

X Symposium grafica_qp i grafica #25

Daniel Tena-Parera, UAB-Universitat Euny URL; Danielttenaparera@gmail.com;
<https://orcid.org/0000-0002-0445-1525>

Resumen

El present text és la crònica del *X Symposium grafica_qp* celebrat els dies 4, 5 i 6 de setembre de 2024 a Barcelona. S'enumeren les diferents activitats del symposium i el que ha representat per la revista científica *grafica*. L'amfitrió de l'edició ha estat el Col·legi de Disseny Gràfic de Catalunya i l'event s'ha celebrat a la Residència del CSIC-GENCAT a Barcelona. Els 54 participants que han assistit en format presencial o bé online han pogut gaudir de les diferents activitats dutes a terme. També es presenten els articles publicats al número 25 de *grafica*.

Palabras clave

Symposium grafica; investigació; educació; disseny; creativitat

X Symposium grafica_qp and grafica #25

Abstract

The present text is a chronicle of the *X Symposium grafica_qp* celebrated on September 4, 5 and 6, 2024 in Barcelona. The different activities of the symposium are listed and the one that has been represented by the *grafica* journal. The edition was hosted by the Col·legi de Disseny Gràfic de Catalunya and the event was held at the CSIC-GENCAT Residence in Barcelona. The 54 participants who have attended in person or online have been able to gauge the different activities during the term. The articles published in issue 25 of *grafica* are also presented.

Keywords

Graphic Symposium; research; education; design; creativity

54 PARTICIPANTS han participat en el X Symposium grafica_qp que s'ha celebrat a la Residència del CSIC-Gencat de Barcelona els dies 4, 5 i 6 de setembre de 2024. En aquesta ocasió ha estat el Col·legi de Disseny Gràfic de Catalunya l'amfitrió. Un any més, ha estat un event de caràcter científic i acadèmic que ha merescut l'elogi dels assistents i que han esperonat a l'organització a seguir mantenint l'esperit que fa que ja sigui una trobada esperada any rere any. Els participants que han assistit presencialment, o bé en línia, han pogut seguir: dues conferències plenàries que aquest any han versat sobre la IA, les diverses ponències i presentacions sobre temes de recerca vinculada a disseny, creativitat, publicitat i comunicació. Un workshop de recerca, dues taules de debat, la sessió de pòsters i l'exposició de les tesis doctorals a càrrec de les persones que han obtingut el seu doctorat en els darrers anys completen la graella.

La inauguració

La Benvinguda va ser el punt de partida del Symposium grafica_qp 2024. Jesús del Hoyo per part del Col·legi de Disseny Gràfic de Catalunya i Daniel Tena per part de l'organització del Symposium grafica_qp van iniciar els parlaments, explicant els objectius del Symposium i la vinculació amb les dues revistes científiques que li donen suport: *grafica · International Journal of graphic design* i *Questiones Publicitarias Revista Internacional de Publicitat i Comunicació*. En segon lloc, es va parlar del Tema que motivava la participació d'aquesta edició: QUI, QUÉ, COM i per a què s'investiga en els entorns de disseny, creativitat, publicitat i comunicació.

La presentació de les dades del darrer any de les dues revistes que contribueixen a l'event "gràfica" i "Questiones Publicitarias" a càrrec de Daniel Tena i Patricia Lázaro va donar pas al *Lliurament del Premi gràfica i Premi QP* als dos articles que han sigut més descarregats en els darrers cinc anys a les dues revistes. El de *grafica* va ser per Sara Vieira amb el seu article "El poder del diseño gráfico para generar emociones Vol. 9 núm. 17 (2021); mentre que el QP va ser per Laura Grisel i Carola Isabel García amb l'article "Gestión de la marca México (CDMC) y su impacto económico" Vol. 2 núm. 24 (2019). La sessió d'inauguració va continuar amb la Conferència d'Antoni Hernández-Fernández: "Inteligencia Artificial i disseny: tecnològica, educació i reptes professionals". La primera jornada va finalitzar amb el recital líric a càrrec de Lucia Salas -soprano- (Mèxic) i Maria-Neus Devesa al piano (Catalunya) i la tradicional Brindana on els presents van gaudir un moment gastronòmic i de diàleg.

