

**A la atención del Sr. Gerente/Presidente del
Consejo Regulador de la Denominación de Origen
Valle de La Orotava**

Parque Recreativo El Bosquito, s/n.
Urb. La Marzagana, La Perdoma
38315 La Orotava. Tenerife

Estimado Sr.

Mi nombre es Matthias Beck y me dirijo a usted como presidente de la Asociación de Profesionales y Empresas de Diseño de Canarias (di-Ca), en referencia al "Concurso de logo 20 aniversario de la denominación de origen Valle de La Orotava y su Consejo Regulador" convocado por su entidad a través de su página web y diferentes medios de comunicación: (<http://www.dovalleorotava.com/noticias-blog/83-concurso-de-logo-20-aniversario>).

Tras tener conocimiento de esta iniciativa y leer las bases publicadas del mismo, hemos detectado varios puntos que no se ajustan a los estándares de calidad mínimos exigibles en concursos de diseño promovidos desde instituciones, que atentan contra la integridad del colectivo profesional que representamos. Teniendo en cuenta, además, la importancia de las denominaciones de origen específicas como la suya, que aportan calidad, rigor y prestigio al sector vinícola y, por ende a las Islas, consideramos de esencial interés exponerle los puntos concretos que, desde nuestro punto de vista, no se ajustan a la convocatoria de un concurso para la imagen conmemorativa de una institución.

En el punto **2. Participantes**, se cita:

"Persona física o jurídica con una única propuesta. Incluyendo nombre y/o seudónimo, DNI o CIF, email y teléfono de contacto. Los miembros del jurado no participarán. "

Entendemos que no cualquier persona tiene los conocimientos técnicos necesarios para realizar una marca que debe posteriormente cumplir unos objetivos estratégicos y respaldar el trabajo de las instituciones a las que representa, y que, por el contrario, debe recurrirse a los profesionales del sector como en cualquier otro ámbito industrial y económico.

Si este punto tuviese como objetivo abrir a la participación ciudadana su convocatoria o realizar con el propio concurso una campaña de difusión (acción de prensa) del proyecto y que este fuese elegido de manera

pública, existen otras fórmulas más adecuadas que aseguran a la entidad convocante la calidad y objetivos de esa marca y el cumplimiento de los objetivos de comunicación. Fórmulas como por ejemplo un jurado competente conformado entre otros por profesionales, donde se realice una preselección de propuestas que deberían ser remuneradas y que posteriormente se llevan a votación pública.

En el punto **4. Características del diseño**, se cita:

“En formato electrónico en CD o DVD tipo bmp, gif, jpg, tif o vectorial si el archivo contiene imágenes, recomendando la mayor resolución posible. Debe incluir una ficha técnica del logotipo (tipografía, colores, según nomenclatura habitual, relación de tamaños, etc.) y una breve explicación de un folio máximo de la idea y explicación del mismo.”

La redacción de este apartado resulta confusa y poco concreta. No se especifica qué contenido debe figurar en el logotipo y qué aspectos deben tenerse en cuenta ni cuáles serán las diferentes adaptaciones requeridas. Además, el uso de tipografías también está suscrito a los Derechos de Propiedad Intelectual, por lo que su uso (derecho de explotación) debe ser remunerado a su autor.

Un servicio profesional de diseño le asesora en la selección tipográfica más acorde al mensaje que desea transmitir, y le indica los pasos que deben realizarse para la adquisición, si fuera necesaria, de familias tipográficas para su explotación en documentos oficiales.

En el punto **6. Premio**, se cita:

*“El diseño ganador será la imagen de las actividades y documentos relativos a la conmemoración del aniversario, además de:
Premio en metálico de 200 euros.
Publicidad de su nombre, empresa, página web o usuario en redes sociales, en cada uno de los más de 30000 tickets que tendrán los clientes de la Presentación de La Cosecha de los vinos, el miércoles 10 de Junio, en el municipio de La Orotava.. “*

El hecho de que el diseño ganador aparezca en la imagen de las actividades que se organicen no es un premio. Ceder el derecho de su uso no debe ser entendido como premio sino todo lo contrario, ya que debe conllevar una remuneración económica acorde a la importancia del mismo y la visibilidad que la Institución recibe al convocar este concurso.

