

## **Título**

Aprendiendo a trabajar. Cómo prepararse sin dejar de estudiar.

## **Autor**

Julio Sanz Melguizo

## **Resumen**

La Universidad de Castilla-La Mancha posee un departamento propio encargado del diseño gráfico institucional así como del desarrollo de todos los soportes de comunicación gráfica, multimedia y Web. El Centro de Investigaciones y Desarrollo de la Imagen (CIDI), centro que dirijo desde 1996, asume esa tarea con la participación de un reducido equipo de profesionales y un dinámico grupo de estudiantes de la facultad de Bellas Artes becados para tal fin. La experiencia de estos estudiantes, su familiarización con los sistemas profesionales de trabajo y el beneficio recíproco que supone son el eje central de la actividad propuesta.

## **Contenido**

El Centro de Investigaciones y Desarrollo de la Imagen (CIDI), nace en 1991 con la finalidad principal de abastecer a la Universidad de Castilla-La Mancha de 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. El crecimiento de la institución a lo largo de estos años conlleva el incremento de actividades de toda índole: académicas, promocionales y corporativas fundamentalmente. 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. A lo largo de estos 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 continuada en el sector de la comunicación gráfica y/o audiovisual. Resultan por tanto innegables los beneficios para la formación de los estudiantes de este tipo de experiencias. La enseñanza académica cumple su función pero este complemento práctico amplía su perfil y cualificación para el posterior ejercicio profesional. Sería injusto valorar tan sólo la aportación del centro a la formación de los estudiantes, más cuando las contraprestaciones que reciben por su colaboración no son todo lo generosas que deberían. Sus aportaciones, sobre todo de carácter creativo, suponen un valor destacable en el trabajo que se desarrolla desde el centro y se convierte en elemento diferenciador ante una posible actitud "relajada" dadas las peculiaridades propias de una institución de enseñanza superior convertida en promotor único de la actividad del centro. La renovación de los colaboradores, anual o bianual, supone constantes cambios y la necesidad de adecuarse recíprocamente al "estilo" de trabajo y las aportaciones procedentes del ámbito artístico y técnico simultáneamente. 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 profesionales debemos canalizar estas nuevas formas de actuación y rentabilizar de manera positiva las diferentes visiones aportadas, en nuestro caso concreto, por estudiantes de Arte con un perfil digamos poco académico. El empleo de la tecnología como herramienta de creación artística facilita el acercamiento de los estudiantes a sectores profesionales como este. El apoyo institucional junto al creciente interés permiten que el Centro de Investigaciones de la Imagen amplíe su ámbito de actuación y ejerza como centro investigador y no sólo como taller de comunicación corporativa. En este sentido se han desarrollado actividades

complementarias como talleres, conferencias, jornadas y exposiciones. Igualmente 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,...)