QUI, QUE, COM i Per a què

Aquest era el lema amb el que assistíem amb X

Symposium. Sens dubte, uns aspectes interessants per entendre el que és el disseny gràfic i les vinculacions que té amb la publicitat, la creativitat i la comunicació. I va entrar un aspecte molt vinculat a aquest objectiu del symposium d'enguany: La Intel·ligència Artificial (IA). Per aquesta raó, les dues conferències van girar al seu voltant.

També es van organitzar dues taules (una professional i l'altre de recerca) que de ben segur podran donar compte d'aquest debat.

Com en anteriors edicions, les revistes científiques *grafica* i *Questiones Publicitarias* fonamenten aquest symposium que, alhora, serveix per dinamitzar la publicació d'articles i la producció científica en àmbits com el disseny gràfic, la creativitat publicitària, la publicitat en general i la comunicació visual.

El Tema com a punt de partida. Sembla un tema innocent però si ens preguntem seriosament sobre la qüestió, es converteix en un aspecte a considerar per tots: preguntar-se sobre qui, què, com i per a què fer recerca en Disseny gràfic, pot arribar a ser fins i tot un tema incòmode.

Així, per exemple, es parla de llegibilitat amb molta facilitat i assumim que el coneixement és d'ordre professional i ja té suficient entitat com per ser considerat com coneixement ordinari. La realitat és del tot diferent. Es parla de llegibilitat, des de moltes diferents perspectives i no es dona una "operacionalització" o definició científica d'aquesta variable abans de parlar-ne. Efectivament, parlem de manera intuïtiva diem que determinada tipografia és poc o molt llegible sobre la base de la nostra experiència i això ens satisfà i sembla suficient. Per la seva banda, els clients poden quedar satisfets o no de les nostres asseveracions respecte del disseny en general o d'una variable específica (la tipografia, el color, la composició...); i això ens satisfà i sembla suficient. Amb aquest punt de partida s'introduïa el tema del symposium i era desglossat entre la indicació dels objectius del X Symposium grafica_qp.

La veritat és que no ens podem quedar satisfets amb afirmacions poc fonamentades i fins i tot de vegades equivocades. La investigació en disseny no és fruit de la intuïció ni ens ha de semblar suficient. No és fruit de l'experiència ni ens ha de semblar suficient. I per contra la investigació, sí que ha de ser un recurs per a l'exercici de les activitats vinculades al disseny.

Es va exemplificar amb la llegibilitat, però es podria haver exemplificat amb moltes altres variables com la creativitat, la credibilitat, l'atracció, l'emoció i totes les variables més de caràcter general. Però també es pot exemplificar amb variables més d'ordre elemental: la tipografia i totes les seves variables, el color i totes les seves variables, les imatges i to-

tes les seves variables, i així podríem trobar infinites combinacions que resten lliures de l'estudi científic.

Mario Bunge, ho deixa clar al seu llibre "la Investigació científica":

"la investigació científica comença en el mateix lloc on l'experiència i el coneixement ordinari deixen de resoldre problemes o fins i tot de plantejar-los" (Bunge 1989, p. 20).

El procés de dissenyar requereix de la investigació ja des del seu inici. En començar el procés necessari de la fonamentació, aquesta s'ha de realitzar des d'una perspectiva científica. També la investigació és necessària en el procés de la conceptualització. També, la investigació és necessària en el procés de "formalització" dels valors del disseny. La investigació és, sens dubte, una activitat necessària per al professional del disseny gràfic, la publicitat, la creativitat i la comunicació.

Però és aquí on el Symposium *grafica_qp* focalitza el tipus de recerca pels acadèmics i investigadors. La investigació que interessa als participants del symposium és la investigació científica que consisteix a esbrinar de manera sistemàtica, controlada, pràctica i crítica la relació entre els fenòmens.

Aquest tipus de recerca es fonamenta en el desconeixement d'algun fenomen concret, que anomenem "objecte d'estudi", i del coneixement general ja existent sobre aquest (background o fonamentació).

En el cas del disseny "la investigació científica" és una activitat multidisciplinària atès que en el seu "objecte d'estudi" convergeixen diferents disciplines que ajuden a comprendre tota l'amplitud del fenomen: l'economia, la psicologia, la sociologia, la semiologia, el dret, l'antropologia, la història, etc. I és per aquest motiu que es fan aproximacions metodològiques, tant amb mètodes qualitius com quantitius.

Aquesta perspectiva no es un invent recent d'una disciplina jove com el disseny gràfic. La multidisciplinarietat ja s'anunciava com a "Entipologia" a l'ENCICLOPÈDIA DE LA STAMPA (Volum I) (citada a Tena 2005, p. 157/2017, p. 102).

