

FORO
DAG
**PROPOSTAS
DE AVANCE
PARA
O DESEÑO**

**09/02/2013
CGAC**





Participantes na mesa “A web
como medio no contexto da
edición”:

Xosé Salgado

Antón Varela

Martiño Villaverde

María Fernández

Oscar Otero

Xosé García

Moderada por Segundo Fdez

A web como medio no contexto da edición

Introdución

Falar hoxe en día da web non é pensar só nun ordenador de escritorio conectado mediante un cable a internet. *Tablets*, *e-readers* e toda clase de móbiles conforman dispositivos cos que acceder a contidos *online* ou *offline*.

Pero, como afectan estes cambios á edición literaria, musical, artística...? Que limitacións técnicas, gráficas, sensitivas existen? Sectores como por exemplo a educación, poden beneficiarse desta tecnoloxía? Que diferenzas atopamos entre libro impreso / libro dixital? Estas son algunhas das preguntas que xorden de maneira inmediata co obxectivo de avaliar a situación actual e contemplar a posibilidade de detectar cal é o camiño nun futuro próximo.

Comezouse cunha breve presentación de tódolos participantes.

Aínda que os perfís comentados son diferentes, todos tiñamos en común dunha ou outra forma o coñecemento da web.

Obxectivos

Os obxectivos xenéricos pasan por crear un punto de encontro no que debater e compartir opinións relacionadas co mundo da edición na web e as súas posibilidades. Por extensión, falar tamén da edición impresa.

A maiores preténdese xerar posibles grupos de traballo colaborativo, potenciar a relación entre profesionais residentes en Galicia pertencentes a campos como o deseño ou a industria gráfica.

A continuación descríbese con máis detalle os obxectivos que se pretenden:

- Analizar que entendemos por edición na web
- Analizar as características da web como medio
- Debater sobre as posibilidades da web no sector educativo
- Compartir información sobre a tecnoloxía e ferramentas para a edición na web
- Analizar e comentar exemplos reais sobre edición na web (tamén casos de edición impresa)
- Debater sobre as canles de distribución
- Debater sobre a propiedade intelectual e autoría das edicións
- Debater sobre a situación actual e o posible futuro da edición na web

Conclusións

Comezamos analizando o medio e a actividade na que tiñamos que reflexionar e consideramos algúns feitos:

1. Entendemos por edición o proceso mediante o que se fai pública unha peza ou colección de pezas artísticas, literarias, informativas ou lúdicas, incluíndo o seu plasmado nun soporte material ou dixital destinado á difusión.

2. A World Wide Web (www) é un sistema de distribución de información:

- Estrutura descentralizada
- Horizontal, sen xerarquías
- Aberta
- Sen fronteiras
- Inmediata
- Anónima
- Bidireccional
- Medio aglutinador (vídeo, son, imaxes, textos...)
- Fácil acceso (tanto para consulta como para edición)
- ...

Coincidimos en que unha das grandes diferenzas que afectan á relación entre libro impreso e libro dixital pasa por darlle valor engadido ao que se imprime (interese persoal, materiais, deseño...)

Tamén se comenta que hai sectores nos que a edición dixital (hoxe en día) ten moito sentido, como na educación ou os xornais por exemplo, polo seu carácter funcional. Así mesmo, observamos as carencias existentes nalgúñas plataformas de formación (quizais por falta de alternativas) moi empregadas e con grande aceptación por parte de moitos sectores sociais.

Atendendo ás canles de distribución, coincidimos nas limitacións de certas canles de distribución (App Store ou Google Play), xa que non se trata de plataformas totalmente abertas, baseadas en estándares, libres... (como exemplo análogo, e sendo conscientes das diferencias, cítase a tecnoloxía Flash usada no pasado, nun medio aberto e universal como é a web. Depéndese da plataforma máis alá do medio ou os estándares)

Coincidimos en que a web pode funcionar como medio na edición e canle de distribución en si mesmo. Os avances técnicos, estándares e tecnoloxía aberta (css3, html5, js) no tratamento de texto e a propia edición fai posible que tecnicamente hoxe en día case calquera cousa (exceptuando calidades olfactivas, sensitivas, táctiles...) se poida trasladar do papel á web sen limitacións (ligaduras, uso de fontes, maquetación, deseño...) ou incluso con melloras (medio aglutinador: vídeo, música, anexos, interactividade, interrelación de contidos...)

Máis alá das redes sociais (con carácter aberto e baseadas na web) botamos en falta canles específicas de distribución e plataformas de calidade centradas en materias concretas.

O feito de usar algunhas plataformas de difusión ou redes sociais afecta directamente a propiedade intelectual, e reivindicamos a responsabilidade á hora de editar e distribuír contidos e a importancia de deixar patente a autoría dos participantes na obra como en calquera outro medio.

