

ARTÍCULO

APRENDIENDO A TRABAJAR. CÓMO PREPARARSE SIN DEJAR DE ESTUDIAR.

Julio Sanz Melguizo • julio.sanz@uclm.es

Colaboración: Gabriela Rosas Loranca

Institución: Facultad de Bellas Artes, Universidad de Castilla-La Mancha. España.

Resumen

La UCLM posee un departamento encargado del diseño gráfico institucional. El

Centro de Investigaciones y Desarrollo de la Imagen asume esa tarea con la colaboración de un dinámico grupo de estudiantes de Bellas Artes becados para tal fin.

La experiencia de estos estudiantes en un entorno profesional de trabajo y el beneficio recíproco que supone constituye el eje de la ponencia.

Abstract

The UCLM has a department of institutional graphic design. The Center for

Image Research and Development (CIDI) assumes that task with the collaboration of a dynamic group of students of Fine Arts granted a scholarship for this purpose.

The experience of these students in a professional working environment and mutual benefit which is the lynchpin of the paper.

Palabras clave

Diseño gráfico, aprendizaje, formación, creatividad, experiencias.

La experiencia formativa en el Centro de Investigaciones y Desarrollo de la Imagen (CIDI).

Introducción. Situación y contexto.

En primer lugar, quisiera aclarar que esta aportación no supone el reflejo de un escenario general en lo relativo a la formación y capacidades adquiridas por los estudiantes de diseño en España. Tan sólo se trata de nuestra experiencia concreta en este ámbito y siempre teniendo en cuenta que nuestra escuela es una facultad de Bellas Artes, en el más extenso sentido de la palabra, que proporciona una formación genérica y amplia, pero que trata de prestar especial atención a las cuestiones relacionadas con la comunicación gráfica.

Tal vez este amplio perfil de los estudiantes es lo que les permite aplicar otro tipo de conocimientos y de soluciones a los problemas cotidianos del ejercicio profesional en cualquier actividad. En el caso concreto que nos ocupa es un valor que consideramos positivamente y que también es considerado por las empresas que, tras completar su formación, les acogen.

El CIDI y su ámbito de actuación

El Centro de Investigaciones y Desarrollo de la Imagen (CIDI), nace en 1991 con la finalidad principal de proporcionar a la Universidad de Castilla-La Mancha elementos de comunicación gráfica.

La proximidad de la Facultad de Bellas Artes, situada en el mismo campus, facilita la incorporación de estudiantes en condición de becarios para el desarrollo de los proyectos. Las actividades del Centro se agrupan en la creación y desarrollo de soportes gráficos (impresos, multimedia y web) destinados a la promoción publicitaria de las actividades académicas y culturales de la universidad, así como al mantenimiento de su identidad corporativa. Sus objetivos incluyen, igualmente, la mejora de la calidad gráfica de todos los soportes de comunicación a fin de proyectar una imagen exterior acorde con su propuesta de innovación y competitividad. Asimismo, se pretende trasladar al usuario (docentes, personal de administración y alumnos) a la necesidad de mantener y potenciar una línea de comunicación coherente y consecuente y centrarse en la creación y diseño de la mayor parte de soportes gráficos de comunicación como lo son los carteles, folletos, cubiertas de libros y demás publicaciones editables por medio de la imprenta o la reprografía.

Así, se desarrollan proyectos de comunicación visual para pantalla, como son presentaciones, interactivos e interfaces gráficas.

El empleo de la tecnología, como herramienta de creación artística, facilita el acercamiento de los estudiantes a diversos sectores profesionales. El apoyo institucional y su creciente interés permiten que el Centro de Investigaciones de la Imagen amplíe su ámbito de actuación y ejerza como eje investigador y no sólo como taller de comunicación corporativa. En este sentido se han desarrollado actividades complementarias, como talleres, conferencias, jornadas y exposiciones. De la misma forma, se potencian los canales para difundir el trabajo de los estudiantes mediante el apoyo a publicaciones y exposiciones fuera de la Facultad. Actualmente, son tres las líneas de investigación en el centro: los nuevos lenguajes de la ilustración, el diseño de información y la tipografía dinámica. Como consecuencia de esto se desarrollan nuevos soportes audiovisuales (interactivos, presentaciones, espacios web, etc.).

