



<https://doi.org/10.5565/rev/grafica.147>

Symposium grafica. Cuarto encuentro académico en diseño gráfico

Leonor Balbuena Palacios, Universidad Autónoma de Barcelona,
leonor.balbuena@uab.cat

recepción: 14-11-2018, aceptación: 03-12-2018, publicación: 15-01-2019

El IV Symposium Gráfica contó con la presencia de profesionales y estudiantes del ámbito de la comunicación y la creatividad gráfica. Además de tener el soporte de las revistas “grafica” y “questiones publicitarias”. La comunicación gráfica, los diferentes aspectos que envuelven al diseño gráfico y a la creatividad, así como la investigación y divulgación científica fueron los grandes ejes temáticos de esta edición. Presentamos brevemente las ponencias expuestas con la finalidad de difundir el trabajo de investigación científica realizado en estas áreas.

Palabras Clave

Diseño gráfico; creatividad gráfica; investigación científica; publicidad; comunicación visual

Symposium grafica. IV academic meeting in graphic design
Abstract

The “IV Symposium Gráfica” was attended by professionals and students from the communication and graphic creativity field. And also counted with the support of “Gráfica” and “Questiones Publicitarias” magazines. Graphic communication, the different aspects that surround graphic design and creativity, as well as scientific research and dissemination were the main themes of this edition. We briefly present the exposed papers in order to spread the scientific research work carried out in these areas.

Keywords

Graphic design; graphic creativity; scientific research; advertising; visual communication

Introducción

Del 6 al 8 de setiembre de 2018 se celebró el IV Symposium Grafica¹, Cuarto encuentro académico de investigación en diseño gráfico, en la sede de Salesians de Sarrià de Barcelona.

El IV Symposium Grafica fue organizado por la revista científica sobre diseño gráfico “Grafica” y “Questiones Publicitarias”, del Departamento de Publicidad, Comunicación Audiovisual y Relaciones Públicas de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona, y contó con la colaboración del Grupo de Investigación en Estrategia y Creatividad en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Ramon Llull; del Grupo de Investigación de Publicidad y Relaciones Públicas GRP de la Universidad Autónoma de Barcelona; del Grupo de Investigación en Proyectos de Diseño Gráfico de la Universidad de Barcelona y del Colegio Oficial de Diseño Gráfico de Cataluña.

El IV Symposium Grafica hace una apuesta por generar una espacio de encuentro entre académicos, profesionales y estudiantes de diseño y la creatividad gráfica.

Como novedad de esta edición se propuso un formato de tres días consecutivos con el objetivo de mejorar la investigación y divulgación científica en dos ámbitos: el diseño gráfico y la creatividad publicitaria.

Ponencias

A continuación presentamos las ponencias presentadas en la jornada del cuarto encuentro académico de investigación en diseño gráfico.

La ponencia inaugural del IV Symposium Grafica, estuvo a cargo de Josep Rom y llevaba por título El Diseño Gráfico tradicional está muerto: algunos hechos consumados. Se pone en cuestión el rol del diseñador gráfico en la era digital y su actuar profesional. Un presente en donde el protagonismo lo tienen los usuarios como generadores de contenido y de sus propios diseños. Un futuro cercano en el que los ordenadores serán quienes hagan elecciones estéticas que los humanos hacen hoy. El debate concluyó en que en efecto el rol del diseñador está mutando, pero no está muerto.

1. El Symposium Grafica tiene el respaldo de, las siguientes instituciones: Universidad Ramon Llull, Universidad de Barcelona, Universidad Pompeu Fabra, Universidad Autónoma de Barcelona, Escola Massana, EINA, Elisava. Los siguientes grupos de investigación: GRP, GEPP, GRPD. Cuenta con la colaboración de: Revista Grafica, Questiones Publicitarias, Colegio Oficial de Diseño Gráfico de Cataluña, Colegio de Publicitarios y Relaciones Públicas, Salesians de Sarrià, PrintColor.

El diseño re-vivido

Daniel Tena-Parera, Ana Isabel Entenza, Leonor Balbuena, David Badajoz - Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona

Se debate la pedagogía del diseño desde la experiencia del equipo docente que imparte asignaturas de diseño en la Facultad de Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona. Metodología, técnicas de enseñanza del diseño y la puesta en marcha de una propuesta formal y objetiva es el interés de esta sesión.