Deixando a web como medio, e sabendo e afirmando que o papel aínda segue e seguirá vivo comentamos algúns proxectos editoriais con base impresa, como *Fabulatorio* (describir) ou *Transversal* (Martíño Villaverde). No caso da revista *Transversal*, falouse das posibilidades da versión web da revista que ademais de servir para mellorar a difusión e accesibilidade dos contidos tamén serve como ferramenta de promoción e incluso de financiamento.

Citamos tamén proxectos que aínda nacendo na web dan o paso ao papel, como Orsai editorial, o que nos fai reflexionar e chegar á conclusión de que o debate libro impreso - libro dixital é un debate sen moito sentido, xa que nesta etapa que nos toca vivir a convivencia entre a era dixital e a editorial impresa é inevitable e necesaria.

Por último e tras analizar o desperdicio de papel que se fixo no pasado (milleiros de libros que seguen amoreados perdendo o seu valor e a súa finalidade: ser lidos) estamos de acordo e apelamos á responsabilidade do colectivo (deseñadores, editores, distribuidores...) no asesoramento (dentro das nosas posibilidades) necesario para que isto non se repita.

Na recta final do foro, e vendo que lle pode ser de grande axuda ao colectivo, propónse facer un directorio de recursos de deseño editorial orientado á web (educación, técnica, tecnoloxía, estándares, xestores de contido, ferramentas...)



Participantes na mesa "A formación
do deseño en Galicia":

Irene García

Diego Fernández

Alberto Rodríguez

Manuel del Río

Moderada por Marcos Dopico

A formación do deseño en Galicia

Introdución

Un dos factores relevantes á hora de precisar a situación actual do deseño galego é a análise da formación existente e os seus referentes. Os cambios posteriores á época posmoderna en Galicia, coa creación de escolas superiores e a implantación de materias de deseño nas universidades desde mediados dos 90, en xeral foron asumidos como unha oportunidade de recoñecemento do deseño a un nivel máis global, cuestión que permitiu medirnos con aquilo que se fai fóra. Con todo, este suposto avance agocha certos problemas estruturais e importantes carencias que é necesario abordar.

Obxectivos

- Identificar e analizar os centros de formación en deseño regrada e non-regrada en Galicia.
- Identificar e analizar as fortalezas e carencias das ensinanzas de deseño nestes centros.
- Influencia das actividades relacionadas co deseño por parte das institucións públicas e privadas nos últimos tempos.
- Sinalar as carencias máis evidentes na formación en deseño en Galicia.
- Identificar o *target* demandante dunha formación en deseño en Galicia.
- Propoñer alternativas ás carencias da formación oficial en deseño en Galicia.

Conclusións

Centros de formación regrada

1. Centros universitarios nos que se imparten titulacións de deseño en Galicia

Universidade da Coruña EUDI. Grao en Enxeñería Industrial e Desenvolvemento de Produto. Únicos estudos superiores universitarios de deseño en Galicia.

Grao en Comunicación Audiovisual. Varias materias de deseño como Expresión gráfica ou Deseño Aplicado. Orientado aos produtos audiovisuais e multimedia.

Universidade de Santiago. Situación similar.

Facultade de Belas Artes. Universidade de Vigo. Dende 1990 ata o ano 2000 existiu un plan de estudos que incluía a especialidade de Deseño e Audiovisuais dando resposta a unha carencia histórica de estudos especializados en deseño e incluíndoos nos plans de estudos de belas artes.

Dende o ano 2000 desaparecen as especialidades e o deseño impártese en materias optativas como Proxectos de Deseño.

Facultade de Ciencias Sociais e da Comunicación. Grao en Publicidade e Relacións Públicas. O deseño gráfico encóntrase entre as materias da titulación.

Fortalezas:

- Estas ensinanzas universitarias ofrecen unha formación no campo das artes plásticas e na cultura visual en xeral moi enriquecedora para o campo do deseño.
- Complementariedade con outras disciplinas como a fotografía, os medios audiovisuais, a publicidade, a ilustración ou a gráfica.
- Ofrece unha titulación de estudos superiores con acceso a máster e cursos de doutoramento que lle permiten a un alumno complementar os seus estudos de deseño.
- Ofrece a posibilidade dos programas de intercambio europeos ou internacionais. Diferentes facultades universitarias posúen acordos con facultades de deseño internacionais con estudos validados.
- Posibilidades de acceso ao Espazo Europeo de Educación Superior.
- Posibilidade de optar por unha carreira docente en deseño.

Carencias:

- Enfoque deficiente do deseño centrado nos procesos próximos á arte ou a disciplinas como a ilustración, o márketing ou a publicidade.
- Por norma xeral o profesorado non está formado no deseño senón noutras disciplinas artísticas ou en campos como a arquitectura.
- Vese o deseño como unha materia optativa ou complementaria ós estudos e nunca como unha disciplina autónoma. Non existe polo tanto unha formación na disciplina do proxecto nin nos métodos e os procesos propios do deseño. Esta situación trae como consecuencia unha paulatina desvalorización.
- Non existen estudos de doutoramento en deseño, e polo tanto investigación en deseño, nin por parte dos doutorandos nin por parte dos docentes.

