EINA Escola de Disseny
Avinguda de Vallvidrera, 44 bis
Barcelona 17
Telèfon 203 09 23

EINA

De: Equipo EINA

A : INESCOOP

Ref.: I.A.EINA Nº 7 / 23.4.1980

Contiene

Acta reuniones EINA - INESCOOP 15-4-80

1. Reunión EINA - EQUIPO GESTION

2. Reunión Colectivo INESCOOP

3. Reunión EINA - E.G. - DIRECCION INESCOOP

EINA Escola de Disseny
Avinguda de Vallvidrera, 44 bis
Barcelona 17
Telèfon 203 09 23

EINA

Acta reuniones ELDA - INESCOOP, Elda 15-4-80

1. Reunión Equipo Gestión.

1.1. Presentación E.G. y representantes del Equipo EINA

Siendo la primera reunión entre EINA y el Equipo de Gestión, recientemente constituido, fueron presentados los representantes de EINA -Xavier Olivé y Norberto Chaves- y el conjunto de los integrantes del E.G., con la sola ausencia de los Sres. Tomás Pellin y Joaquin Devesa.

1.2. Temas de discusión

1.2.1. Criterios generales de trabajo del Equipo Gestión.

Se discutieron exhaustivamente las responsabilidades y atribuciones del E.G. llegandose a las siguientes conclusiones:

- Que la gestión interna de la imagen de INESCOOP es función inexcusable y universal del colectivo de INESCOOP: Progresivamente todo integrante de INESCOOP debe asumir, de modo directo o indirecto, la gestión de la identidad condiente de INESCOOP y de su correspondiente imagen.
- Que el E.G. es el órgano técnico específico para dicha labor: En tanto pieza de articulación entre el Equipo EINA, la Dirección y el Colectivo de INESCOOP. Toda gestión de imagen debe ser procesada por el E.G., siendo sus funciones:

a. recepción del asesoramiento del Equipo EINA, discusión de los informes de EINA y elaboración de postura propia.

EINA Escola de Disseny
Avinguda de Vallvidrera, 44 bis
Barcelona 17
Telèfon 203 09 23

b. emisión de informes a Dirección de INESCOOP, acerca de postura ante propuestas de EINA, propuestas propias acerca de acciones de desarrollo de imagen, y organización de la interacción con el Colectivo de INESCOOP.

c. emisión de informes al Equipo EINA.

d. desarrollo de reuniones de trabajo con el Equipo EINA.

e. planificación y realización de las acciones de transferencia del proceso al colectivo de INESCOOP.

1.2.2. Elaboración de contradicciones funcionales.

Se expuso el conjunto de disfuncionalidades observadas en la actual etapa de lanzamiento del E.G., actuando EINA como interlocutor de la verbalización y elaboración de los conflictos. Se realizó una experiencia de distensión basada en la toma de distancia frente a los problemas operativos, facilitada por la presencia de testigos externos (EINA). Dicha toma de distancia permitió la objetivación de los problemas, la relativización de su escala, la mejor comprensión de sus vias de superación y la consecuente neutralización de sus efectos inhibitorios en el funcionammento del equipo.

El nudo del conflicto estaba constituído básicamente por dos circunstancias críticas: a. Cierta inseguridad acerca de la homogeneidad de la conciencia del problemas específico (la imagen) en el conjunto de los integrantes; y b. La dificultad de vivenciar la relación de ajuste satisfactorio entre energía invertida por el equipo y resultados concretos obtenibles (poder de decisión)

El primer conflicto fue disuelto por la participación de los mismos integrantes del E.G. que mayoritariamente manifestaron su certeza de que dicha conciencia de lo problemático de la situación de la imagen era precisamente lo que quedaba probado por el mismo interés de participación en el E.G. y la intensidad de su funcionamiento.

En cuanto al segundo conflicto éste, que suele ser regular en las etapas de gestación de un grupo operativo, sintomatiza un temor a la frustación, sentimiento que debidamente elaborado y encauzado resulta eficaz.

