaidín.  
Págs. .... **28 y 29.**

Estrategia contra la ecología de lo gráfico.  
Págs. .... **30 a 32.**

Música.  
Pág. .... **33.**

Biblioteca.  
Págs. .... **34 y 35.**

Tebeos.  
Págs. .... **36 y 37.**

## Información General

Las claves del SIDA  
Págs. .... **4 a 7.**

La investigación en la Universidad.  
Págs. .... **8 y 9.**

Asociación Española contra  
el Cáncer.  
Págs. .... **10 y 11.**

La mejor dieta para el universitario.  
Págs. .... **12 y 13.**

Salón del Estudiante 1994.  
Págs. .... **14 y 15.**

Proyecto biomédico en el CAR.  
Págs. .... **16 y 17.**

Deportes.  
Págs. .... **18 y 19.**

Entrevista a Justo Navarro.  
Págs. .... **20 y 21.**

La escultura de Miguel Barranco.  
Págs. .... **22 y 23.**

Bellas Artes en Maracena.  
Pág. .... **24.**

## Agenda

Exposiciones/Cine/Conciertos/Conferencias.  
Págs. .... **38 y 39.**

Premios/Becas/Cursos/Empleo.  
Págs. .... **40 a 43.**

Directorio.  
Págs. .... **44 y 45.**

Tablón.  
Págs. .... **46 y 47.**

A tu medida.  
Pág. .... **48.**

## Cultura

# CAMPUS

REVISTA DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA

LA REDACCIÓN DE CAMPUS NO COMPARTE, NECESARIAMENTE, LA OPINIÓN VERTIDA EN ESTAS PÁGINAS POR SUS COLABORADORES, POR LO QUE LA RESPONSABILIDAD DE LAS OPINIONES QUE SE DESPRENDEN DE ESTA SECCIÓN COMPETE ÚNICAMENTE A LOS AUTORES FIRMANTES.

Presidente del Consejo Asesor:

**Manuel Sáenz Lorite.**

Director: **Juan Vellido Pelegrina.** Redactora-Jefa: **Luz Sánchez Gámez.**

SECRETARIA DE REDACCIÓN: Feli Sánchez Moya.

COLABORADORES: Jesús Cano, Curro Serrano, Manuel Vidal, Enrique Bonet, Julia Sanz, Juan Jesús García, Teresa González Vázquez, Susana Roper, J. Carlos Fernández Ruiz y Grupo de Investigación "Comunicación Visual": Fernando H. Rojo, Manuel Vélez, José Miguel Fuentes, Inmaculada López y José M<sup>o</sup> Medina. DOCUMENTACIÓN Y ARCHIVOS: Luis Regueira Benítez.

DISEÑO: José M<sup>o</sup> Medina. PORTADA: José M<sup>o</sup> Medina, fotografía de M<sup>o</sup>. de la Cruz.

MAQUETA: David Medina. FOTOGRAFIA: María de la Cruz y Archivo CAMPUS.

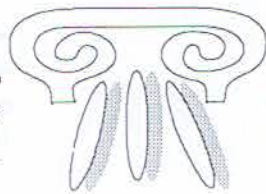
REDACCIÓN: Palacio de la Madraza. C/ Oficios, 14. Tel. 22 59 99. Fax: 22 67 10. 18001 Granada.

PREIMPRESIÓN: Taller de Diseño Gráfico y Publicaciones. C/ San Jerónimo, 12, 1<sup>o</sup>. Tel. 29 07 03. IMPRIME: Imprenta Santa Rita. Monachil (Granada)

CAMPUS

1





# E

## STRATEGIA CONTRA LA ECOLOGÍA DE LO GRÁFICO

CONTAMINACIÓN POR EL USO DE LA IMAGEN CORPORATIVA

Dentro de los espacios urbanos destaca por su importancia peculiar el mobiliario urbano, cuerpo receptor del proyecto gráfico.

Las ciudades, así como los entornos habitables, no tienen como única función el de ser residencia de las diferentes gentes que lo pueblan, sino que también se da una yuxtaposición en el tiempo. De hecho, la ciudad se podría considerar una obra artística que tiene un carácter totalmente colectivo, respondiendo a las características, necesi-

muniquen eficientemente, al mismo tiempo que mejoren el ambiente arquitectónico".<sup>1</sup>

Los entornos urbanos, siempre se han diseñado por y para el hombre, por esta razón se le ha considerado eje y medida. Los elementos que constituyen su personalidad, son sus diferentes formas estructurales, escala, colorido,

fácilmente un disconfort para el hombre.<sup>2</sup>

Dentro de los espacios urbanos y dando respuesta a la estética visual, funcional e integradora con el medio, así como a los conceptos ergonómicos, destaca por su importancia peculiar el mobiliario urbano, cuerpo receptor del proyecto gráfico.