2. Escolas Superiores e Ciclos formativos

Antonio Faílde de Ourense

Pablo Picasso da Coruña

Mestre Mateo de Santiago

Ramón Falcón en Lugo

Aula D en Vigo

Despois da súa conversión en escolas de arte e deseño ofrecen estudos especializados. En primeira instancia ofreceron os títulos de grao equiparables aos estudos universitarios pero esa opción foi paralizada e anulada.

Fortalezas:

- Ofrecen uns estudos especializados en deseño.
- Enfoque orientado ó mercado laboral.
- Favorecen a regulación da profesión.

Carencias:

- O seu enfoque non inclúe investigación en deseño xa que é algo que non esta incluído nos contidos curriculares.
- Profesorado con dedicación a tempo completo como única opción. Esta limitación impide que os profesionais do deseño impartan os seus coñecementos. Este factor é determinante na formación do deseño en todo o mundo. Se botamos unha ollada cara aos mellores centros de formación ou lugares de influencia, todos teñen en común a inclusión dos profesionais do deseño dentro dos cadros de docentes das mellores escolas e facultades. Isto é algo fundamental e unha das grandes carencias da formación do deseño en Galicia. Aprender dende o mundo real a través dos profesionais.
- O sistema non facilita a incorporación de profesionais que impartan áreas específicas de coñecemento.
- Ausencia dun sistema que facilite a formación continua e actualización do profesorado.

Centros de formación non-regrada

Fundación Barrié de la Maza

Fundación María Martínez Otero

Formación continua vinculada a museos e a vicerreitorías das universidades

A formación dos deseñadores

Derivado desta situación, boa parte dos deseñadores que traballan en Galicia non recibiron unha formación específica en deseño. Existe un alto grao de formación autodidacta e de formación continua e non-regrada.

Sería salientable destacar que moitos deseñadores recibiron unha formación regrada noutras disciplinas afíns como as belas artes, a arquitectura ou o periodismo, que achegan un gran enriquecemento profesional, creativo e metodolóxico a aplicar na profesión do deseño.

Existe unha necesidade real de formación en deseño en Galicia, para os estudantes, os profesionais e os docentes de todos os niveis.

- O labor de oferta formativa continua dende institucións como a Fundación Barrié e a Fundación María Martínez Otero resultou fundamental na formación dos deseñadores. Estas fundacións teñen desenvolvido en Galicia programas específicos sobre o deseño a moi alto nivel internacional en forma de exposicións, premios, conferencias e cursos dirixidos tanto a profesionais como a nenos, fomentando unha “educación social en deseño”.
- Propóñense posibles contactos para chegar a acordos de traballo ou colaboración dende a DAG con estas institucións.
- Por outra banda, a DAG pode contribuír co seu capital humano e profesional a paliar aquelas áreas moi especializadas que a formación regrada non pode cubrir. Unha maior experiencia profesional no mundo real, maior capacidade de especialización, capacidade de abarcar case todos os campos do deseño, coñecemento de provedores e contorno e produción do deseño...
Propóñense diferentes formatos de obradoiros e cursos dirixidos a docentes, profesionais e estudantes.
- Faise especial fincapé na posibilidade da creación de unidades didácticas orientadas ós máis novos e que poidan ser ofertadas dentro da formación regrada en primaria/secundaria/bacharelato.



Participantes na mesa "A produción
do deseño galego":

María Cristina Abad

Esteban Carballido

Xosé Manuel García

Clara Malde

Miguel Pardo

Xosé Manuel Rodríguez

María Salgado

Xavi Serrra Claret

Moderada por Cibrán Rico e

David Silvosa Rivera

A produción do deseño galego

Introdución

Cando dicimos dun obxecto –dun libro, un cartel ou un moble– que está ben deseñado, estamos dando por entendido que está ben feito. Aínda que hai bos deseños mal construídos, ou excelentes facturas de malos deseños; entón non estaremos a falar dun bo resultado. Para a consecución dun obxecto ben feito é tan importante a fase de proxecto, de deseño, como a de produción. Deseño e produción son parte dun mesmo ecosistema, un non se debería entender sen o outro.

Dende a DAG debe existir unha reflexión sobre como mellorar a relación entre os profesionais do deseño e da produción.

Para a mellora do sector, e polo tanto da sociedade, é preciso o intercambio de coñecementos. Por unha banda é preciso da creatividade dos deseñadores, por outra, os deseñadores precisan de coñecementos técnicos para telos en conta á hora de proxectar. É preciso traballar xuntos nunha mesma dirección. Crear verdadeira riqueza.

O volume de traballo que xeran os estudos profesionais de deseño pode ser pouco en comparación co volume de traballo que pode chegar ao sector da produción dende unha lóxica allea ao deseño, pero os deseñadores somos fieis e achegamos, ademais de beneficio económico, máis valores.