El papel de los estudiantes

El actual equipo de trabajo del centro consta de tres técnicos y tres becarios, todos ellos formados en la Facultad de Bellas Artes de la propia Universidad. Pero no pretendemos convertir esta oportunidad es un espacio publicitario de nuestro centro, sino que se aprovecha esta ocasión para mostrarles una parte de nuestro trabajo, principalmente, aquél en el que la participación de los estudiantes ha sido más importante, proporcionando soluciones diferentes y novedosas. No olvidemos que los principales receptores de nuestros trabajos son los estudiantes de la propia universidad, así como para los que aspiramos que lleguen a ser parte de esta Institución.

A lo largo de más de 30 años son más de treinta los estudiantes que han prestado su servicio en el Centro y los datos nos permiten asegurar que más del 80 % trabaja de forma continua en el sector de la comunicación gráfica y/o audiovisual.

Resultan, por tanto, innegables los beneficios estudiantes de este tipo de experiencias para la formación de los. Así, la enseñanza académica cumple su función, pero este complemento práctico amplía su perfil y cualificación para el posterior ejercicio profesional.

La renovación de los colaboradores, anual o bi-anual, supone constantes cambios y la necesidad de adecuarse recíproca y simultáneamente al “estilo” de trabajo y a las aportaciones procedentes del ámbito artístico y técnico. Sería injusto valorar sólo la aportación del Centro en la formación de los estudiantes. Sus aportaciones, sobre todo de carácter creativo, suponen un valor destacable en el trabajo que se desarrolla desde el centro y se convierte en el elemento diferenciador.

Cada vez resulta más frecuente apreciar en la publicidad y en la gráfica contemporánea lenguajes novedosos relacionados con las diversas corrientes y prácticas artísticas. Los profesiona-

les debemos canalizar estas nuevas formas de actuación y rentabilizar las visiones aportadas por la variedad de intereses personales de los alumnos, así como lo heterodoxo de sus perfiles académicos. A lo largo de estos años hemos compartido experiencias con estudiantes entusiastas del videoclip, geeks de la informática, reproductores, así como con artistas plásticos deseosos de cambiar el mundo y con graffiteros siempre activos, ilustradores infantiles, creativos de inspiración nocturna e, incluso con diseñadores gráficos y estudiantes con ganas de aprender el oficio. Con ello, quiero decir que no siempre ha sido fácil encontrar las condiciones más rentables, en todos los sentidos, para ambas partes, pero sin duda, esto también ha sido un esfuerzo que nos ha mantenido despiertos y dispuestos para el trabajo conjunto.

Investigación gráfica y aportaciones a la comunicación institucional.

Ejemplos y proyectos.

El presente apartado precisa del acompañamiento de algunas imágenes de los trabajos desarrollados por los alumnos becados, ya que sin dichas imágenes los ejemplos serían de difícil comprensión. El primer ejemplo refleja la gráfica aplicada en varias ediciones de un festival artístico que se inició en 1993 como un foro de debate sobre la situación del arte. Estas piezas son resultado de la implicación activa de los estudiantes en la creación de muchos de los soportes de comunicación. (Fig. 1)

El festival se celebró de forma intermitente a lo largo cuatro ediciones, concretamente en la de 2001, se tuvo la participación de un equipo de trabajo con grandes ideas y dicho grupo condicionó la imagen del festival, incluso la de siguientes ediciones, esto supuso un importante estímulo para el trabajo de este equipo. (Fig. 2 y 3)



Fig. 1. Cartel correspondiente a la primera edición del festival *La Situación*. Gonzalo R. Cao y otros.



Fig. 2. Algunos elementos promocionales de la edición de 2001. Javier Lavado



Fig. 3. Cartel correspondiente a la última edición del festival en 2002. Bruno Otxaita y otros.

Otro proyecto mucho más reciente se refiere a las campañas publicitarias sobre el programa Erasmus, programa que anualmente trata de estimular a los estudiantes para la solicitud de intercambios internacionales. En la última edición convocamos a un concurso entre alumnos, incluidos los *Erasmus*, que en ese momento estaban en nuestro campus, el reto era la creación del cartel que se convertiría en eje de la campaña.