Vinculacions del Disseny. Si el disseny és abordat des de diferents camps i àmbits del coneixement és, entre d'altres raons, per què el disseny s'adreça a les persones. Per tant, no és gens difícil trobar vincles de la investigació que es fa des d'altres àmbits i el que es fa des del disseny gràfic. Però ens podem preguntar sobre quins són els objectes d'estudi del disseny gràfic?:

- En primer lloc trobem la investigació centrada en el producte gràfic.
- En segon lloc, la investigació centrada en l'usuari o com aquest fa el procés de recepció dels missatges propis del disseny gràfic.



grafica International journal of graphic design, eterna.

- I en tercer lloc, la investigació centrada en la pròpia disciplina, els seus agents, els seus mètodes i pràctiques en l'activitat docent, professional i científica.

Finalment, ens manca abordar el "per a què" es fa investigació en disseny gràfic. Si ho fem, podem identificar el següents objectius de recerca:

1. Construir teories conduents a una teoria general pròpia de l'àmbit.
2. Aportar coneixement recolzat en evidències científiques per millorar l'activitat de dissenyar. Tant per la millora del propi objecte dissenyat, com per la millora dels mètodes utilitzats, com per millorar les estratègies comunicatives.
3. Millorar la vida de les persones en predir els fenòmens vinculats al disseny. Això implica tractar aspectes socials, industrials i professionals.

Dos premis: *grafica* y QP

Com ja és costum coincidint amb el Symposium es fa el lliurament dels Premis que les dues revistes científiques que donen suport al Symposium.

El premi *grafica*. - En el cas de *grafica* es reconeixia l'article que més descàrregues havia tingut en el quinquenni 2019-2023. El premi va recaure a l'article

publicat l'any 2021 i escrit per Sara Vieira: El poder del disseny gràfic per generar emocions. És una investigació que explica l'anàlisi dels corpus de treball i les teories del disseny emocional aplicades al disseny de producte i disseny industrial. La seva finalitat és descobrir els diferents mètodes en què les persones que es dediquen al disseny poden fer servir les emocions en el seu treball i entendre com podrien adaptar-se i implementar-se al món del disseny gràfic.

El premi QP.- En el cas de Questiones Publicitàries es reconeixia l'article escrit per Laura Grisel Carrillo i Isabel García Calderón publicat l'any 2019: "Gestión de la marca Ciudad de México (CDMC y su impacto económico)". L'article planteja les accions que els governs i les empreses turístiques desenvolupen davant la globalització. Descriu com aquestes organitzacions busquen generar avantatges competitives que les distingeixin de la resta del mercat. En aquest document s'explora la manera com la gestió de la marca de la Ciutat de Mèxic (CDMX) dóna suport a aquesta recerca de competitivitat, considerant l'entorn, la composició i les relacions.

Segon i tercer dia

El segon i tercer dies es van dedicar a les ponències, les taules de debat i un workshop de recerca. La novetat d'enguany ha estat la presentació de les tesis llegides darrerament a càrrec de les persones que les van defensar per obtenir el grau de doctor. En total, es van presentar 12 Tesis doctorals.

També cal fer menció especial de la Conferència dictada per Santiago Orós, Cap del Registre de la Propietat Intel·lectual de Catalunya que ens va il·lustrar sobre el context de la IA amb "El nuevo escenario de la Inteligencia Artificial en la propiedad intelectual".

L'enumeració de les activitats del Symposium passa per mencionar que es van fer un total de 15 ponències; 2 taules de debat: una amb Carles Ortet, del Col·legi del Màrqueting, la Comunicació, la Publicitat i les Relacions Públiques de Catalunya on també es va parlar d'IA; i una altra taula amb David Roca i Jesús del Hoyo, on es va parlar dels doctorats en les àrees de Disseny i de Publicitat. També es va fer un Workshop de Recerca on Elena Bartomeu i Lluç Masseguer van mostrar la presa de dades de la investigació sobre la relació amb els objectes del disseny. Per acabar l'enumeració, cal dir que es va presentar 1 pòster de la recerca que estudiants del Màster en Neuromàrqueting de la UAB realitzen.

Cloenda del symposium.