O deseñador busca a calidade e o máximo valor do produto final por enriba dunha oferta económica, polo tanto, o deseñador estabiliza o sector porque é fiel á calidade. Debemos saber comunicarlles aos provedores que o deseñador é o profesional que valora un bo traballo de produción, non só os orzamentos económicos. Os deseñadores somos os profesionais capacitados para proxectar un bo produto sen ser necesariamente máis caro.

Hoxe en día é necesario saber de onde veñen as materias primas para a elaboración dun produto, cal é o seu proceso de elaboración e que repercusión ten no medio ambiente despois da súa vida útil. Nun momento en que sabemos que os recursos son limitados, o profesional debe ter e debe esixir unha conciencia co noso medio.

A relación que se propón dende a DAG é a de tecer rede partindo do traballo diario dos asociados cos produtores; unha relación de base, compartindo con todos a experiencia de cada un.

Obxectivos

- Desenvolver accións que melloren o intercambio recíproco de coñecementos e realidades entre o sector creativo (deseñadores) e o sector de produción (artes gráficas, talleres de prototipado, obradoiros de artesanía, etc.)
- A necesidade de impulsar accións formativas (obradoiros, charlas, etc.) co sector da produción
- Información sobre a incorporación de novas tecnoloxías (impresión dixital, novos tipos de encadernación, impresión 3D, etc.)
- Creación dun directorio do sector da produción. Compartir o coñecemento dende o traballo diario dos deseñadores
- Buscar mecanismos que recoñezan o compromiso coa calidade de determinadas empresas (concursos, premios, selos de calidade, etc.)
- A produción responsable ambientalmente. Elaboración dun código de boas prácticas para deseñadores e empresas do sector da produción

Conclusións

Boas prácticas

Entendemos que, para fortalecer o deseño galego, debe fortalecerse a produción galega. Para reforzar a relación co sector da produción a DAG, e polo tanto os seus asociados, debe adquirir uns compromisos. Estes compromisos incluímos en catro puntos que chamamos de “boas prácticas”.

Son os seguintes:

- Producir en Galicia. Se dende a DAG se quere reivindicar o deseño galego, este compromiso local debería estenderse á produción. Levar adiante a estratexia de economía de proximidade acaba revertendo na riqueza de todos e é moito máis respectuosa co medio ambiente.
- Acreditar nos traballos aos diferentes axentes encargados da produción. Igual que se firma o deseño, debería acreditarse ás empresas que participan na produción dun produto (imprentas, filmadoras, encadernadoras, obradoiros artesanais, obradoiros de prototipado...). Este feito mellora a responsabilidade e visibilidade de todo o sector.
- Especificación de materiais empregados no traballo (materiais, tipografías e o seu autor, etc).
- Produción responsable. Actitude desperta fronte aos materiais, procesos, vida útil e residuos que se xeran no proceso de proxección, elaboración e distribución dun obxecto.

Directorio

A idea é compartir as experiencias na elaboración dun obxecto co resto de asociados creando un directorio de referencia de empresas ás que recorrer para a produción dos seus proxectos. Un directorio de produción acreditado polos socios da DAG.

- Base de datos de empresas acreditadas polos propios asociados da DAG, garantía dunha atención e dun traballo de calidade. Neste directorio aparecería:
 - a empresa acreditada e categorizada por tipo de produción
 - o asociado ou asociados que a acreditan
 - descrición dos servizos que ofrece a empresa

- material audiovisual do proceso dalgún dos traballos dos asociados ou traballos externos que se poidan facer coa maquinaria da empresa
- Procedemento alta. O asociado proponllo ao provedor. Se este acepta, chegaralle un formulario cuns datos que debe cubrir para formar parte do directorio. A presidencia da DAG comunicalle ao provedor a súa alta por correo postal e por teléfono.
- Procedemento baixa. Procederase dende a DAG á comunicación por correo postal e por teléfono para que se valoren as razóns da baixa.
- A posibilidade da creación dun foro complementario ao directorio para engadir información, realizar buscas e compartir comentarios.
- As novidades que poidan ofrecer as empresas de produción acreditadas con respecto a servizos ou maquinaria poderán ser reflectidas no directorio.
- Posibilidades a estudar nun futuro: Algún tipo de recoñecemento ao sector / Manuais de Prescitor.

Accións

Para conseguir o diálogo directo e establecer relacións de coñecementos proponse:

- Comunicación aos provedores da posibilidade de organizar obradoiros, xornadas ou visitas ás empresas por parte dos asociados. Isto combinalo coa posibilidade de organizar, dende a DAG, xornadas de portas abertas a provedores nas que os deseñadores lles comuniquen as súas inxerencias aos produtores. Estes actos fortalecerían as relacións e darían visibilidade a ambos os sectores.
- Tentar establecer contacto, de existiren, con asociacións de produtores.
- Consellos para unha produción responsable. A DAG debe ter inxerencia por unha produción responsable medioambientalmente e polo tanto transmitirlo aos provedores e aos asociados. Podería sumarse á bitácora da asociación artigos de interese neste, de momento, inexplorado e complexo mundo da sustentabilidade no deseño.
- Para que os estudantes poidan ter contacto co mundo da produción, moitas veces esquecido nos plans de estudo, proponse que os asociados estudantes poidan poñerse en contacto cun dos asociados que elixan e que o poidan acompañar nunha visita á imprenta, obradoiro, encadernación, etc.

