



V10N19

<https://doi.org/10.5565/rev/grafica.236>

Gris es un color bonito

Daniel Tena Parera, Universitat Autònoma de Barcelona; danieltenaparera@gmail.com

RESUMEN

Alguien preguntó ¿porqué un galgo para el symposium grafica? En realidad, siempre hay alguien que pregunta por ello. Eso es una buena señal para el symposium grafica dado que es un indicio de su crecimiento. Se ha celebrado el séptimo symposium grafica y queremos evidenciar que lo hacemos posible entre todos. El symposium y la revista gráfica se llevan a cabo gracias a las personas que aportan su peculiaridad a un proyecto que es de interés compartido. Esta es la historia de la mascota del symposium.

Palabras clave

Mascota; grafica; symposium grafica

ABSTRACT

Grey is a nice color

Someone asked why a greyhound for the graphic symposium? Actually, there is always someone who asks about it. That is a good sign for the graphic symposium as it is an indication of its growth. The seventh graphic symposium has been held and we want to show that we make it possible together. The symposium and the graphic magazine are made thanks to the people who contribute their peculiarity to a project that is of shared interest. This is the story of the symposium mascot.

Keywords

Mascot; grafica; grafica symposium

El pasado septiembre celebramos el Séptimo Symposium grafica y como ya viene siendo costumbre, ha contado con una muy buena asistencia, con tres conferencias relevantes y la participación de un elenco de ponentes que han dado al symposium un nivel que año tras año va creciendo.

En EINA, Centre Universitari de Disseny i Art, adscrit a la UAB, pudimos atender veintiséis ponencias y cinco intervenciones de diferente índole como el Musicant (Alonso Peñaherrera) y la tradicional Brindana; o la participación del Col·legi de Disseny Gràfic de Catalunya y el Col·legi de Màrqueting, Comunicació, Publicitat i Relacions Públiques. Escuchamos a Andreu Balius, Toni Miserachs y Pere Navalles en las tres conferencias principales. Y, si bien se pudo seguir online, la asistencia presencial fue notable lo que permitió ampliar el horario con las tertulias en los descansos.

Pero queremos hablar de la mascota del symposium. El “llebrer” del symposium grafica que nos acompañan cada edición para dar una pinzellada de representación simbólica a lo que es el symposium grafica y a lo que quiere representar.

El “llebrer”

El “llebrer”, galgo en castellano apareció cuando en una de las reuniones de los impulsores de la revista “grafica” se planteaba las formas de dinamizar la producción científica de los académicos vinculados al diseño gráfico y potenciar la publicación de artículos en la “revista grafica”. De manera unánime se consideró que hacer un encuentro donde aportar lo que se estaba realizando sería una buena opción. Con el ejemplo del “Simposium Profesores Universitarios de Creatividad Publicitaria” que algunos de los participantes a la reunión habían participado se consideró que era “la opción”. Así pues, el symposium grafica adquiría “concepto”. Faltaba todavía darle forma. Para ello, la organización del symposium grafica se inspiró en el modelo ICORIA de la European Advertising Academy que algunos miembros tenían presente.

Resuelta la conceptualización del symposium grafica, vino la visualización de ese, todavía proyecto. Es en ese, preciso momento, que apareció el “llebrer”. Alguien dijo: estaría bien tener una mascota; a lo que otro respondió: hay una historia del “galgo diseñado por un comité”. De ahí al “llebrer” solo había un paso: su diseño.

El dromedario que fue galgo

Hay cierta vaguedad sobre el tema. Algunas fuentes hablan de un camello, otras de un dromedario, incluso algunas referencias hablan de un caballo que si se le pone una joroba se convierte en un

camello (frase atribuida a Peter Drucker, padre del management moderno). Lo que parece cierto es que, en 1958, Alexandre Arnold Constantine Issigonis, Sir Alex Issigonis, diseñó el vehículo conocido como Mini (Figura 1). Y, fue Issigonis, que no era muy amante de trabajar en equipo, quien en una entrevista en la revista “VOGUE” dijo: “El camello es un caballo diseñado por un comité”.

La moraleja del tema está en que hay una visión del diseño donde la tarea de diseñar se convierte en una mesa de negociación donde cada perspectiva da su opinión y el resultado suele ser un “broma” de lo que podía haber sido o de lo que debería ser. Es entonces cuando el diseño ofrece una aproximación lejana de su capacidad operativa y muy distante de los cánones creativos que deberían guiar toda creación gráfica. Parafraseando a Erwing Schrödinger (1887-1961), podríamos decir que: diseñar es pensar lo que todavía nadie ha pensado sobre aquello que todos ven. Pero la historia del “llebrer” no acaba ahí. En una comedia musical anglosajona de 1964 “Peter and The Commissar” de Allan Sherman, se dice: “a camel is a horse designed by a committee”, un camello es un caballo diseñado por un comité” (Figura 2).

