
José Luis ORIHUELA y María Luisa SANTOS

*Introducción al diseño digital.
Concepción y desarrollo de proyectos
de comunicación interactiva.*

Anaya Multimedia, Madrid, 1999,
256 pp.

La revolución digital ha desencadenado una mudanza radical en los modos y medios clásicos de la comunicación. Esta revolución tecnológica reclama nuevos conocimientos de los profesionales, quienes necesitan dominar las herramientas informáticas y, sobre todo, desarrollar nuevos lenguajes para crear productos interactivos y multimedia.

En este proceso, los avances en el plano instrumental han sido muy notables en los últimos años. Por desgracia, no ha habido un desarrollo equivalente en las formas de presentar la información en estos nuevos soportes interactivos. La tecnología digital todavía galopa varios cuerpos por delante de los lenguajes. De ahí que, especialmente en el entorno hispano, sean tan bienvenidas obras como esta *Introducción al diseño digital*, de José Luis Orihuela y María Luisa Santos.

El libro, fruto de la experiencia investigadora y docente de estos profesores de la Universidad de Navarra, es un manual introductorio ideado tanto para asimilar estos nuevos conceptos de la comunicación digital como para iniciarse en el domi-

nio de sus destrezas técnicas. En este sentido, alcanza un difícil equilibrio entre la profundidad teórica y la utilidad práctica. No cae en ninguno de los dos extremos hacia los que a menudo derivan obras relacionadas con las nuevas tecnologías: la pura explicación de conceptos de difícil traducción práctica o, en el polo opuesto, el simple manual de uso carente de fondo conceptual. El manual de Orihuela y Santos, en cambio, consigue definir con concisión y claridad los principales conceptos de reciente cuño relacionados con las redes digitales al tiempo que muestra gráficamente y con sencillez cómo aplicar esos conceptos en proyectos de comunicación interactiva. Es de agradecer, por cierto, el cuidado que muestran los autores por el idioma español, sobre todo en un ámbito como el de las nuevas tecnologías tan propicio para la importación esnob de anglicismos.

El libro se estructura en cuatro partes: Contexto, Proyectos, Aplicaciones y Herramientas. En la primera, se explican conceptos fundamentales relacionados con la comunicación digital y se dibuja la evolución de los avances tecnológicos en esta área, desde los sistemas documentales visionarios de mediados del siglo XX hasta el desarrollo del hipertexto y la revolución de Internet en los años 1990. En la parte de Proyectos se sientan las bases conceptuales para la planificación de cualquier tipo de producto multimedia y se

describen las tareas que corresponden a cada sección del equipo involucrado en el proyecto (redacción, producción, técnica y arte). La tercera parte, dedicada a las Aplicaciones, retrata tres de las modalidades de productos interactivos más destacados de la actualidad: las de ficción, información y educación. Por último, en la parte de las Herramientas se explican, al modo de un manual de informática más convencional, las características y el uso de los rudimentos básicos para elaborar productos digitales: sistemas operativos; programas para la navegación y búsqueda de información en Internet; tratamiento digital de imágenes, sonido y vídeo, y programas de creación multimedia.

El libro, por tanto, desborda lo que parece anunciar en su título. Quien imagine que en sus páginas encontrará un simple tratado para el diseño artístico de productos digitales se encontrará, por el contrario, con una obra que no olvida ninguno de los pasos a la hora de desarrollar proyectos de comunicación digital. Ese variado conjunto de contenidos se acompaña, además, de un abundante aporte bibliográfico, así como de un elenco selecto de recursos en Internet referidos a muchos de los asuntos tratados en el libro. De hecho, los autores de esta obra renuevan regularmente un sitio *web* donde recopilan todos esos recursos: RIC, Recursos en Internet para

Comunicación (<http://www.unav.es/digilab/ric/>).

No es ésta, sin embargo, la principal razón que hará que este libro no resulte caduco a las primeras de cambio. Es bien conocido el problema de la bibliografía sobre nuevas tecnologías: a menudo los libros de este tipo se hacen viejos antes incluso de haber sido publicados. Y esto ocurre porque se detienen casi sólo en el cómo sin reparar apenas en el para qué. Este libro de Orihuela y Santos no corre ese riesgo: quienes deseen conocer las claves permanentes de la comunicación digital tendrán en esta obra un sólido y útil punto de partida.

Ramón SALAVERRÍA
rsalaver@unav.es