Temas transversais con outras mesas

Comunicación-Formación:

- Debate ou xuntanza entre clientes, provedores e deseñadores.
- Traballo transversal co premio proposto para empresas ou clientes.
- Interlocución coas escolas por parte da DAG para favorecer o contacto cos provedores.

Historia:

- Traballo transversal co grupo de Historia para sumar ao directorio, por exemplo, ás imprentas tradicionais en tipos de chumbo e de madeira.



Participantes na mesa “Crear pontes,
comunicar o noso traballo á sociedade”:

Raquel Boo

Alberto Montiel

Antonio Parcero

Lia Santana

Andrés Dacosta

Moderada por J. Antonio Pérez e

Uqui Permui

Crear pontes, comunicar o noso traballo á sociedade

Introdución

Propúxose o debate segundo os parámetros de:

- análise da situación do deseño galego na actualidade,
- obxectivos
- posibles accións para acadar eses obxectivos.

Análise da situación actual

Percibimos unha desvalorización do deseño por parte da sociedade en xeral, e en concreto, polo sector empresarial. Recoñecemos tamén a responsabilidade do colectivo de deseñadores, de mellorar esta percepción a través dunha correcta comunicación cos distintos públicos, facéndolles entender o valor do noso traballo, asumindo como parte deste, a dignificación da profesión. Gran parte deste dano cáusano, entre outras cousas, iniciativas nas que se ofertan proxectos de deseño ou marcas a baixo custo, como produtos “enlatados”, restando valor a todo o que hai detrás dun bo deseño (significado, intencionalidade, función, estudo tipográfico, cromático e de formas, aplicacións, formatos, etc.). O deseño debe verse como un investimento, non coma un gasto, calquera que sexa a natureza do proxecto no que se desenvolve.

Outra das problemáticas é a indefinición do que é deseño, e o descoñecemento do labor do deseñador. En moitos proxectos, o cliente non acode a un deseñador até unha fase avanzada da súa iniciativa empresarial, cando xa pouco pode achegar, só executar. Existe un descoñecemento xeral do valor que engade o deseño a un proxecto e cal é o momento ou fase do proceso na que se debe incorporar. Todos os deseñadores temos experiencias laborais de éxito que demostran a efectividade dunha iniciativa cando se incorporou aos deseñadores en fases iniciais de proxectos, é dicir, temos casos prácticos cos que poderíamos exemplarizar un protocolo.

Como colectivo, non están definidos os camiños para comunicarnos coa sociedade e o tecido empresarial. Non existe unidade nas definicións de deseño, nin criterios comúns para guiar a nosa comunicación cara á posta en valor do noso traballo. Se o conxunto de deseñadores defende o seu traballo con criterios unilaterais e coherentes, a comunicación será máis efectiva, facendo que a sociedade perciba o deseño como algo máis concreto e definido, non coa heteroxeneidade coa que se entende hoxe.

Obxectivos

Coñecer

Definir o concepto DESEÑO e DESEÑADOR

Definir os obxectivos da DAG, para que todos os esforzos que se fagan contribúan a visibilizar e dignificar a profesión.

Profundar sobre o estudo dos procesos creativos, para poder expresar de xeito máis concreto as funcións dun deseñador nun proxecto (cultural, empresarial, etc.) e facer máis visíbel a necesidade do seu traballo e asesoramento.

Educar

Entendemos que a toma de conciencia social sobre a importancia do deseño debe comezar de pequenos, polo que tomaremos como punto de partida da difusión do noso traballo os centros educativos de primaria e secundaria. Temos que facer entender a cotidianidade do deseño, temos moitos exemplos a man para facerllos chegar, iso é fundamental para que se valore o noso traballo.

Difundir

Interézanos chegar ao tecido empresarial e sector servizos, sendo conscientes de que é un público difícil de convocar. Debatenos sobre a pertinencia de acudir a cámaras de comercio ou asociacións de empresarios para expoñer experiencias nas que o deseño actuou claramente en favor do éxito do negocio, pero cremos que son pouco eficaces, e sen desbotalas como colaboradoras, consideramos que pode ser máis eficaz tratar de reactivar a idea dos premios de deseño para empresas.

Conclusións

Estas son as accións nas que se concretarían os obxectivos propostos:

Accións para coñecer:

Crear un documento aberto e compartido para a elaboración dun plan estratéxico da DAG, que inclúa unha definición consensuada do deseño e da figura do deseñador, e marque uns obxectivos para guiar as accións da asociación (ex. marcar un criterio para a concesión de premios, “manuais” de boas praxes, accións para a difusión dos valores da DAG que atraian novos socios que compartan a mesma idea do deseño...).