Pedagogía en la dirección de arte

Daniel Tena-Parera, Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona

Se exponen los resultados del proceso seguido en la asignatura de Dirección de Arte de la Facultad de Publicidad y Relaciones Públicas de la UAB, de carácter proyectual. El planteamiento estratégico y didáctico quedan plasmados en un póster como evidencia académica del proceso formal seguido.

Proyecto HIBOT: del producto al cliente

Luz Arroyo Loayza, Salesians de Sarrià. Barcelona

HIBOT es un encargo de marca basado en la metodología ABP: aprendizaje basado en proyectos. Con énfasis en el proceso y la evolución del encargo; desde el briefing inicial hasta una memoria digital, se presentan los resultados de esta método.

Diseño e Implementación de una Metodología Consultiva Universitaria -MECOU- desde la gestión del conocimiento y el Design Thinking.

Pedro Enrique Espitia Zambrano. Universidad Área Andina.

La Vicerrectoría Académica Nacional de la Universidad Área Andina lidera una estrategia de mejora denominada: “La mejor universidad de acceso/inclusión” mediante el desarrollo de mejoras progresivas de las prácticas de enseñanza-aprendizaje, incorporando una restructuración micro curricular acorde con las tendencias mundiales, la inclusión de mediaciones tecnológicas. Se aplica un Modelo funcional de una Metodología Consultiva Universitaria fundada en el pensamiento de diseño que se aplica en el desarrollo de procesos de cambio estructural, normativo y académico que implique a los stakeholders de una organización universitaria.

Estudio sobre la evolución de un proyecto en diseño a investigación aplicada en diseño.

Rafael Pozo, José Manuel Martínez, Centro Investigación TGRAF ISEC Lisboa; Juan Jesús Arrausi Valdezatea, Elisava/UPF. Barcelona

Reflexión abierta en la que se plantea una posibilidad bidireccional de cómo puede ser la investigación aplicada al diseño. La divulgación de los resultados de un estudio teórico-experimental sobre las diferentes metodologías utilizadas para el desarrollo de un proyecto en diseño, y como éstas pueden convertirse en una investigación aplicada en diseño con el propósito de realizar una correcta comunicación científica de los resultados obtenidos.

Perspectivas del director de arte

Daniel Tena, David Roca, Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona

Diálogo de tres académicos sobre la imprecisión que existe sobre el perfil de director de arte. Se toma como referencia los trabajos de aproximación realizados por estudiantes de la Universidad Autónoma de Barcelona.

El director de arte: revisión de la definición en la literatura científica y propuestas de los expertos
Blanca Miguélez-Juan, Universidad del País Vasco. País Vasco

No hay consenso o una definición concluyente que especifique con precisión quién es el director de arte. Se presenta una revisión de las definiciones encontradas en literatura científica y se reconocen las enfoques de 20 profesionales del sector y la academia.

La primera generación 2013-2017 de proyectos finales registrados en las Medallas ADI de los Premios Delta ADI FAD

Guillem Ferran Masip, ESDAP Catalunya, Campus Llotja; Universidad Ramon Llull; Vocal Educación, ADIFAD. Barcelona

Se expone el resultado de un trabajo de investigación que consiste en la búsqueda de una teoría de los perfiles de participantes del concurso Premios Delta Medalla ADI, y de los tipos de proyectos y de su comunicación, para la realización de un mapa de la primera generación de estudiantes de los títulos de diseño oficial (2013-2017).

Propuesta de diseño claro y transparente para la factura eléctrica regulada en España

Blas José Subiela Hernández, María Ascensión Miralles González-Conde, David Sánchez Hervás, Universidad Católica de San Antonio de Murcia. España

Investigación aplicada de carácter experimental que evalúa la eficacia del diseño de factura basada en los principios del diseño y las recomendaciones de la Comisión Europea en contraposición con la propuesta por el Gobierno. Se detectan que

hay resultados positivos, en cuanto a comprensión y claridad informativa, en el diseño propuesto frente a la factura actual.

La letra, tanto constante cultural como condicionante tecnológica

Cristina Simon Pascual, Pilar Cristina Flórez Baquero, Universidad de Barcelona. Barcelona

La letra como una realidad. Se presentan en conjunto dos investigaciones, con un enfoque pluridisciplinar, que atañe al universo de la letra y su importancia en la historia de la cultura.

