

Presentación *Revista Kepes*, Año 21 No. 30, julio - diciembre 2024

La revista Kepes se complace en presentar el fascículo número 30, compuesto por 9 artículos que cumplieron el periplo del llamado realizado en noviembre de 2023. Este semestre la revista celebra 20 años, es un momento importante para el grupo de trabajo de Kepes, un equipo de personas dedicadas al proceso editorial, tanto en actividades administrativas como académicas, tareas que son realizadas con ahínco por un número reducido de personas. No obstante, en la revista se ha consolidado una comunidad académica, que ahora cuenta con al menos 30 ediciones publicadas a partir del número 0 que tuvo una circulación cerrada. Se debe considerar que cada edición contiene cerca de 15 artículos por fascículo, y cada artículo presenta entre 1 y 4 autores en promedio, además de los evaluadores par ciego. Ahora, la revista es un medio importante de divulgación con sus vistas, descargas y citas, es decir, nuestros lectores son una parte fundamental para mantener la presencia de la revista en los cuartiles y escalafones de los repositorios en los que se expone.

Para esta ocasión, los textos acogen las líneas temáticas propuestas en el llamado y evidencian temas y enfoques con los que se aprecian investigaciones que indagan por el estado actual de la disciplina del diseño, vista a través de la revisión de casos o la descripción de fenómenos que atañen a lo diseñado en las prácticas profesionales o a las comunidades del diseño, sus programas de educación universitaria o mediante el diálogo con los diseñadores. También resaltan los casos de diseño estudiados en la particularidad de sus lenguajes, tanto a nivel gráfico como en la expresión planimétrica de los edificios. Este fascículo, fiel a la idea de la revista, contiene una variedad de enfoques investigativos, pretende divulgar y poner en discusión temas o problemas que enriquecen el diálogo y ayudan a conformar ideas que convergen en la

5



comunidad académica conformada alrededor de Kepes, grupo de estudios en diseño visual.

A continuación, se expone un breve indicio de las temáticas que se agrupan en esta ocasión y a su vez se ilustra la idea con la que se configuró este fascículo. Abre la edición un grupo de cuatro artículos relacionados con las prácticas del diseño gráfico, visual o de comunicación, que presentan contenidos del interés de las comunidades latinoamericanas y colombianas.

El diseño se ha estado revisado en diferentes ámbitos académicos, tanto en Europa como en Latinoamérica en sus preocupaciones disciplinares, y a su vez, en el conjunto de prácticas profesionales que sostiene su relevancia social, de allí que el diseño se presente como objeto de estudio de diversas investigaciones, una de ellas es la que se reporta en el artículo *La Disciplina del Diseño Gráfico en Colombia: objetivos, enfoques pedagógicos y tendencias*, documento que observó programas de diseño gráfico en Colombia, con el fin de entender el modo cómo se orienta la educación en este campo y que sin duda será insumo para las reformas educativas de los programas que obedecen a esta denominación.

- 6 A continuación, *Reconfiguración de la Identidad en el Diseño Latinoamericano Post-COVID-19: Respuestas frente a la Hiper-culturalidad*, la autora pone en conversación, mediante varias plataformas coreanas, a diseñadores y trabajadores de la cultura en América Latina durante el periodo de confinamiento de 2020 detectando coincidencias en sus declaraciones. Según las inferencias del trabajo, se aprecian apuestas por cambios en la concepción y práctica de la actividad proyectual, los entrevistados apelan a la diversidad e “influencias indígenas, coloniales y contemporáneas” que reflejan la región mediante un diseño que revisa la sostenibilidad y la “relevancia social”.

En *Identificación de rasgos básicos en el diseño de logotipos: El caso de las entidades de la Federación de ONG Caldas*, los autores presentan técnicas de análisis que conducen a comprender la interacción de objetos visuales con miras a comprender el nivel de cercanía o distancia con las organizaciones y la misión que declaran. Es un documento de interés de diseñadores, profesores, estudiantes y, sobre todo, de empresarios o directivos de organizaciones con fines lucrativos o sin ellos.

Estrategias creativas en el diseño de marcas gráficas basadas en una paradoja comunicativa, sigue la línea de trabajos dedicados al diseño gráfico o de comunicación que se fundamenta en el signo gráfico o la imagen. Los investigadores aplicaron la observación a la práctica, concretamente a la producción de identidad visual, con el fin de analizar elementos de la retórica constituyendo un escrito de interés para docentes y estudiantes interesados en la formulación de signos visuales y lenguajes basados en las imágenes.

Luego del primer bloque de escritos, el índice del número muestra un trabajo de investigación que se sitúa en la forma visual y las características arquitectónicas de salas de cine y teatro de la ciudad de Bogotá.

El artículo *La sala de cine en Bogotá. Evolución Cultural, Urbana y Técnica* recopila información sobre el trazado y crecimiento de la ciudad alrededor de las actividades asociadas a los teatros y los cines, una interpretación de la ciudad que demuestra los modos de entender el espacio, la forma y las actividades culturales en el desarrollo de una ciudad alrededor de la arquitectura.