Facer un estudo sobre os procesos creativos dos asociados, para coñecer como traballamos e como deseñamos, que referencias temos, e como vendemos o que facemos. Isto contribuirá a crear esa comunicación unificada e sólida da que falabamos, vendo os puntos que temos en común e nos que diferimos.

Accións para educar:

Establecer un modelo de charla para os bacharelatos, as escolas de deseño, e as escolas de arte, e algunhas titulacións superiores como escolas de negocio, enxeñerías, ...

Nela incluíranse exemplos concretos de iniciativas de éxito, nos que se demostre clara e visualmente como o deseño é un factor determinante para acadar ese éxito. Sería interesante establecer dous tipos de exemplos; por unha banda unha iniciativa coñecida a nivel internacional,

Acción transversal con Educación e produción:

—Charla para os bacharelatos, as escolas de deseño, e as escolas de arte, e algunhas titulacións superiores como escolas de negocio, enxeñerías,

— Unidade didáctica

e outra que sexa galega, e que resulte igual de atractiva e interesante, para que se entenda a profesión como algo próximo. Mesturando exemplos, tanto de deseño gráfico coma industrial ou web.

Tamén se falará da existencia da DAG e do seu labor.

Crearíase unha listaxe de voluntarios /as para dar as charlas e cabería a posibilidade de invitar a provedores para que nos acompañen nas charlas e opinen sobre os procesos produtivos.

Elaborar unidades didácticas sobre deseño para alumnos de primaria e secundaria xunto coas asociacións de profesores e pedagogos, para educar no deseño e crear conciencia sobre el.

Accións para difundir:

As charlas orientadas a educar tamén nos servirían para ser difundidas en organismos intermedios (cámaras de comercio ou asociacións empresariais), adaptando os obxectivos da charla ao público empresarial.

Continuar a idea dos premios ao deseño que a DAG comezou a elaborar en 2011 e se concretou nun documento que establecía dúas formulas para escoller as iniciativas candidatas:

A) Formato premio, co establecemento de distintas categorías.

B) Formato vixilancia; creando un grupo consultivo e de investigación independente de vixilancia sobre o estado da xestión do deseño en Galicia, que sería quen lle proporía os candidatos ao xurado.

Esta segunda modalidade, malia ser a máis desexable, queda descartada de momento por resultar inviable economicamente para a DAG.

Propoñemos crear unha categoría dentro de ACCIÓNdag, plataforma que xa está creada e que dá visibilidade aos proxectos dos deseñadores, que permita presentar iniciativas empresariais galegas (pequenas e grandes) que fagan unha firme aposta polo deseño nos seus procesos produtivos ou de promoción. Estas non teñen que ser exclusivamente de socios da DAG, lembremos que se premia ao que aposta polo deseño no seu negocio, non aos deseñadores en si.

A presentación das iniciativas podería ser voluntaria por parte de empresas interesadas, ou propostas polos socios da DAG. Na DAG cribaríanse as solicitudes (mediante un xurado ou comité de selección).

Existirían diferentes categorías. E para facilitar o sistema podería existir un modelo de entrada dos proxectos, e unha declaración de méritos (cualitativos) avaliábel, segundo os valores e definicións de deseño da DAG.

O premio podería chegar a ser un «selo de calidade» DAG, e promoveríase como tal. Servir como pequeno trampolín para solicitar recursos para unha publicación, exposición, difundir en medios...

Estes premios contribuirán a visibilizar o deseño por parte da sociedade e tamén a facer unha chamada de atención ao tecido empresarial sobre a necesidade do deseño e deseñadores nos seus proxectos, facendo máis tanxible o éxito daquelas empresas que cren no noso labor.

Valorouse que sería tamén positivo para acadar unha maior difusión de ACCIÓNdag en si mesma.

Acción transversal con produción:

— Premios ao deseño

— Activar AcciónDAG e crear unha categoría dentro para as empresas que sexan seleccionadas para o premio.



Participantes na mesa “Historia
do deseño galego e a identidade
tipográfica”:

Antonio Doñate

María Agra

Carlos Núñez

Pepe Barro

Rebeca Ces

Santi Molina

Pancho Lapeña

Moderada por Suso Vázquez e

Natalia Crecente

Historia do deseño galego e a identidade tipográfica

Introdución

Esta mesa proponse para abordar os seguintes contidos:

A actividade gráfica dende os seus inicios ata a consolidación dunha profesión e o seu (re) coñecemento tanto polos profesionais coma pola sociedade galega

O estado do deseño actual dende unha perspectiva evolutiva. Carencias / Debilidades / Fortalezas / Oportunidades.

A imaxe como síntese dunha cultura. O papel da tipografía na construción dun símbolo de identidade. Análise da súa evolución, uso e a repercusión da dixitalización.