Arribats al final del Symposium, l'impacte del qual cada vegada és més fort com ho evidencia el fet que arriben treballs de major qualitat i d'investigadors

que provenen d'universitats de més lluny, podem afirmar: que el Symposium gràfica_qp compleix l'objectiu de donar a la docència i a la didàctica, a la investigació i a la divulgació científica, i també a les necessitats de les professions implicades, l'espai que docents i investigadors necessiten per posar en comú els seus treballs. Tot plegat és el millor reclam per preparar-nos pel següent Symposium grafica qp que se celebrarà el proper setembre a Barcelona en el qual l'amfitrió serà, aquesta vegada, ELISAVA, Facultat de Disseny i Enginyeria de Barcelona.

El #25 de grafica

El número 25 de *grafica* presenta 24 articles. A aquesta editorial la acompanyen 1 expertia, 11 articles a la secció d'investigació, 9 articles a la secció d'assajos i dues ressenyes. És, sens dubte la vegada que publiquem més articles que han seguit el procés de revisió doble cec i ho fem donat que la nostra activitat editorial s'ha vist incrementada per l'efecte crida que la qualitat de la revista ha produït. Sense voler, una demora excessiva en la publicació dels articles que teniem en premsa, hem cregut interessant organitzar aquest número amb els articles i temàtiques que us presentem a continuació.

Volem agrair i remarcar que la revista es fa possible gràcies a les persones que realitzen les revisions. És un treball poc visible però que mereix tot el nostre reconeixement. També a les persones que ens han fet confiança de publicar els seus treballs.

Iniciem l'entrega d'aquest número amb un Expertia que amb el títol "Comunicación en ciencia: puente para una ciudadanía informada" ens reporta la reflexió que Cristina Ventura i Rafael Pozo ens fan sobre el paper que exerceix la comunicació de la ciència per informar a la ciutadania. Què explicar?, i com comunicar-ho? són les dues preguntes clau per assolir l'eficiència d'una comunicació científica.

Metodología i fonamentació

El primer article d'investigació correspon al text "Bases metodológicas para proponer la terminología del área de Diseño Gráfico y Tipografía" firmat per Elena González-Miranda, Laura Álvarez-Sandi, i Tania Quindós González de l'Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU). El text proposa el reajustament dels procediments metodològics de la Lingüística de corpus, a l'especialitat de disseny, per reunir la terminologia d'un diccionari il·lustrat de Disseny Gràfic i Tipografia.

El segon article es titula: "La Investigación sobre diseño gráfico: una revisión sistemática de literatura" i que està signat per Ma. Luisa Montes Rojas, Jacqueline González Vélez, María Luisa Pier Castello i David Alonso Leija Román, de l'Universidad Autónoma de

Tamaulipas. Exploren les aportacions de recerca sobre o per al disseny gràfic en publicacions d'articles d'impacte (2012-2022) amb l'objectiu d'identificar la crítica i la investigació històrica del disseny gràfic des de l'estudi d'estils, influències, models i enfocaments d'aplicació.

Respecte del tercer article, "El diseño periodístico al servicio del lenguaje claro y de la comprensión lectora", el firmen Ariana Gómez-Company de l'Universidad Rey Juan Carlos i Blas José Subiela-Hernández de l'Universidad Católica de Murcia. El treball proposa una triangulació metodològica per analitzar la funció discursiva del disseny i la seva eficàcia des dels tres elements bàsics del procés de comunicació (emissor, receptors i missatge).

Estudis de Gènere

El quart article d'investigació publicat en aquest número és "La Representación gráfica de la mujer en el cine español" signat per Julia de Miguel Casado de l'Universitat Oberta de Catalunya, i Jennifer Garcia Carrizo de l'Universidad Rey Juan Carlos. S'investiga la representació gràfica de la dona al cinema espanyol a través de 30 pel·lícules nominades com a "millor pel·lícula" als Premis Goya entre 2018 i 2023. Un cinquè article també sobre estudis de gènere en disseny es titula: "La perspectiva de género en las enseñanzas superiores de diseño" escrit per M. Rosario Sáez Salvador, de l'Escola de Disseny de València EASD. Es parla de que la implementació d'una perspectiva de gènere en l'ensenyament-aprenentatge del disseny és essencial per formar professionals capaços de crear un imaginari col·lectiu lliure de sexisme, discriminació i violència envers les dones.