Componentes de los identificadores visuales y su efecto en el reconocimiento de marca

José Ayala, Universidad de Puerto Rico. Puerto Rico

A partir de cinco marcas líderes en las industrias de cerveza y champú, se deconstruyen en los elementos de forma, color y tipografía. Con el propósito de explorar la composición de la comunicación visual y los elementos que inciden en el reconocimiento de la marca. Para ello se explora la correlación entre la recordación, creatividad y la intención de compra.

Comunicando a través de la seducción: Análisis de la dirección de arte en la publicidad de perfumes

Leonor Balbuena Palacios, Jesús López Fernández, Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona

Investigación producto de un Trabajo Final de Grado que se inspira en la herramienta Fondo Documental Digital de Publicidad (FONS), y propone un Libro de Estilo que recoge el patrón del código visual y audiovisual utilizados en la dirección de arte de anuncios publicitarios audiovisuales de perfumes.

Sistemas de medición de contenidos formales

Daniel Tena, Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona

Es medible la creatividad gráfica?, a partir de esta interrogante Tena profundiza sobre el conocimiento científico como comprensión del los fenómenos del diseño gráfico, más bien vinculado a lo creativo y lejos de la objetividad. Indica que indagar en el conocimiento científico favorecerá su transferencia, ya que se necesita trabajar con saberes verídicos.

La afinidad al perfil creativo entre los estudiantes del grado de publicidad & relaciones públicas

David Roca, Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona

La siguiente investigación busca saber cuál es el grado de afinidad entre el alumnado del grado de Publicidad y Relaciones Públicas y el perfil creativo. Es decir, pretende saber qué variables predicen que un alumno se incline más por el perfil creativo que por otro perfiles profesionales.

La Ausencia de la marca visual en marca de distribución: agua mineral sin logotipo, logotipo no figurativo o simbólico

David Badajoz, Universidad Autónoma de Barcelona, Gemma Freixa, La Basad. Barcelona

La investigación responde a la pregunta, qué pasaría si un producto es lanzado sin logotipo. A partir de ahí se explora, en un estudio de carácter experimental, lo que podría suceder si se usa una forma no figurativa genérica, o una forma simbólica nueva sin relación con la marca de distribución. Los resultados sugieren que usar un logo simbólico podría ser interesante para marcas de distribución en nuevos mercados.

The logo type

Elena Bartomeu Magaña, EINA- Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona

Estudia y compara los perfiles de los signos de identidad típicos usados por los medios de comunicación españoles en la primera década del siglo XXI. Se hace un análisis semiótico de 130 signos de identidad visual corporativa diseñados o rediseñados después del año 2000 y antes de 2010.

Como parte de la jornada se realizó una ponencia plenaria titulada *Colegios y Colegiados*. A cargo de Jesús del Hoyo, decano del Colegio de Diseño Gráfico de Cataluña y Víctor Curto i Gordo, vice-decano del Colegio de Publicitarios y

Relaciones Públicas de Cataluña. Ambos pusieron a debate las diferencias y puntos de convergencia de ambos Colegios, como la reivindicación de la profesión y los derechos de los trabajadores en la práctica profesional.

Finalmente, el cierre del cuarto encuentro académico de investigación en diseño gráfico, estuvo a cargo de Jesús del Hoyo y Toni Sellés CEO de VASAVA, con la conferencia plenaria El diseño Gráfico en la encrucijada a modo de continuación temática con la conferencia inaugural. Desde la experiencia de la práctica profesional y la académica, ambos conferencistas relatan como han ido sumando especialidades, exigencias y responsabilidades y cómo la capacidad de plasmar ideas en imágenes ha ido sumando nuevas capacidades y enfoques que a día de hoy hacen del diseño una profesión, una disciplina que revierte en el bien común.

Conclusión

El IV Symposium Grafica es un espacio para la difusión del conocimiento científico, de debate, y aprendizaje mutuo sobre temas de diseño y creatividad gráfica. Brinda una oportunidad de diálogo entre investigadores y estudiantes en el afán de consolidar la profesión como disciplina. Además de fomentar las publicaciones científicas, a través de las revistas; Grafica y Cuestiones Publicitarias.

Referencias bibliográficas

Symposium grafica 2018. IV encuentro académico en diseño gráfico.
<http://jornades.uab.cat/symposiumgrafica/>