El siguiente artículo se reporta a través de la generación de una aplicación para dispositivos móviles cuyos alcances están en la transmisión de conocimientos mediante experiencias de tipo inmersivo o mediadas por pantallas. Cabe recordar que el enfoque de la revista se ha caracterizado por plantear cruces

entre el diseño, la imagen y la comunicación, en función del fortalecimiento disciplinar desde enfoques interdisciplinares; en tal sentido, es interesante observar cómo el artículo *Elementos Conceptuales y Tecnológicos para la Creación de Univerzoom, una Narración en Realidad Aumentada para la Divulgación Científica en Astrofísica*, da una muestra de la manera en que la inmersión enfoca su capacidad para generar experiencias con finalidades de transmisión de conocimientos. El documento discurre sobre la divulgación de conocimientos cuyos alcances van más allá de videojuegos y del caso específico presentado, pues se estiman posibilidades relacionadas con varios campos de la educación, entre otros.

Los siguientes artículos que cierran esta edición se relacionan con temas que ameritan diversas, continuas y acaloradas conversaciones. En *Aesthetic heuristics for design: cognitive and social-cultural determinants*, se recopiló literatura acerca de los heurísticos estéticos, con base en productos diseñados que cuentan con reconocimiento. El propósito del artículo está encaminado a la determinación del gusto, goce o estética, o la aceptación del producto diseñado tomando en cuenta características estéticas que a su vez se relacionan con el lenguaje de las formas y los criterios culturales de quien lo consume.

8

Diseñar es una actividad que se traduce en elementos tangibles, los cuales llegan a terceros para su uso y disfrute, su planificación, generalmente, parte de hipótesis o concepciones que piden al profesional cierta postura teórica. En otras palabras, quien diseña, debe posicionarse en alguna perspectiva ideológica que fundamente la realización de las síntesis formales que afectarán la vida cotidiana, costumbres o prácticas cotidianas de otros. En consecuencia, lo diseñado y el diseño afectan la cultura en sus interacciones con los artefactos, los mensajes y las imágenes, de allí que el profesional tiene, a la larga, decisiones éticas y morales. Los siguientes dos artículos abordan estos temas que son preocupaciones constantes de las áreas involucradas en

este llamado, cierran el fascículo y con seguridad las líneas temáticas de este número se volverán a apreciar en próximos llamados.

En *Los códigos deontológicos del diseño y los dilemas morales en su función pedagógica. Herramientas para el aprendizaje de la profesión*, los autores abordan las consideraciones éticas que deben de incorporarse al aprendizaje de la actividad proyectual, la cual forma no solo en aspectos técnicos o de habilidades, sino en condiciones críticas y competencias que se requieren incorporar durante la vida profesional, de acuerdo con la reflexión que enlaza esta parte de la revista. Sin duda, las preguntas por la ética, la moral, así como el valor y la teorización del diseño y varias disciplinas proyectuales se fortalecen mediante el debate cotidiano y en tal sentido, las investigaciones reportadas en una revista como *Kepes*, contribuyen en el crecimiento del campo de conocimiento.

La teoría del diseño es una arista de la disciplina que se lleva a las prácticas y a la formación profesional, pero no siempre cuenta con el cumplimiento de este último objetivo; por eso, en *Diseño y valor. Apuntes para un estudio de las teorías del valor y las teorías del diseño* se revisan aspectos de la teoría del diseño ante unas características variables que constituyen su naturaleza y que han marcado los estudios teóricos con los que ha buscado consolidarse como una disciplina madura. El valor, en términos del artículo es lo que constituye el objeto sobre el cual teorizar en la década presente, pero antes está precedido de la designación de parte del diseñador y antes que eso de la elucubración que desconoce, pero prevé los efectos de lo diseñado en la cultura, la vida práctica, la economía, entre otros.

En este número se contó con textos que proceden de investigaciones, algunas localizadas en casos y tiempos acotados a la observación de los objetos de estudio y otros cuyas reflexiones proceden de observaciones transversales a los

problemas del diseño, la comunicación y la imagen, se podría afirmar que los artículos de esta edición son documentos de reseña para los investigadores del campo durante, al menos los siguientes cinco años. El número está conformado por 18 autores, investigadores procedentes de instituciones universitarias de Colombia, España y Corea con formación entre doctorado y maestría. Es oportuno cerrar con estos datos porque exponen los alcances y calidad lograda por la revista y el equipo de personas que trabajan para ella, Mónica Bonilla, Carlos Tavera y el grupo de revistas científicas de la Universidad de Caldas, así como los docentes del Departamento de Diseño y los cuatro editores en jefe que la han orientado a lo largo de estos 20 años.

Walter Castañeda M.

Doctor en Diseño y Creación

Editor Revista Kepes

Profesor titular - Universidad de Caldas

ORCID: 0000-0002-1466-0910

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=ZxdluBUAAAAJ&hl=es&oi=ao>