Estudis i mètodes de disseny

Un sisè article de recerca, "Diseño gráfico 'expandido' por medio de métodos de media labs aplicados a un proyecto colaborativo de videomapping", és signat per Jorge Alberto Cid-Cruz i José Ramón Rodríguez Esquer de l'Universidad Autónoma de Baja California. El document defensa que el disseny gràfic és una activitat expandida; és a dir, que trastoca altres àrees del disseny, les arts i les ciències. En aquest sentit, s'implementen nous mètodes d'abordatges a problemes de disseny gràfic. Amb aquest objectiu es presenta un cas d'aprenentatge professional del disseny gràfic, en què estudiants universitaris van elaborar un vídeo mapping per a una empresa privada.

El setè article "La infografía en prensa digital iberoamericana como vehículo de comunicación clara y eficaz" el signen Manuel Montes-Vozmedia i Joaquín López-del-Ramo de l'Universidad Rey Juan Carlos. Aquest estudi analitza les pautes comunicatives de reportatges infogràfics online premiats al certamen

internacional Malofiej. Mitjançant l'anàlisi de contingut i una fitxa de disseny propi, se n'avaluen els atributs informatius, l'estructura, la interactivitat i els components multimèdia.

Amb el títol "Can ocular fixations modulate the perception of a bistable logo? An eye-tracking study", aquest article en anglès de Guillermo Rodríguez-Martínez i Jorge Tadeo Lozano de l'Universidad de Bogotá, ens presenta un estudi sobre els logotips biestables on es conclou que hi ha àrees que incideixen en la identificació de les possibles percepcions del logotip biestable.

El novè article "La moda de los macro logos" està escrit per l'Andrea Bertola-Garbellini, Centro Universitario San Isidoro, Universidad Pablo de Olavide, Itàlia; per Pablo Martín-Ramallal, del Centro Universitario San Isidoro, Universidad Pablo de Olavide, Espanya; per Mercedes Ruíz-Mondaza de l'Escuela Superior de Enseñanzas Artísticas de Osuna, Espanya; i per David Polo-Serrano del Centro Universitario San Isidoro, Universidad Pablo de Olavide, Espanya. El text parla dels recursos de comunicació visual de les marques de moda i de les eines de branding. La combinació de figures retòriques com les metàfores, hipèrboles, metonímies, anàfores, sinècdokes i el·lipsis, fins a personificacions i antonomàsies aplicades al llenguatge gràfic genera sistemes emergents de signes amb funcions no només simbòliques sinó simptomàtiques, capaces de denotar valors emocionals i senyals d'un estatus determinat.

El desè article es titula: "La cartografía interactiva pone en valor las edificaciones patrimoniales preexistentes" i està signat per María José Gutiérrez González, de l'Escola d'Art Superior de Disseny de València, EASDV. El treball aborda l'especulació de l'espai, la contaminació i un estil de vida poc sostenible donat que són problemàtiques de la ciutat contemporània. Una estratègia per pal·liar aquest context és a través del respecte amb altres fragments del passat, com ara els components rurals històrics. Es mostra el deteriorament de l'arquitectura vinculada amb la cultura d'irrigació, com l'estat dels molins, les alqueries i els associats a la sèquia Rascanya, una de les vuit sèquies històriques

Tanca els articles de la secció d'investigació el text amb el títol "Diseño y representación visual en la IA generativa de la salud mental" presentat per Alfonso Freire-Sánchez de l'Universitat Abat Oliba CEU, Espanya, per Maria Fitó-Carreras, i per Montserrat Vidal-Mestre, ambdues de la Universitat Internacional de Catalunya, Espanya, i per David Barrapérez, de l'Universitat Abat Oliba CEU, Espanya. El text treballa com interpreta visualment l'IA generativa la salut mental? Entre altres resultats, la representació de l'esquizofrènia paranoide és pròpia de

l'imaginari cinematogràfic de terror i tant el trastorn de depressió major i l'ansietat estan representats, a la seva majoria, per dones. Les troballes assenyalen que la representació visual de la IA estigmatitza les persones i crea biaixos entre ficció i realitat

Els assajos

Els 11 articles de recerca estan acompanyats per altres 9 articles publicats en la secció d'assajos.

El text "Proceso creativo: un enfoque holístico" ha estat escrit per Rafael Pozo del Centro Investigación TGRAF ISE de Lisboa (Portugal). Es descriu un procés creatiu en disseny gràfic des de l'àmbit professional.

El següent és "Estrategia conceptual aplicada al diseño de cartel social" de Sofía Pinto Vilca, Leila Munive Loza, Alonso Ruiz-González Ila i de José Luis Príncipe de Lama, tots ells de l'Universidad San Ignacio de Loyola. L'article planteja una estratègia que s'inicia en l'observació de camp per després determinar el concepte de comunicació com a estructura de composició, de manera que el missatge del cartell aconsegueixi ser percebut per la comunitat de manera significativa.