La presencia de una componente traumática en la gestión inicial de un grupo operativo, debe considerarse como un hecho natural, y positivo en tanto síntoma inequívoco de la solidez del compromiso de los miembros con la nueva tarea a desarrollar. Se hace notar que la inmediatez y fluidez con que fuera verbalizado el conflicto facilitó su inclusión como un tema más de la labor regular del equipo, reduciéndose así su efecto inhibitorio y aumentándose la capacidad de totalización del problema por parte del equipo.

1.2.3. Crítica de la marca actual de INESCOOP

Surgido el comentario de que el programa de marca provisto por el Equipo EINA (I.A.EINA Nº 4) no incluía el cuestionamiento explícito de la marca existente, EINA argumentó lo siguiente:

- Que a partir de los múltiples contactos de trabajo previos a la labor contratada, se descontaba la existencia de sobrados antecedentes de una conciencia genera-

EINA Escola de Disseny
Avinguda de Vallvidrera, 44 bis
Barcelona 17
Telèfon 203 09 23

lizada de la no vigencia de la imagen general y de la marca en particular.

- Que EINA omitió intencionalmente la elaboración de un informe previo de análisis de la marca existente para evitar una mayor demora en la consecución del trabajo, dadas las demandas de celeridad que plantea la intensa actividad de comunicación de INESCOOP.

- Que dicho análisis ha sido indispensable para la elaboración del programa de marca y se infiere de los textos de dicho programa básicamente de los párrafos de "Fundamentación" de las decisiones. Extrayendo dichas críticas podemos enumerarlas del siguiente modo:

Del nombre: Se acepta el actual (Inescop) por economía de identificación (ver 2.1.1. informe cit.). Se cuestiona la doble-o por discordancia entre escritura y fonética real; por proveer una connotación no deseable a la idea de "cooperativa"; por aportar diversidad fonética en distintos idiomas (hecho muy crítico tratándose de una marca que exige un alto grado de internacionalidad); acentúa el aspecto no deseado de sigla, etc.

De la denominación oficial: Se critica su uso comunicacional corriente oues su "excesiva sequedad resta vitalidad al organismo, asociándolo a instituciones muy formales, burocratizadas, abstractas, sin funcion dinamica real.

Del logotipo: se cuestiona el divorcio entre nombre y símbolo por dispersión de identidad. Se cuestiona la tipografía vigente por excesivamente asociada al lenguaje comercial y porque pese a su "originalismo" no logra garantizar una mínima pregnancia visual.

EINA Escola de Disseny
Avinguda de Vallvidrera, 44 bis
Barcelona 17
Telèfon 203 09 23

De la marca propiamente dicha: Se cuestiona la utilización de símbolos realistas por ineficacia del método ("la actual marca cargada de alusiones metonómicas realistas" favorece la comunicación del "mayor nivel de totalización del sector, mayor autoridad, mayor eficacia y cientifismo, mayor abstracción y universalidad etc." pues "las alusiones empíricas a las diversas áreas de competencia tendrían que ser múltiples y por lo tanto imposibles de sintetizar en un solo símbolo".

En el cuestionamiento del criterio "simbolista" de la actual marca, se incluyó verbalmente el señalamiento de la tendencia culturalmente predominante a la utilización de símbolos más abstractos en el diseño de marcas.

1.2.4. Crítica al slogan propuesto por EINA

El E.G. informó de las dudas surgidas en su seno acerca de la eficancia del slogan que propusiera EINA ("asesoramiento y promoción del calzado español") dudas basadas exclusivamente en la utilización del término "promoción". Dicho término genera, según el E.G., una alusión a la labor específicamente publicitaria, que será función de un nuevo organismo servidor del Sector y que incluye dicho término en su denominación.