Presenza da historia do deseño galego na educación, na investigación e na crítica e teoría do deseño galego

A dinámica da mesa dividiuse en dúas partes. A primeira parte centrada no propio debate, onde poder abordar os temas que se recollen nos obxectivos que se recollen no seguinte apartado e que foron entregados ao principio da sesión a todos os participantes para focalizar a actividade. A segunda parte resérvase para consensuar as distintas accións formativas, expositivas, divulgativas, etc. e así, poder elaborar de forma conxunta o documento de conclusións.

Obxectivos

Posta en común. Debate

Diagnosticar o grao de coñecemento da historia do deseño galego entre os profesionais do deseño e a sociedade en xeral.

Analizar as iniciativas ou estratexias levadas a cabo que tivesen como fin poñer en valor e estudar a historia do deseño en Galicia.

Reflexionar e analizar a situación actual. Carencias / Debilidades / Fortalezas / Oportunidades.

Analizar a identidade gráfica e tipográfica. A tipografía galega como símbolo de identidade. Apoios institucionais, culturais e empresariais. Analizar o seu emprego e evolución ao longo do tempo e a importancia da súa dixitalización. A historia como presente continuo. Interpretación 'activa' da historia. A historia levada ao presente.

Reflexionar sobre a presenza da historia do deseño en Galicia na educación / na práctica do deseño / na investigación e na crítica e teoría do deseño galego

Accións a desenvolver

Analizar e debater sobre as posibles accións que se poidan levar a cabo

Buscar implicacións dende a DAG con institucións, fundacións, coleccionistas particulares ou museos que poidan colaborar coa idea da difusión e comunicación da historia do deseño en Galicia.

Reflexionar sobre os posibles campos de traballo:

Exposicións temáticas sobre a historia do deseño en Galicia (A historia do libro galego-Revisión).

Exposicións de formato flexible que poidan ter un amplo percorrido: centros culturais e sociais, centros de ensino, etc.

Publicacións impresas ou dixitais sobre a Historia do deseño galego. Catálogos/repositorios dixitais. O modelo de 'Pioneiros Gráficos'.

Congresos/cursos/conferencias sobre a historia do deseño. A historia do deseño galego en contexto e con relación a outras culturas do deseño.

Creación dunha unidade didáctica

Conclusións

Carencias na investigación sobre a historia do deseño en Galiza: Falta investigación e difusión. Consecuentemente hai un descoñecemento da materia tanto entre os profesionais coma na sociedade en xeral. Detéctase a necesidade de dar a coñecer a historia do deseño mediante a tecnoloxía. Referentes: Irlanda, A Bretaña, ou Lombardía

Mediante as conversas de Carlos Núñez e Pepe Barro constátase a gran riqueza do traballo en deseño en Galiza e a necesidade de investigalo, xa dende a época onde o impresor era tamén libreiro e deseñador (ex. AGUSTÍN DE PAZ, *Descripción del reyno de Galicia*. Mondoñedo).

Moita da historia do deseño en Galiza está por descubrir, dende a cultura castrexa, o medievo, etc.

Falta de elaboración de material teórico dende o punto de vista do deseño. As poucas investigacións feitas ata o momento foron feitas por bibliófilos ou historiadores.

A historia do deseño en Galiza é practicamente inexistente no ámbito educativo, tanto nas escolas de deseño como no ensino medio.

A importancia das imprentas tradicionais, actualmente en continuo e rápido proceso de desaparición.

Accións

- Charlas trimestrais:
 - Carlos Núñez. “A tipografía galega”
 - Pepe Barro. “A historia do escudo e a bandeira”
 - Pancho Lapeña. “A máscara tradicional galega, un exemplo de recuperación”
- Páxina web de acceso dende asociaciondag.org onde poderemos atopar (modelo: Pioneiros Gráficos):
 - Repositorio de imaxes / directorio
 - Bibliografía específica
 - Recursos
 - Artigos
 - Charlas
 - Vídeos
- Exposición e publicación anual cos recursos recollidos na web
- Bolsa de investigación a partir da DAG tendo en conta a posibilidade de buscar colaboracións con institucións
- Censo de arquivos con fondos específicos da nosa actividade (coleccións, fundacións,...)
- Rexistro de imprentas tradicionais en activo
- Estudar a posibilidade de facer unha unidade didáctica para dar a coñecer a nosa historia nas escolas
- Estudar a posibilidade de irmanamento da DAG coas fundacións Gutenberg e o Museo Plantin



Participantes na mesa “O tratamento do
deseño por parte das administracións
públicas”:

Irene García

Diego Fernández

Alberto Rodríguez

Marcos Dopico

Moderada por Manuel del Río

Esta mesa estaba inicialmente formada por dúas
persoas -Alberto Rodríguez e Manuel del Río-, polo
que se decide xuntar esta mesa coa de educación e
formación en deseño en Galicia, formada por Irene
García, Diego Fernández e Marcos Dopico