El diseño de un mobiliario urbano que responda y se adecue a los espacios, colores y usos que la sociedad demanda es una tarea muy comprometida, más cuando se trata de seducir y fascinar a través de estas superficies comunicativas, en ambientes ya saturados de información y contaminación semiótica. Para ello, es fundamental la comprensión del medio y una lectura detenida de su comportamiento dentro del marco donde vaya a ser ubicado, sobre todo, en una ciudad monumental o histórica y con peculiaridades específicas.

Pero, en las ciudades se está dando un crecimiento masivo de información que inunda las calles. Es la respuesta a la necesidad de funcionalidad ante lo creciente de la ciudad y de la gente que la puebla.

Cada vez se hace más difícil seleccionar lo necesario de lo superfluo en un entorno plagado de ruidos visuales a causa de las múltiples señales ineficientes, antiestéticas y mal ubicadas. No obstante es necesario un material visual para poder funcionar, por eso la importancia de señales que desde el buen diseño informen de forma directa pero sin agresión.



dades e ideales del hombre que las habita. Está claro, que debe responder a planteamientos de diseño y en base a lo que dicen J. Follis y D. Hammer "el diseño no es un arte ni tampoco una ciencia, pero involucra aspectos que provienen de ambos campos.

El diseño debe ser la mezcla efectiva de intuición creativa, análisis lógico y conocimiento técnico. El resultado de esta síntesis pueden ser programas de señalamientos y elementos gráficos que co-

ubicación, materiales usados en su construcción, historia, cantidad de habitantes, servicios, circulación, etc. Así, en toda intervención sobre la ciudad, se hace necesario un cuidadoso y reflexivo estudio previo, que va desde tener en cuenta el emplazamiento elegido, las proporciones adecuadas, hasta la armonización dentro del entorno. Más si cabe, cuando en estos entornos ambientales y urbanos, es donde se produce una masificación y por tanto, más

CAMPUS

30

Fernando H. Rojo,  
Manuel Vélez,  
José Miguel Fuentes,  
Inmaculada López,  
José M<sup>a</sup> Medina.  
Grupo de Investigación  
"Comunicación Visual".

## PAPEL DEL DISEÑADOR EN EL USO ADECUADO DE LA IMAGEN

Siendo la imagen el primer contacto con la idea y el lenguaje, se aplican frecuentemente pero de forma errónea, expresiones tan reiterativas como: expresivo, estético, integrado, armónico, etc., que vinculan al diseño con el lenguaje artístico. No se tiene en cuenta que el lenguaje artístico no responde a actitudes premeditadas, sino que está sujeto a interpretación, mientras que en el diseño prima la elaboración ergonómica. Así pues, se hace necesario llenar de contenido la palabra "Diseño", delimitando su uso generalmente indiscriminado, como un producto de consumo instantáneo o de moda, pues esto le hace perder su contenido.

El diseño debe actuar como asesor y planificador, programando trabajos serios, sin dejarse llevar por oportunismos marcados por el momento. El perfil profesional según el Proyecto Educación "Icograda" dice, "Entendemos el perfil del Diseñador Gráfico como un organizador de la información, ampliando el concepto tradicional del visualizador, en términos de gestión de diseño..." "Con responsabilidad, ética profesional y gremial con conciencia ambiental..." "Que desarrolla comunicaciones visuales eficaces" y que "Asume el compromiso en relación a la formación de una conciencia ecológica frente al impacto tecnológico".<sup>3</sup>

No obstante, en esta degradación profesional intervienen entre otros: las empresas marcando líneas de actuación, propaganda e imagen. Toman decisiones personas que no están vinculadas al diseño, ignorando el sentido real del mismo. El cliente generalmente quiere dar cuerpo a sus ideas preconcebidas. También personas con intereses creados que intervienen en la toma de decisiones. Por último, aquellos que disponen de información privilegiada y que

son tendentes a la manipulación.

## REIVINDICACIÓN DEL PROYECTO

Por todo lo anterior, es conveniente empezar a replantear los proyectos, asumiendo y defendiendo el encargo, con aportaciones de un trabajo bien hecho, desde criterios ergonómicos, en contra del poder tendencioso muchas veces contaminante pero indudablemente seductor del proyecto gráfico, "seducir es una actividad autista, la defensa (...) de una fortaleza vacía que nadie asedia".<sup>4</sup>



ICOGRADA (1993), concibe el "Diseño como acto de creación de cultura y al diseñador como aquel que reflexiona sobre ella" con un alto grado de "Habilidades instrumentales técnicas y tecnológicas para la ideación, materialización y producción de comunicación".