EINA sostuvo que el reparto en el uso de dicho término, de tenerseeen cuenta, deberá limitarse a razones de índole estrictamente táctica (posibles roces de "jurisdicciones" o competencias de ambas institudiones); aclarando que el término "promoción" es un

EINA Escola de Disseny
Avinguda de Vallvidrera, 44 bis
Barcelona 17
Telèfon 203 09 23

De la marca propiamente dicha: Se cuestiona la utilización de símbolos realistas por ineficacia del método ("la actual marca cargada de alusiones metonómicas realistas" favorece la comunicación del "mayor nivel de totalización del sector, mayor autoridad, mayor eficacia y cientifismo, mayor abstracción y universalidad etc." pues "las alusiones empíricas a las diversas áreas de competencia tendrían que ser múltiples y por lo tanto imposibles de sintetizar en un solo símbolo".

En el cuestionamiento del criterio "simbolista" de la actual marca, se incluyó verbalmente el señalamiento de la tendencia culturalmente predominante a la utilización de símbolos más abstractos en el diseño de marcas.

1.2.4. Crítica al slogan propuesto por EINA

El E.G. informó de las dudas surgidas en su seno acerca de la eficancia del slogan que propusiera EINA ("asesoramiento y promoción del calzado español") dudas basadas exclusivamente en la utilización del término "promoción". Dicho término genera, según el E.G., una alusión a la labor específicamente publicitaria, que será función de un nuevo organismo servidor del Sector y que incluye dicho término en su denominación.

EINA sostuvo que el reparto en el uso de dicho término, de tenerseeen cuenta, deberá limitarse a razones de índole estrictamente táctica (posibles roces de "jurisdicciones" o competencias de ambas institudiones); aclarando que el término "promoción" es un

EINA Escola de Disseny
Avinguda de Vallvidrera, 44 bis
Barcelona 17
Telèfon 203 09 23

concepto mucho más abarcador que el de "publicitación" o "promoción de ventas" y que incluye acciones de promoción más profunda tales como las de desarrollo en todas las esferas productivas (tecnología, diseño, moda, imagen,etc.).

1.2.5. Rediseño imagen física interior y equipamiento.

Se acordo el papel estratégico que posee el rediseño de la imagen exterior e interior del edificio de INESCOOP, subrayándose la eficacia previsible de la reorganización espacial del trabajo respecto del aumento de la eficacia de las relaciones operativas y de identidad de los distintos sectores componentes del organigrama.

El D.G. corroboró la actual necesidad de un reordenamiento integral tanto ergonómico como estético dadas las fuertes disfuncionalidades observables en la mayoría de las áreas.

1.2.6. Crítica de las acciones de comunicación actuales.

EINA señalo la ineficacia tanto externa como interna de algunas acciones actuales de comunicación llevadas a cabo por INESCOOP. Básicamente subrayó el desajuste entre la escala de las acciones programadas y los recursos internos reales. Este hecho redunda en una baja economía de la comunicación: grandes esfuerzos con pocos recursos producen bajos rendimientos.

Se señalo, por otra parte, que la inadecuada ponderación de los recursos necesarios para cada acción proyectada conducía frecuentemente a una incorrecta

EINA Escola de Disseny
Avinguda de Vallvidrera, 44 bis
Barcelona 17
Telèfon 203 09 23

distribución de las energías. Se ilustro este síntoma con el último desfile organizado por INESCOOP, donde se invirtió un caudal de energía inmenso en la producción de un hecho complejísimo -para los actuales recursos operativos de INESCOOP- que redundó en una acción plagada de errores de todo tipo (ver I.A.EINA Nº 6: 1.1.); mientras tanto, se desatendió por completo otra labor importantísima tal como el control de la comunicación periodística anterior y posterior de la acción, labor que requiere comparativamente un esfuerzo mínimo y garantiza un efecto máximo. Dicha negligencia produjo un desaprovechamiento altísimo de la energía invertida en la acción emprendida y, como agravante, permitió la aparición de comunicaciones francamente adversas y perjudiciales.

