



# La innovación del Diario de las Bellas Artes se divulga en Salamanca

## El congreso internacional de comunicación aborda el arte y las propuestas digitales

Isabel Muñoz  
Salamanca

El proyecto El Diario de las Bellas Artes, la iniciativa de DIARIO DE TERUEL y el grado de Bellas Artes de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas del Campus de Teruel, destacó en el Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC) celebrado en la Universidad de Salamanca como un ejemplo de innovación a partir de un soporte tradicional como el periódico de papel en el que se apuesta por nuevas formas de contar las noticias y que incorpora la interactividad y la realidad aumentada. El director de DIARIO DE TERUEL, Chema López Juderías, y la coordinadora en el grado de Bellas Artes de este proyecto, Silvia Hernández Muñoz, presentaron ayer en esta reunión científica la comunicación Diario de las Bellas Artes, innovando desde el papel a la comunicación digital en una sesión sobre Comunicación y cultura digital centrada en Arte y propuestas digitales.

López Juderías explicó cómo surgió este proyecto en el año 2015, con el objetivo de sustituir en el periódico de un día las tradicionales fotografías por obras de arte realizadas específicamente para cada noticia por alumnos y profesores del grado de Bellas Artes y que son ya cuatro las ediciones que se han publicado con un excelente resultado y una gran proyección. "La idea no es hacer un número especial sino que el reto es poder narrar las noticias de la edición íntegra de un día cualquiera de DIARIO DE TERUEL con una fórmula diferente y pionera", comentó el director del periódico turolense quien añadió que se quiere "visibilizar el talento que hay en las aulas del Campus y proyectarlo a la sociedad". Al mismo tiempo, López Juderías señaló que este proyecto trata también de reivindicar el periódico de papel y mostrar sus posibilidades de innovar en el marco de la actual cultura digital y que "los alumnos hicieran de arte periodistas".

También destacó que se apuesta por el trabajo en equipo e interdisciplinar en el que han participado más de 20 profesores universitarios, 164 alumnos y 22 profesionales de la comunicación en sus primeras tres ediciones. "Periodistas y artistas han trabajado de forma conjunta, interactuando durante todo el proceso", comentó López.

La investigadora Silvia Hernández recordó que esta iniciativa pretende también dar visibilidad al grado en Bellas Artes, sus disciplinas y capacidades mediante una práctica real con una metodología activa a través del aprendizaje basado en proyectos. Los alumnos consiguen un con-



Chema López Juderías (izda.) y Silvia Hernández, durante la presentación en la Universidad de Salamanca



El público que asistió a la sesión se mostró interesado y participativo tras la exposición sobre El Diario de las Bellas Artes

tacto con el mundo laboral y una experiencia en la que pueden aplicar los conocimientos aprendidos en la Universidad y que además tiene una amplia difusión.

Asimismo, la profesora del Campus de Teruel explicó que de forma pionera el Diario de las Bellas Artes busca la innovación en los periódicos en papel mediante las nuevas tecnologías de la creación y multimedia y que incorpora noticias interactivas, multimedia y realidad aumentada. A la interactividad de la versión en papel se accede mediante internet, desde teléfonos móviles, tablets u ordenadores.

"Las páginas del Diario de las Bellas Artes están llenas de secretos", aseguró el director de DIARIO DE TERUEL.

Los asistentes a la comunicación pudieron comprobar ellos

mismos esta apuesta ya que se llevaron algunos ejemplares de las cuatro ediciones. Hernández también comentó que "los formatos y las técnicas son muy variados y siempre adaptados a cada reportaje". Entrevistas-cómic, esculturas, pintura, collages, grabado, litografía y un largo etcétera para lograr siempre el máximo protagonismo de las obras artísticas. La propia maquetación del periódico se transforma dedicando más espacio y protagonismo para la imagen y con licencias que no son habituales en el día a día del periódico: se juega con las tipografías, el número de columnas e incluso su forma se transforman para apoyar el mensaje de la manera más visual posible. "La interactividad y la realidad aumentada tienen un protagonismo indiscutible en estos periódicos que se leen de manera activa y que guardan más de

una sorpresa en cada una de sus páginas", comentó la investigadora. A través de códigos QR o convirtiendo las propias ilustraciones en un código se pueden acceder a vídeos, a animaciones con realidad aumentada, cuadernos de artista digitales, infografías con la técnica del Visual Thinking, entre otras propuestas destinadas a narrar la actualidad desde diferentes perspectivas y hacerlas más atractivas al lector.

El cuarto Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC) que se celebra en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Salamanca con el lema Comunicación y Conocimiento es el congreso más importante a nivel nacional en el ámbito de la comunicación y cuenta también con una importante proyección sobre todo el Iberoamérica.

### •PROYECTOS•

## El arte y la comunicación desde diferentes perspectivas

El proyecto turolense compartió sesión con trabajos como *Comunicación y Inteligencia Artificial: tecnología Watson* en el proyecto *A Voz da Arte* en la Pinacoteca de São Paulo, de los investigadores Márcia Siqueira Costa Marques y Maria Carolina Garcia del Centro Universitário Belas Artes Brasil, y *Arte digital: construcciones de paz a través de creativities amateurs 360*, presentado por Sergio Alvarado Vivas, de la Corporación Universitaria Minuto de Dios de Colombia.

Márcia Siqueira explicó la experiencia *La Voz del Arte* que utilizó inteligencia artificial desarrollada en una exposición en Sao Paulo. A través de un smartphone y sensores en las obras de arte se logró dar mayor información e interacción con la obra de arte y que el espectador tuviera una aplicación sencilla de inteligencia artificial que se diferencia de otros mecanismos de búsqueda porque es más interactivo, por ejemplo, se pueden hacer preguntas sobre las obras. El proyecto da una nueva perspectiva a la forma de acercarse a un museo.

Por su parte, Sergio Alvarado presentó un proyecto que ha combinado cibercultura, arte digital y comunicación alternativa. A partir de relatos y obras de arte relacionadas con la violencia, los estudiantes hacen sus reinterpretaciones y posteriormente hicieron vídeos y un producto final multimedia que lograra un acercamiento inmersivo a estos relatos.

El Congreso contó con tres plenarios-ejes dedicados a Psicología de los Medios y Conocimiento, Comunicación, Educación y Conocimiento, y Economía Política de la Comunicación y el Conocimiento.

Desde la organización del congreso se destacó la importancia de investigar y analizar los grandes cambios que está generando el desarrollo de la sociedad del conocimiento y en especial el papel de la comunicación en esta transformación.