També es presenta "Aventuras gráficas educativas: proceso para un enfoque docente", article escrit per Alejandro Soria Vilchez del CEU Cardenal Spínola, España; i per José Palazón Herrera, de l'Universidad del Murcia, España. El text, aborda la influència de la pandèmia COVID-19 i l'increment del nombre de docents que aposten per nous mètodes d'ensenyament, com ara la integració dels jocs seriosos a l'aula.

"Intervenciones experienciales en procesos de aprendizaje automático" és un article presentat per David Serra Navarro de l'Universitat de Girona. L'assaig focalitza l'obertura de nous processos creatius vinculats amb les eines de la IA.

El cinquè assaig és "Estrategias de diseño en la creación de personajes para videojuegos educativos infantiles: caso MIDI-Musical", un text de l'Escuela Superior Politécnica del Litoral: Guayaquil, Guayas escrit per Solorzano Alcivar, Da Hee Park, Andrea Rubio i Elizabeth Elizald. Aquest estudi s'enfoca a l'educació musical infantil recolzada en la implementació d'una sèrie de videojocs anomenada MIDI-Musical.

"Micro-visualización del residuo vegetal de Especies Exótico Invasoras (EEI) como materia papelera y su aplicación en la estampación artístico-gráfica", escrit per Antia Iglesias i Ana Soler Baena de l'Universidad de Vigo, reflexiona sobre la pràctica conscient de l'art gràfic i proposa l'aprofitament del residu vegetal d'espècies exòtic-invasores per a l'elaboració descentralitzada de paper.

Un assaig redactat en portugués per Mónica Lameiro del Centro TGRAF ISEC Lisboa, FA-U Lisboa,

i per Rafael Pozo-Puértolas del Centro TGRAF ISEC Lisboa i d'ELISAVA Research. L'estudi explora la relació entre el cartell tradicional, imprès en paper i reproduït a gran escala, i la manera com aquest mitjà de comunicació s'expressa en un entorn urbà.

"Exploring the similarities in international designers' posters: causes and recommendations for unique design" escrit per Raqee Najmuldeen de l'University of Baghdad, és un text escrit en anglès sobre els cartells. Aquests, encara que siguin un mitjà per transmetre missatges i idees a àmplies audiències, en diferents contextos, sovint produeixen dissenys visualment similars.

El darrer assaig és "La ilustración gráfica en la posguerra española: análisis de la revista Mundo Hispánico (1948-1953)". Un text d'Antonio Baraybar Fernández i Miguel Ángel Aguirre Borralló de l'Universidad Rey Juan Carlos. És un treball hemerogràfic per quantificar, identificar i analitzar la rellevància de l'obra dels il·lustradors i dibuixants més destacats a la revista *Mundo Hispánico*.

Les ressenyes

Finalitzem aquest número amb dues ressenyes. La primera sobre el llibre il·lustrat TRACCE. Nuovi percorsi dell' Art Grafica, un poemari inèdit de Marco Vitale en edició bilingüe italià-espanyol feta per Carles Méndez Llopis. La segona ressenya la signa Francesc morera i fa referència al llibre *Disseny i sostenibilitat* que el professor Ricard Huerta de la Universitat de València ha escrit.

Finalment, com tot, hi ha un principi i un final. Aquí finalitzen els articles que publiquem en aquest número i a partir d'aquí, les persones responsables de l'edició de *grafica* persisteixen en la continuïtat d'una idea: ajudar a la consolidació de l'àmbit del disseny com a disciplina on la recerca és possible. Que les persones passin, però, que la feina que fan, perduri. Que *grafica* sigui eterna (figura 1).

Ja només ens queda reiterar el nostre agraïment als qui fan possible l'edició de la revista *grafica*, els lectors, els revisors i els autors. A tots gràcies per fer-nos costat.

Bona i beneficiosa lectura. Sempre!!!

Referencias bibliográficas

- Bunge, Mario ((1983) La investigación científica. Barcelona: Ariel.
- Llibre col·lectiu24 Symposium. Departament de publicitat, relacions públiques i comunicació audiovisual. ISBN: 978-84-09-53154-7; dipòsit legal B 18960-2016
- Tena, Parera, Daniel, (2005) Diseño gráfico y Comunicación. Madrid: Perason-Prentice Hall