Como conclusión práctica, EINA reiteró la recomendación que realizara en su citado informe (I.A.EINA Nº 6, 1.1.4. c):

"En caso de eventos cuya complejidad exija el concurso "de oficios técnicos o artísticos concretos que no sean "de la competencia del equipo humano de INESCOOP, "(escenografía, coreografía, iluminación, montaje, etc.) "INSCOOP deberá delegar dichas funciones en profesionales "especializados, cuidando especialmente su selección. "En caso de que la aplicación de este criterio estuviera "económicamente fuera del alcance de INESCOOP, no se "deberá reducir la calidad de la realización del evento "sino reducir su complejidad hasta ponerlo al alcance "de los recursos reales.

Se insistió en la recomendación de reducir al máximo

EINA Escola de Disseny
Avinguda de Vallvidrera, 44 bis
Barcelona 17
Telèfon 203 09 23

las acciones de imagen hasta tanto no se cuente con el diseño concreto de las nuevas piezas de comunicación; y limitar el alcance de las acciones inevitables de modo de eliminar todo posible descontrol de la imagen.

1.2.7. Capacitación técnica de los miembros del E.G.

Hubo acuerdo general acerca de la conveniencia de recurrir a formas de funcionamiento paralelas a las regulares, de modo de reforzar la capacitación técnica de los miembros del E.G., en lo que a la gestión de imagen se refiere.

Se señala que los objetivos concretos de dicha capacitación no deberian limitarse a la iniciación o profundización de conocimientos teóricos específicos (Comunicación, Semiología, Diseño, Teoría de la Imagen, etc.) sino a facilitar una visión más amplia del contexto del problema y el desarrollo de habilidad práctica en el manejo de situaciones de comunicación; cierta "ejercitación creativa" y "descompartimentación" tanto respecto de las especialidades técnicas de cada miembro como respecto del entorno cultural imediato.

1.2.8. Estimación del plan de trabajo para el año.

Una vez discutidas las posibilidades de acciones de diseño concretas, conforme a la estimación de los ritmos de trabajo reales de los equipos participantes; se llegó al siguiente plan de trabajos:

1. Informe de E.G. a dirección sobre los informes I.A. EINA Nos. 4 y 5.
2. Elaboración del presente informe 1/A EINA nº 7, conteniendo el acta de las reuniones mantenidas

EINA Escola de Disseny
Avinguda de Vallvidrera, 44 bis
Barcelona 17
Telèfon 203 09 23

EINA

en Elda el 15-4-80 y las aclaraciones y desarrollos solicitados a EINA por el E.G.

3. Aprobación del informe del E.G. por parte de Dirección.
4. Elaboración por parte de EINA del progama estimativo de rediseño de arquitectura e interiorismo incluyendo diagnóstico del estado actual. (I.A. EINA Nº 8).
5. Elaboración del programa definitivo de rediseño arquitectura e interiorismo a partir de las consultas a realizar con el E.G. y los distintos sectores de INESCOOP.
6. Estudio de repertorio de medios de comunicación (I.A. EINA Nº 9) de cara a facilitar la elaboración de programa de diseño de aplicaciones de la marca.
7. Desarrollo de rediseño arquitectura e interiorismo.
8. Elaboración del programa de diseño de aplicaciones de la marca (I.A. EINA Nº 10).
9. Elaboración programa de diseño de sistema expositor.
10. Desarrollo diseño sistema expositor.
11. Elaboración programa de señalización interior y exterior del edificio.
12. Desarrollo de diseño de señalización interior y exterior del edificio.

Se estimó que con anterioridad a las vacaciones de verano (Julio o Agosto) tendrian que cubrirse las cinco primeras acciones. Esta estimación implica que el lanzamiento de la imagen de marca no se realizará en la próxima Modatecc de Junio.

EINA Escola de Disseny
Avinguda de Vallvidrera, 44 bis
Barcelona 17
Telèfon 203 09 23

EINA

1.3. Acuerdos

1.3.1. Se acordaron criterios generales para la reunión inmediata del Colectivo INESCOOP, en la que el E.G. presentaría a los representantes del Equipo EINA al conjunto de los miembros de INESCOOP.