La publicidad que la Institución que Ud. representa va a obtener gracias al concurso, debiera verse reflejada en el valor del premio. Un pago bajo, deja entrever el valor que se le da al conjunto del proyecto. Un logotipo no es un adorno, es la cara de su empresa, producto o proyecto. Una mala imagen siempre hablará mal de lo que hay detrás.

Tenga en cuenta, además que, cuando un profesional se presenta a concurso, lo hace invirtiendo muchas horas de su trabajo, haciendo uso de su tiempo y de sus recursos para trabajar la idea, sin tener seguridad de recibir un pago a cambio. Ese riesgo que asume el diseñador también hay que saber valorarlo.

Desde dl-CA sugerimos que los concursos, como mínimo, deben ofertar un premio superior al precio de mercado si se contratara de forma directa, ya que la publicidad que recibe la institución convocante tiene un alcance mucho mayor, llegando incluso a los clientes de nuestros asociados, los cuales no justificarían el pago de honorarios si, en paralelo, aceptamos participar en un concurso cuyo premio es inferior al coste real del trabajo realizado.

El principal compromiso de un profesional es el de ofrecer un trabajo de calidad y por eso es altamente improbable que participe en concursos en los que el premio no se corresponga con la realidad de precios del mercado, ya que las posibilidades de perder son muy altas, y por tanto, las muchas horas de trabajo dedicadas no serán remuneradas.

En el punto **7. Jurado**, se cita:

“D. Agustín García Farrais, enólogo de la bodega Tajinaste e impulsor del proyecto Vinófilos.

D. Enrique Camacho Rodríguez, Jefe de Producción Artística, Auditorio Adán Martín de Tenerife.

D. Francisco Javier García Lima, Ex Presidente del Consejo Regulador de la DO Valle de La Orotava y Fotógrafo móvil con consolidada presencia en Instagram, bajo el seudónimo @instafraner.

Dña. Sara Royo Hernández, Fotógrafa con estudios de arte y autora de la campaña Vinos con Talento.

Dña. Vanessa Acosta Sálamo, Especialista en Marketing vinícola, diseñadora gráfica y sumiller. “

En relación al jurado, ICOGRADA, Organismo Internacional de Diseño Gráfico, establece en sus criterios aprobados internacionalmente para

jurados de concursos de diseño que, por lo menos el 50% del mismo debe estar compuesto por diseñadores en activo. De esta forma, se aseguraría que los criterios técnicos, de objetivos y de comunicación establecidos prevalecen frente a criterios subjetivos. En el caso que nos ocupa, de las cinco personas que componen el jurado, solo una de ellas ejerce como tal.

Una vez argumentada nuestra postura con respecto al concurso que convoca, le rogamos rectifique dichas bases de acuerdo con lo expuesto.

Desde di-Ca, la Asociación de Profesionales y Empresas de Diseño de Canarias, ponemos a su disposición los servicios que prestamos con carácter gratuito para la mejora del ámbito profesional del diseño en las islas.

- Asesoría para Bases y Pliegos Técnicos de concursos de Diseño. (Certificado por di-CA)
- Jurados especializados para concursos de Diseño. Asesoría para la contratación de servicios de Diseño como factor de Innovación a través de las líneas subvencionadas del Gobierno de Canarias.
- Convenios con instituciones para obtención de descuentos en los servicios de diseño de nuestros asociados.
- Difusión entre las empresas de los beneficios de la innovación en diseño y su correcta gestión.
- Difusión de contenidos avanzados y buenas prácticas en la gestión estratégica del diseño.
- Contribuimos a la internacionalización del diseño canario. Su proyección exterior contribuye a reforzar la imagen de progreso y modernidad de la Comunidad Canaria.
- Contamos con un directorio de profesionales de las distintas ramas del diseño (gráfico, multimedia, audiovisual, industrial, producto, interiores,...).

Esperando su respuesta, reciba un cordial saludo.



di cã | Asociación de Profesionales y
Empresas de Diseño de Canarias
G-38986725

Matthias Beck
Presidente de di-Ca