Por contra, en la actualidad los adelantos y técnicas modernas hacen que los soportes de diseño cada vez se homogenicen más, su tiempo de consumo es menor, por lo que cabe preguntarse donde está lo aceptable o la ruptura, pues ello conlleva un alto peligro de contaminación.

El ordenador como herramienta de trabajo ha imprimido velocidad y eficacia en los resultados proyectados, pero su evolución constante, resta equilibrio y valor al tiempo del proceso que el diseñador ocupaba en idear e interesarse de los pequeños detalles que son necesarios para una mejor calidad de vida. El producto como obra de diseño está sometido a los azares de la moda, del consumo rápido y a la presión de lo innovador. Por eso es necesario pensar en signos estables, duraderos, capaces de sobrellevar una constante evolución en el tiempo. No hay que olvidar que en la simplicidad del sig-

**Es difícil seleccionar lo necesario de lo superfluo en un entorno plagado de ruidos visuales.**

no y su poder comunicador, reside un alto poder de contaminación de los ambientes al darse una mayor relación del hombre con el objeto. Estamos ante la creación de un mundo totalmente uniformado, por lo que es necesario reivindicar el proyecto pensado, creado en base a funciones de orden simbólico, esté-



**Grandes exposiciones sobre Leoni y El Bosco, con motivo del 175 aniversario del Museo del Prado.** El director del Museo del Prado, Francisco Calvo Serraller, anunció grandes exposiciones sobre Leoni y El Bosco, con motivo del 175 aniversario de esta pinacoteca, a lo largo de 1994 y 1995.

Calvo Serraller presentó las distintas actividades previstas con motivo del 175 aniversario del Museo del Prado, entre las que figuran en 1994 y además de la de Leoni, exposiciones sobre El Cuaderno Italiano (los orígenes del arte de Goya), los músicos de Georges de la Tour, Sebastiano del Piombo, Anton Van Dyck, el Alcázar de Madrid, y el pintor Federico de Madrazo. Casi todas estas muestras ya cuentan con el correspondiente patrocinio.

Para 1995, se celebrarán las exposiciones sobre El Bosco, Claudio Coello, Lorenzo Tiépolo, la pintura alemana del siglo XIX, formas de pensamiento religioso en el Siglo de Oro, los pintores tratadistas en la España del Siglo de Oro, la pintura de género flamenca, obras maestras del Museo de San Carlos de México y Pousin. ●

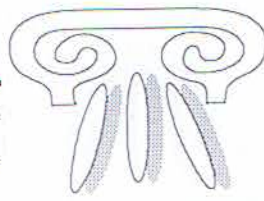
**Acuerdo marco entre la Real Academia y el CSIC: antes de tres años habrá una gramática de la lengua española.**

El director de la Real Academia Española, Fernando Lázaro Carreter, y el presidente del CSIC, José María Mato, han firmado un acuerdo marco de colaboración entre ambos organismos para fomentar la investigación e información científicas, especialmente en los ámbitos correspondientes a la filología, la lexicografía y la literatura. El convenio tiene una validez de cuatro años, que pueden ser prorrogados.

El director de la Real señaló que antes de tres años estará preparada la redacción de la nueva Gramática de la Lengua Española, en la que actualmente trabaja un equipo de expertos. ●

CAMPUS

31



tico y práctico, donde la ergonomía ha de tener un papel preponderante en la toma de decisiones.

Somos presa del continuo bombardeo de los medios de comunicación de masas, donde el cliente impone su criterio y el diseñador se constituye en mero transmisor de sus intereses, viéndose el consumidor obligado a establecer sus gustos y a discernir o seleccionar aquello que le satisfaga. Por eso se hace necesaria una manera de complicidad entre creador y receptor aceptando la aportación de ideas y sugerencias que proporcionen emoción, enraizando en planteamientos culturales entendidos y asumidos por todos, aliviando la tensión actual. Estamos en un ámbito que plantea al diseñador, tanto dilemas éticos, como conceptuales, donde la comunicación no es entendimiento, es un mundo desinformado y de complicadas apariencias, pero rebotante de datos. Se ha dado demasiada importancia al uso sistemático de los medios técnicos, entre ellos el ordenador, olvidando de alguna forma el objetivo final que siempre fue "el mensaje". No obstante, el gran poder contaminante viene dado por la estrategia comercial que usaba, ya sean spots, carteles, periódicos, revistas, etc., responde a criterios del consumismo más ferroz y donde el diseño está sometido a la presión del mensaje en un tiempo muy limitado. Olvidando por completo la responsabilidad social del diseñador, que como dice Anne Chick "el diseño actual debe ser el puente entre las necesidades humanas, la cultura y la ecología".<sup>5</sup>