1.3.2. Se acordo realizar una reunión integrada por tres representantes del E.G. y los representantes del Equipo EINA con la Dirección, con el siguiente temario.

a. Aclaración por parte de la Dirección de los alcances de la capacidad de programación del E.G.

b. Presentación de plan de trabajos anterior a la Dirección, y acuerdo de fechas estimativas.

c. Acuerdo de criterios de elaboración de programa de rediseño de arquitectura e interiorismo.

d. Replanteo forma de cobro de honorarios por parte de EINA.

EINA Escola de Disseny
Avinguda de Vallvidrera, 44 bis
Barcelona 17
Telèfon 203 09 23

EINA

2. Reunión del Colectivo de INESCOOP.

2.1. Conforme a lo planeado se realizo una reunión del Colectivo de INESCOOP con el objetivo de presentar oficialmente a los representantes de EINA y aclarar el sentido general del plan de rediseño de imagen procesado a través de su Equipo de Gestión.

2.2. El Sr. Francisco Santonja, por el E.G., presentó a los miembros presentes del Equipo EINA y realizó una caracterización general del plan de rediseño de imagen.
El Sr. Xavier Olivé, por EINA, caracterizó a la Escuela EINA resaltando la importancia que tradicionalmente ésta otorgara a las actividades extracurriculares (seminarios abiertos, eventos culturales, etc.) y a los temas de integración en la problemática del contecto cultural reals (actividades de servicio a instituciones). El Sr. Olivé explicó el modo de integración del Equipo EINA a cargo de la prestación del asesoramiento a INESCOOP.
El Sr. Norberto Chaves desarrolló una explicación del sentido más general del servicio que está prestando la Escuela EINA a INESCOOP, resaltando tres conceptos fundamentales: a. el plan de rediseño de imagen implica el desarrollo explícito de una identidad corporativa y no meramente una fachada publicitaria; b. el plan de rediseño de imagen resulta de una acción colectiva entre EINA e INESCOOP y no una mera adquisición de un producto elaborado por EINA; c. el plan de rediseño de imagen implica una transferencia de capacidad técnica en la competencia de la imagen y no una mera asistencia exterior.

2.3. Para finalizar, miembros de INESCOOP realizaron algunas preguntas y formularon opiniones tendientes a clarificar el sentido de la labor emprendida.

EINA Escola de Disseny
Avinguda de Vallvidrera, 44 bis
Barcelona 17
Telèfon 203 09 23

EINA

3. Reunión EINA - E.G. - DIRECCION

3.1. Conforme a lo planeado en la primera reunión, se realizó la reunión de representantes de EINA y del E.G. con la Dirección de INESCOOP, satisfaciéndose el temario previsto.

3.2. La dirección confirmó la autoridad del E. G. para planificar las acciones de imagen y para detener aquellas cuyo control no sea garantizable y que impliquen riesgos de deterioro de obstaculización del proceso de rediseño de imagen.

3.3. Dirección acordó con el programa de trabajos presentado en conjunto por EINA - E.G., e informó que estaría en condiciones de dar contestación al informe de E.G. aproximadamente el 24-4-80, lo cual permitiría avanzar con el plan de rediseño de la marca de INESCOOP.

3.4. Se acordó que el programa de interiorismo que presentará EINA (próximo I.A. EINA Nº 8) será a título estimativo y se usará como base para la participación de los integrantes de INESCOOP en la crítica y perfeccionamiento del programa definitivo.

3.5. Dirección encargo a EINA la propuesta de un programa de seminario de introducción a la problemática de la imagen para reforzar la capacitación del E.G.
EINA realizo una caracterización del tipo de seminarios necesario basada en los criterios siguientes:

a. Que no tendría que ser exclusivamente un seminario académico, sino una experiencia de sensibilización pràctica con apoyo teórico.

b. Que el seminario tendria que realizarse en Barcelona,

EINA Escola de Disseny
Avinguda de Vallvidrera, 44 bis
Barcelona 17
Telèfon 203 09 23

EINA

de modo de aprovechar los recursos de dicho medio cultural como parte del programa de sensibilización.

3.6. Se acordó en sustituir el actual método de transferencia de fondos por el envió por correo de talón nominativo como vía más eficaz de pago de los honorarios de EINA.