

Cosas de Fin de Año

Joan Costa

Este artículo es un divertimento en tiempo de mudanza. Un pasatiempo y un recordatorio, una nota autobiográfica con un pie en el Diseño y el otro en la Comunicación. Y acompañado con algunas reflexiones.

1915-2015, cien años de Ciencia...

El 25 de noviembre de 1915, **Albert Einstein** presentó con gran éxito la ecuación final de su teoría de la relatividad general en la última de sus conferencias en Berlín. Abrió así la puerta a numerosos campos de estudio, y a él lo convirtió en una celebridad: el científico más importante del siglo XX.

Si **Einstein** escribió “la teoría más bella más allá de cualquier comparación”, yo digo que la célebre ecuación $E=mc^2$ es el esquema más potente del pensamiento científico contemporáneo. **Einstein** amaba los esquemas gráficos y los utilizaba con frecuencia para visualizar los fenómenos invisibles. “Si no sé dibujarlo es que no lo entendí”. Lección de sinceridad de un gran sabio.

... y de Diseño

Era el mismo año 1915 cuando **Walter Gropius** montó el departamento de arquitectura, arte y artes aplicadas en la Escuela de Artes y Oficios de Weimar, que cuatro años después acabaría por ser inaugurada con el nombre de **Bauhaus**.¹

La **Bauhaus** integró la arquitectura, los oficios, la artesanía, las artes aplicadas, las vanguardias artísticas y el diseño industrial. La idea central y, al mismo tiempo, el crisol de esta fusión en el marco decisivo del industrialismo, fue la *conciencia proyectual* que se distingue de la artesanía, y que es la matriz conceptual que alimenta la construcción y la producción en serie.

La noción de *proyecto* aparecía nítidamente en el trabajo del arquitecto y del diseñador industrial. Pero el concepto de diseño gráfico no existía antes de la Bauhaus, y sí la tipografía y la publicidad. Fue la **Bauhaus** la que llevó el grafismo (nacido en el siglo XV con **Gutenberg**) y el cartelismo (en el XIX) a la categoría de disciplina proyectual. Así nació el *diseño gráfico* en el primer tercio del siglo XX.

A mediados de este siglo, con el surgir de la televisión, el diseño gráfico descubrió la **comunicación**. Y los sociólogos fueron los primeros en concebir la imagen no solo como representación artística, simbólica y estética, sino como un hecho de comunicación, un fenómeno social. El auge de las telecomunicaciones mediáticas, con

¹ Con motivo de ese centenario se celebra actualmente la exposición *The Bauhaus # its all design*, que puede verse en el Vitra Design Museum de Weil am Rhein hasta el 28 de febrero.

la televisión y la computadora, se desdobló en la imaginería médica. El diagnóstico por imagen con tecnologías de la información (*binary digit*) empezó a construir un nuevo mundo *big data* un siglo después de los rayos X. Las técnicas moleculares, la resonancia magnética, la mamografía, la ecografía, TAC, etcétera, han abierto un nuevo universo visual, que he llamado **Cientigrafía** y que forma parte del mundo de los **esquemas**.

La Comunicación, nueva dimensión de lo gráfico

Este privilegio de lo visual más allá de lo gráfico ya había sido anunciado por **Von Ehrenfels** con la teoría psicológica de la percepción, y más tarde por **W. Köhler** con la publicación de su obra de 1925 (hace ahora noventa años), *Komplextheorie und Gestalttheorie*. Todo este conjunto de innovaciones científicas y tecnológicas llevaron a superar la idea fundamental de “lo gráfico” (el grafismo) como siendo la obra de la mano: el **Dibujo** y la **Escritura** -o la imagen y la tipografía- en interdependencia con el elemento trazador (lápiz, pluma, pincel, etc.) y el soporte físico de la inscripción, o de la impresión por la industria gráfica: el plano bidimensional, la superficie de la hoja de papel. Así, el concepto limitado de “diseño gráfico” despliega una nueva dimensión en la idea de *comunicación visual*. El “diseño” lo subyace en su sentido matricial de *proyecto*. Lo gráfico ha sido absorbido, renovado y ampliado en lo *visual*. Y ello implica el concepto de *comunicación*, es decir de transferencia de información, que las personas transforman en conocimiento y lo incorporan a su cultura personal.