Es por ello, que existe una invasión sonora en el medio ambiente ante la que reaccionamos de una manera clara. Son sensaciones desagradables, molestas, dolorosas. Ante ellas todo el mundo se posiciona claramente en contra. Esto no sucede ante la contaminación visual, más larvada,



más insidiosa, menos mensurable. Hay una especie de vacío crítico de "Laisser faire" pasivo. Nos están educando en la pasividad y la inoperancia, ante la diversidad de mensajes, su contenido, lo agresivo y vario de los elementos a sintetizar y que lo soportan que hace necesario una toma de conciencia por parte del ciudadano, el cual partiendo de una autoeducación posición una reconducción del tema "mensaje a recibir" dándole una nueva dimensión.

Conveniencia del elemento natural y huida a la naturaleza, de la recuperación de un diálogo simplificado, rico en contenido pero bajo en signos codificados, como antidoto a la abundancia de ideas, formas, mensajes, invitación subliminales, colores, codificaciones... Una ruptura ofrece calidades psicológicas positivas. Necesidad de reconducir los mensajes por saturación del receptor. Empobrecimiento de ideas del emisor. Recurrencias a temas escabrosos: erotismo, provocación, violencia, etc. Una conveniente educación y simplificación, donde con la unidad del "medio" mensaje, la comprensión, se llevaría a su totalidad contando con la complicidad-educación del destinatario, después de haber tomado conciencia de lo negativo que psicológicamente le re-

sulta lo machacón de las imágenes.

## A MODO DE CONCLUSIÓN

Hay que limpiar las ciudades de las agresiones visuales, pues hemos plagado el entorno habitable de mensajes complicados en base al color, la forma, las ideas, etc., que se entrecruzan y se superponen creando un ambiente contaminado, por eso se hace necesario el proporcionar comunicaciones sencillas pero eficaces, que no pierdan su belleza y que transmitan el mensaje fácilmente.

Todo mensaje aparte de informar es a su vez contaminante, pues produce una ocupación espacio-temporal de los entornos ambientales, corriendo el peligro de que sea progresivo, haciéndose esta contaminación continuada y permanente. Vivo ejemplo lo tenemos en los grafitis de los monumentos y las paredes de edificios, el no respetar los lugares para pegar los carteles, etc. Con ello estamos inundando los entornos ambientales de un cromatismo multicolor que si bien por un lado enriquece, por otro dificulta la percepción, llegando en muchos casos incluso a molestar su visualización. Es por ello, que se hace necesaria la

regulación y ubicación de este tipo de comunicación.

Es necesario proyectar con limpieza lo evocador de los mensajes, apartándose del uso abusivo de imágenes trilladas, puramente formalistas con estructuraciones basadas en conceptos arquitectónicos o de difícil lectura, valorando las superficies vacías que, aun libres de contenido informativo, poseen un gran poder de comunicación y referencia. Hay que considerar a estos espacios atmosféricos, diseñados, participantes en este mundo de ruido y prisa como auténticos silencios activos "la atmósfera es el elemento que comunica y éste es el objetivo del diseño".<sup>6</sup>

La contaminación ambiental viene estimulada por la excesiva retórica de los elementos configuradores del mensaje, por lo que se hace necesario volver a planteamientos de simplicidad basados en un proyecto claro y pensado, persiguiendo un objetivo con criterio de calidad de vida.

La respuesta correcta a la contaminación ambiental que se deriva del uso inadecuado del Diseño Gráfico, se manifiesta a través de la ergonomía que el diseñador ha de tener en cuenta, consistente en el ajuste adecuado entre el problema planteado, la solución propuesta y su relación con el usuario. ●

## BIBLIOGRAFÍA

- <sup>1</sup>Alarcón G. "Señalización y gráficos arquitectónicos". Ed. UAM. México, 1990.
- <sup>2</sup>Vélez M. Tesis doctoral "El Diseño Ergonómico del Color en el Medio Ambiente Urbano". Granada, 1993.
- <sup>3</sup>Icograda. "La enseñanza del diseño gráfico". Santiago de Chile, 1993.
- <sup>4</sup>Corazón A. Rev. "Experimenta Informa-4".
- <sup>5</sup>Chick Anne. "The Graphic Designer's Greenbook". Graphic Press Corp. New York, 1992.
- <sup>6</sup>García D. Rev. "Experimenta Informa-4".