La participación fue muy destacada, el nivel muy alto y los resultados altamente satisfactorios. Esta experiencia nos confirmó una vez más

que no sólo la formación académica y técnica que podemos impartir ayuda a los alumnos a situarse ante los proyectos, sino que su propia capacidad de interpretación de las cosas les permite plantear soluciones a través de una gran variedad de recursos y posibilidades. En mayor o menor medida y en todas las imágenes seleccionadas podemos encontrar elementos valiosos para éste y otros fines, son elementos que confirman la frescura y la actualidad de los enfoques y el buen comportamiento de elementos gráficos que, desde la perspectiva del formador, podríamos considerar contradictorios. (Fig. 4 y 5)



Fig. 4. Propuesta concurso. *Nereida Jiménez*.



Fig. 5. Propuesta concurso. *Ana C. Cano*.

Uno de los lenguajes de mayor interés para los estudiantes de nuestra escuela es la ilustración y sus múltiples posibilidades expresivas. En los siguientes ejemplos, podemos apreciar la diversidad de los enfoques, así como la variedad de aplicaciones comerciales, integrando estas piezas en soportes habituales como cubiertas de libros, carteles, etc. (Fig. 6 -8)

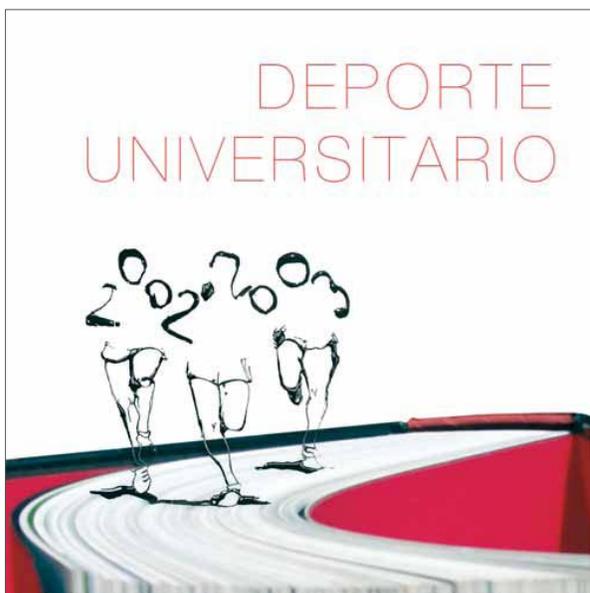


Fig. 6. Cartel Campaña de Deportes curso 2002/2003. Ilustración: *Juan Miguel Redondo.*

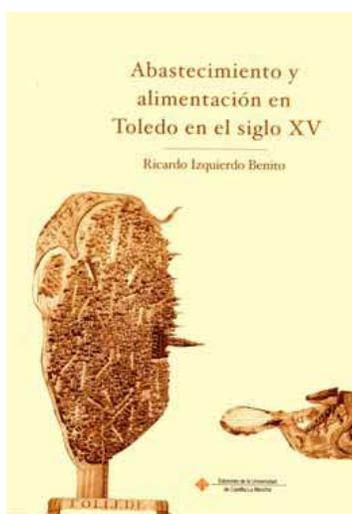


Fig. 7. Cubierta de libro. Ilustración: *Juan Miguel Redondo.*

Podríamos extendernos con multitud de ejemplos, pues casi 20 años de trabajo continuo dan para mucho, pero solamente pretendíamos trasladarles nuestro proyecto y poner de manifiesto el interés que apreciamos en esta experiencia, así como lo positivo de sus resultados para la posterior integración en el mundo laboral real de estudiantes de arte con un perfil tan amplio como diverso. (Fig 9)

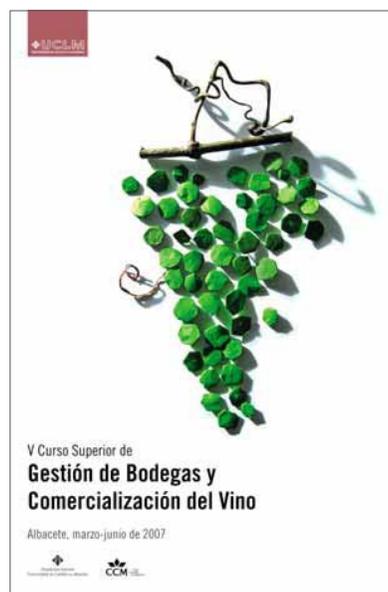


Fig. 8. Cartel Curso de Especialista. *Rubén García-Castro.*



Fig. 9. UCLM.