O tratamento do deseño por parte das administracións públicas

Introdución

A mesa comezou cunha introdución de varios casos de estudo relacionados principalmente con concursos (Madrid 2016, Madrid 2020...), se ben tamén se falou doutras prácticas tanto públicas coma privadas (a marca 'Galicia', adtriboo...). Fíxose unha exposición de datos e unha análise colectiva das circunstancias que rodearon estes casos e das reaccións que se deron:

- Os concursos das candidaturas olímpicas Madrid 2016 e sobre todo Madrid 2020, que deu lugar a unha polémica que chegou ata a opinión pública 'non especializada', e diante do cal varias asociacións de deseñadores asinaron un [manifesto de protesta](#), pero tamén de análise e identificación dos erros cometidos.
- Os uniformes da delegación olímpica española en Londres 2012 (e parece ser que tamén en Rio 2016), que produciu unha polémica e unha [reacción](#) por parte da asociación de deseñadores de moda similar ao caso anterior.
- O concurso [LABmóvil](#) da Laboral Centro de Arte e as plataformas de crowdsourcing para logotipos (o caso de [adtriboo](#)), que se materializaron nun boicot desde dentro do propio proceso do concurso: os 'manifestantes' empregaban a propia plataforma do concurso para enviar propostas con mensaxes en contra deste tipo de concursos. No caso de adtriboo estas accións provocaron a marcha de varias empresas que solicitaran os servizos da plataforma (o caso de Iberia, por exemplo).
- Outros modelos de negocio baseados na creación de logotipos a moi baixo prezo
- A elevación da marca turística 'Galicia' a marca-país, que tamén deu nun debate entre varios deseñadores socios da DAG arredor das eivas da marca na forma e no fondo, e das posibles vías de solución.

Obxectivos

Unha vez analizados os casos anteriores abrimos a fase propositiva. Faise obvia a necesidade dun labor informativo e pedagóxico sobre o valor que un bo traballo de deseño pode supoñer para as

administracións, xa que é unha postura amplamente debatida desde diversos ámbitos e colectivos vencellados á profesión. En todo caso, obsérvase que na maioría das accións comentadas anteriormente, o que máis transcende de cara á opinión pública é o carácter de protesta -absolutamente lexítimo, por outra parte-. Por todo o anterior considérase oportuno traballar nunha vía máis pedagóxica e de acompañamento aos organismos públicos -e tamén privados- que leven a cabo accións de contratación de deseño en calquera das súas variantes.

- No que respecta ao ámbito dos concursos tomamos como base as condicións que se indican no [Manifesto do FAD](#), que tamén subscribiu a DAG. A este manifesto engádenselle algunhas puntualizacións:
- No manifesto descártase a modalidade de concurso aberto, quedando como única vía o concurso restrinxido por invitación. Desde a mesa tamén se considera axeitado o modelo de selección directa do candidato sen necesidade de facer concurso de propostas. Para este caso habería que establecer igualmente un protocolo de selección:
 - quen decide o candidato axeitado (as recomendacións serían similares ás do caso de concurso restrinxido)
 - que características teñen que cumprir os candidatos (noveis, máis de X anos de traxectoria, experiencia no desenvolvemento de proxectos do mesmo ámbito que o do concurso...)
 - que documentación é necesaria para ser candidato (solicitud de portafolios aos preseleccionados, análise directa da súa web...)
- O manifesto recomenda que polo menos a metade do xurado estea formado por deseñadores. Tendo en conta que o resto do xurado terá un perfil fundamentalmente político, poderíase aproveitar a circunstancia para facer 'pedagogía do deseño' entre eses membros, isto é, explicarlles cal é a maneira correcta de valorar as propostas e tentar levalos máis alá do binomio 'gústame/non me gusta'. Unha das posibles accións sería a elaboración dun formulario que recolla os obxectivos, finalidades e outros aspectos obxectivos a valorar nese concurso xunto cun cadro 'cumpre/non cumple' para completar por cada un dos membros do xurado.

Conclusións

Como liña de acción xenérica -que tamén recolle o anterior- acórdase traballar na redacción dun manual de boas prácticas que sirva tanto para concursos coma para outros tipos de contratación. Neste documento recolleríanse as razóns polas cales son mellores uns ou outros procesos de selección, ademais de estipular todas as circunstancias e condicións que se dan nestes procesos.

Unha vez redactado este documento poñerase a disposición do público na páxina da DAG, á vez que se fai un envío a todas aquelas empresas e organismos públicos e privados que desenvolvan habitualmente procesos de selección e/ou concursos relacionados co ámbito do deseño. A intención deste documento é adiantarse á posta en marcha deses procesos para que se desenvolvan en condicións óptimas. Apúntase tamén a necesidade de, unha vez redactado, sometelo a unha consultoría legal para verificar que cumpre con todos os requisitos.

Para a redacción deste manual tomarase como base o traballo xa desenvolvido desde a DAG en relación co concurso de cartaces do Curtocircuito. O método de traballo para levalo a cabo (grupo de traballo, documento aberto, wiki...) non se especificou e queda a expensas das metodoloxías que se acorden para as accións que xurdan das outras mesas.