Diseñar comunicaciones visuales

La influencia de la **Bauhaus** en mi trabajo de diseñador había sido menor que la influencia del Cartelismo (la fusión de la imagen, la mancha, la forma, el color y el texto). Quizás por esto empecé pintando grandes carteles y murales para el cine. Su acción en la vía pública y en la vida cotidiana de la gente me hizo valorar el diseño como parte fundamental del entorno, con la señalética y la información visual. Y el entorno como el mundo de las comunicaciones.

En el terreno de la teoría me nutría de la psicología de la percepción y, de manera decisiva, en el descubrimiento de la teoría de la **Comunicación** y de la **Información**, a primeros de la década de los 70.

1975-2015, una síntesis personal

Los años 70 fueron un periodo fecundo. En 1975 la fusión del diseño y la comunicación marcaría mi trabajo futuro. Así, hace ahora 40 años, creaba una empresa paralela a mi estudio de diseño: la primera **Consultora en Imagen y Comunicación, CIAC**. Simultáneamente, fui contratado por una gran empresa mexicana, ya centenaria, el **Banco Nacional de México**, para llevar a cabo el gran cambio al nuevo **Banamex**. Ello constituyó una transformación radical y global del negocio, impulsado por la llegada

del marketing financiero en el marco de la era de la comunicación y la gestión de los intangibles, que entonces constituía el gran desafío con el auge renovado de los servicios.

Este proyecto mexicano fue pionero. Implicó -casi sin yo ser consciente de ello- la siembra de la semilla del **DirCom**. Todos los elementos propios del cambio de ciclo (de la economía de la producción a la economía de la información) se daban en el cambio cultural, identitario, organizacional, funcional y comunicacional de **Banamex**, una institución del siglo XX que se transformó en un holograma del siglo XXI. La nueva estrategia del proyecto mexicano fue la integración de las comunicaciones. Una experiencia profesional que publiqué dos años después.²

1985-2015, la matriz del DirCom

Diez años después (hace ahora tres décadas), fundábamos con un grupo de amigos el **Instituto de Comunicación Integral ICOMI**, en Barcelona, que fue la matriz académica de la disciplina de **Dirección de Comunicación (DirCom)**. Ésta tomó su forma definitiva en 1994, cuando en dos universidades españolas iniciamos la impartición de la **Maestría** del mismo nombre: la Autónoma de Barcelona y la Complutense de Madrid, con las que sigo colaborando.

2005-2015, el único Máster universitario de autor

En 2005, lanzaba mi propio **Máster Internacional DirCom** en España en colaboración con la **Universidad Católica de Murcia UCAM**.

Fundaba, al mismo tiempo, la **Red DirCom Iberoamericana**, la primera organización **DirCom** transcontinental. Su objetivo: ser la Gran Casa de los profesionales, los docentes, los estudiantes, los investigadores, y su lugar de encuentro para el desarrollo científico de la disciplina y la profesión.

También en el mismo año publicaba los libros *El DirCom hoy* y *Máster DirCom. Los profesores tienen la palabra*. Que han sido seguidos por *DirCom, estrategia de la complejidad* (2009) y *El ADN del DirCom* (2011).

Adiós, 2015

Diez años más y estamos en 2015. El año del **Primer Congreso DirCom Iberoamericano** celebrado en Quito, Ecuador, el país que ha sido la puerta de entrada de mi **Máster Internacional DirCom** en América Latina.

² Costa, J. (1977), *La imagen de empresa. Métodos de comunicación integral*. Ibérico-Europea de Ediciones, Madrid.

Organizado por la **Universidad de Las Américas UDLA** y **Joan Costa Institute**, el Congreso atrajo a 1.200 asistentes procedentes de 24 países y fue el evento que ha marcado la agenda **DirCom** con un antes y un después. Una enorme expansión profesional en las comunidades hispano y luso hablantes, que ha generado la afluencia de organizaciones **DirCom** en América Latina.

El libro ***El paradigma DirCom***, que presenté en primicia mundial en el Congreso de Quito, es la piedra de toque que anticipa los nuevos desarrollos del **DirCom** y traza las líneas de fuerza de su inmediato futuro.

Augurios para 2016

Con las últimas campanadas de la Noche Vieja les deseamos un 2016 en paz. Que nos ayude a nivelar las brutales desigualdades sociales. Nos traiga progreso y bienestar. Que mantenga a raya la nueva economía poscapitalista que ha de fundarse en valores. Y en la cual se haga realidad el pronóstico de la UNESCO: la educación como un bien común mundial para la sociedad del conocimiento.