Ya más recientemente y con una vinculación directa a la actividad del diseño gráfico, el referente más directamente relacionado con el diseño del “llebrer” de “grafica” es el cartel diseñado en la Agencia Rolando & Memelsdorff. La agencia creada en Barcelona por Carlos Rolando y Frank Memelsdorff. El cartel diseñado por Carlos Rolando, conceptualiza i visualiza en castellano, la idea del caballo, el dromedario y el comité, expresada años antes en inglés pero ahora ya con el galgo. “El dromedario es un galgo diseñado por un comité” indica el titular del cartel mientras la ilustración realizada por Daniel Melgarejo nos presenta la conversión de un galgo desde su estilizada silueta hasta la de un camello al irle adosando complementos que a todas luces no le reportan nada y además tergiversa el significado de aquello inicial: esbeltez y sencillez. Es decir, no tan solo afean lo bello, sino que además transgreden el significado original. En este sentido el visual del cartel (Figura 3) ya lo dice todo. El titular centra aún más si cabe la idea de que si algo queremos que quede mal, no hay nada mejor que muchas opiniones. Por su parte, el visual viene a constatar la evidencia de lo dicho y a presentárnoslo rápidamente.

Así pues, con una idea fija sobre el diseño en su estado puro, la mascota elegida fue un galgo (llebrer en catalán). Pareció que “el llebrer” recogía bien la esencia de la revista grafica respecto de su propia identidad y también la del sym-

sium grafica. Creemos que tanto la actividad del diseño gráfico como la revista y el symposium pretenden alcanzar una cosa esencial: convertir en fácil lo difícil y no obstaculizar lo fácil. Y ya han sido siete las ediciones donde siete colores distintos nos indican que todo evoluciona y cambia, pero la esencia perdura (Figura 4).

Mientras, la octava edición del symposium grafica ha comenzado ya a configurarse. Esta octava edición será auspiciada por la Universitat Europea con sede en el Principat d'Andorra e impulsada por la Càtedra Max Weber de dicha universidad. Todo parece ser un nuevo reto y una apertura de horizontes, cosa que siempre estuvo en los orígenes del Symposium (Figura 5).

Pues bien, volviendo al objeto de este texto y haciendo una traducción libre de un fragmento de la misma comedia antes mencionada "Peter and The Commissar" justo antes de la célebre frase, vemos que hace tiempo que sabemos que diseñar mediante las opiniones de un comité no es muy bien vista. No lo era ya para Issigonis y debería ser credo para las nuevas generaciones. Es bien cierto que las personas cogidas una a una tiene sus peculiaridades y virtudes. Es bien cierto que por pequeña que pueda parecer, cada aportación individual son enormes e interesantes contribuciones. Pero cuando las personas las ponemos a pensar en comités, en grupos, la mediocridad está acercándose. Lo habitual es que cada uno diga la suya y al final el resultado sea gris. La unión de mentes brillantes puede convertirse en un valor poco sugerente. Pues bien, se dice en la obra, que no es presumiblemente tendenciosa: "en un comité, cada uno elige un color y sale el gris. El gris es un color bonito, sobretodo si no has visto nunca el naranja, el rojo, el amarillo, el azul o el verde". De ahí que el "llebrer" cada año tenga un color diferente.

Grafica V10 #19

Es el momento de introducir los artículos que publicamos en el presente número de grafica. Son tres artículos de investigación y dos ensayos que están acompañados por el Expertia de Toni Misserachs. Ella nos habla de su experiencia en el ejercicio de la profesión del diseño gráfico. Del compromiso de esta disciplina con la sociedad y analiza algunos de los aspectos conflictivos que ha detectado y que todavía cree que están pendientes de una solución.

Por su parte, las cinco aportaciones entre artículos científicos (3) y ensayos (2), han seguido el proceso de revisión ciega de doble pares que sigue "grafica" para la evaluación de los originales y que-

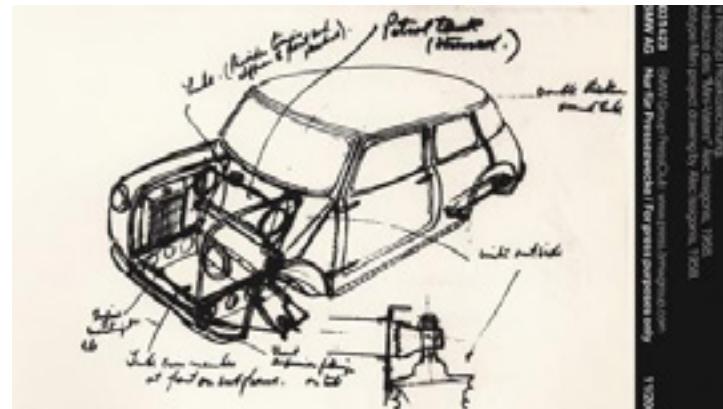


Figura 1. Diseño del primer mini. Fuente: https://www.topgear.es/noticias/garaje/viejas-glorias-primer-mini-178152#modal_556 [Noviembre: 2021]



Figura 2. Peter and The Commissar. Segundos 3:21-3:24. <https://www.youtube.com/watch?v=w9tnOWAiIk> [Noviembre: 2021]

"Un dromedario es un galgo diseñado por un comité"



Figura 3. Cartel "un dromedario es un galgo diseñado por un comité". Fuente: http://www.adesgana.com/blog/500_un-clasico-entre-los-clasicos/ [Noviembre: 2021]



Figura 4. 7 colores para 7 ediciones del symposium grafica: blanquerna, uab, la massana, escuela superior de relaciones públicas, salesians de sarrià i eina.



Figura 5. Octava edición, nueva sede y nuevo color.

remos, desde aquí, agradecer a las personas que realizan las revisiones el trabajo poco visible pero que redunda en la calidad de la revista grafica.

El primer artículo de investigación corresponde al texto “Infographics, a better medium than plain text for increasing knowledge” firmado por Antoni Hernández-Fernández y Francesc Moreira. El primero desde la Universitat Politècnica de Catalunya y el segundo desde la Escola Massana (Universitat Autònoma de Barcelona). Analizan los patrones de los mensajes infográficos en Twitter y describen sus características principales. A partir de esta aproximación realizan un test que permite determinar su efectividad respecto a los mensajes que solo utilizan texto. Los resultados dan significación en el grupo de hombres de mayor edad.

El segundo artículo de investigación es de Ricard Huerta de la Universidad de Valencia, titulado “Diseño gráfico para formar al profesorado de Primaria”. El texto presenta los resultados de una investigación desarrollada en la práctica universitaria, formulada metodológicamente como estudio de caso donde se incorpora el diseño gráfico al currículum formativo de Maestro/a en Educación Primaria. Los resultados positivos animan a continuar con este tipo de iniciativas que aglutinan diseño, patrimonio, identidad e inclusión.

En cuanto al tercer artículo de investigación, “El diseño gráfico de pódfcast: análisis de estrategias visuales”, está firmado por Fernando

Suárez-Carballo y Aurora Pérez-Maíllo, ambos de la Universidad Pontificia de Salamanca. El texto aborda el papel del diseño gráfico en la confección de los pódfcast. Mediante el análisis de contenido como técnica metodológica, se realiza una primera aproximación a la estrategia gráfica de los pódfcast de producción propia

de las plataformas más populares en España. Las conclusiones que nos reporta esta investigación apuntan a la relevancia de la identidad visual particular de cada programa, el papel simbólico de la imagen, la frecuente personalización gráfica de los distintos capítulos o la necesaria versatilidad para adaptar el mensaje a diferentes formatos.

Estos tres artículos de investigación están acompañados por el texto “La ornamentación en el discurso del arte y el diseño” ensayo escrito en colaboración entre Rosario Velasco y Juan Sanz, ambos de la universidad de Granada. El texto aborda el fenómeno de la ornamentación en el arte y el diseño. Con un recorrido histórico se exploran las tensiones entre estas disciplinas y en especial sobre la práctica del diseño contemporáneo y su papel en el circuito económico-productivo.

El otro ensayo que cierra esta entrega es de Juan Jesús Arrausi, académico de Elisava Facultad de Diseño e Ingeniería, Barcelona, y del Centro TGRAF, ISEC, Lisboa, se titula: “La problemática de la docencia no presencial del diseño”. La propuesta es provocar la reflexión sobre las dimensiones pedagógicas del diseño, conmovi-

das por la docencia no presencial, debido a la pandemia de la COVID-19. Por ello, se somete a reflexión la adaptación flexible del profesorado en aspectos como las metodologías, las competencias y los resultados de aprendizaje, lo afectivo y lo cognitivo, la interacción y la evaluación en el formato virtual, en relación al presencial.

Finalmente, antes de adentrarnos en la lectura y estudio de los artículos de este número, queremos agradecer al servicio de publicaciones de la Universitat Autònoma de Barcelona por los esfuerzos realizados para recuperar la actividad digital de la revista “grafica” después del grave ciberataque recibido en todos los servicios online de la universidad. *Así pues, agradecemos desde aquí a todas las personas que han hecho posible que este número salga de manera habitual y que la web de “grafica” vuelva a estar operativa.*

Buena y beneficiosa lectura.

Referencias bibliográficas

- http://www.adesgana.com/blog/500_un-clasico-entre-los-clasicos/ [Noviembre: 2021]
- <https://www.youtube.com/watch?v=w9tnOWAillk> [Noviembre: 2021]
- https://www.topgear.es/noticias/garaje/viejas-glorias-primer-mini-178152#modal_556 [Noviembre: 2021]
- <http://www.europeanadvertisingacademy.org/conference-2021/>. <https://www.eina.cat/en> [Noviembre: 2021]

