



Resolución del Concurso Internacional de ideas para el logotipo de la Universidade de Vigo

El viernes 31 de Octubre se reunió, en instalaciones de la Universidade de Vigo, el jurado que según lo dispuesto en el punto séptimo de las bases de la convocatoria, estuvo compuesto por:

- Presidente: Lluís Morón, Director General de la Fundación Signes.
- Vocales:
 - Alan Baines (BA Honours) Graphic Design Course Director) Central Saint Martins College of Art and Design.
 - Geoff Fowle (MA Communication Design Course Director) Central Saint Martins College of Art and Design.
 - Alvaro Sobrino, editor de Visual.
 - Fernando Suárez Cabeza, director de la Área de Imaxe de la Universidade de Vigo.
 - Secretario: Iván Area, vicerrector de Relaciones Institucionales de la Universidade de Vigo.

La amplia repercusión del concurso tuvo como resultado la recepción de 636 propuestas para participar en el concurso, destacar dentro de esta alta participación los trabajos que vinieron desde países como Argentina, Eslovaquia, Estados Unidos, Inglaterra, Portugal o Serbia.

En una primera fase los miembros del jurado, teniendo en cuenta lo establecido en el punto octavo de las bases de la convocatoria, escogieron individualmente aquellas propuestas que les parecieron más interesantes, seleccionando, de entre todos ellos, los 34 trabajos finalistas.

En la segunda fase y después de un análisis riguroso de cada una de las propuestas finalistas, nuevamente según lo establecido en el punto octavo de las bases que rigen el concurso de ideas, el debate se centró en dos ideas; dos conceptos dispares y arriesgados, y que a juicio de los miembros del jurado, recogían los planteamientos y los valores que representa la Universidade de Vigo.

La primera propuesta, presentada bajo el seudónimo de Fluto, representa en 3D una malla de construcción que da forma a las iniciales de la Universidade UV. De esta propuesta se valoró su carácter escultórico, expansivo y evolutivo, posibilitador de movimiento, transformación y generador de nuevas formas; características y valores que refleja la propia Universidade. También se tuvo en cuenta, su integración conceptual con la orografía gallega, así como, con el proceso constructivo y la apuesta arquitectónica que la Universidade de Vigo está llevando a cabo. Finalmente, se valoró su capacidad de generar imágenes en movimiento que los nuevos medios digitales propician, considerando que es una idea abierta y que a partir de ella se pueden realizar múltiples desarrollos en función de las necesidades de la institución.

La segunda propuesta de carácter tipográfico está basada en la contracción UniversidadeVigo. Los miembros del jurado consideraron que soluciona uno de los problemas de comunicación que generan los logotipos basados en siglas cuando se necesita visibilidad fuera del entorno cercano y donde la institución no es conocida. El mantener en el logotipo el término completo de Universidade posibilita su conocimiento en cualquier idioma. Dentro de las propuestas que partían de esta idea, basadas en la contracción de UniversidadeVigo los miembros del jurado se decantan por la presentada bajo el seudónimo de John, propuesta donde el desplazamiento de la sílaba "de" genera una marca con amplio contenido simbólico y gran fuerza visual.

Después de los oportunos debates sobre las posibilidades que ambos caminos conllevan, el jurado decide proponer al Rector la selección de dos primeros premios, lo cual posibilitará desarrollar en la siguiente fase un logotipo que parta de las dos ideas premiadas y sume los valores de ambas.

Una vez abiertas las plicas, las propuestas ganadoras corresponden a:

- Propuesta número 404, bajo el pseudónimo FLUTO, que corresponde a Alberto Moreno Pike, con DNI 36134731-Y.
- Propuesta número 048, bajo el pseudónimo JOHN, que corresponde a Pablo Martín Badosa, con DNI 46224069-A.

Desde el Jurado y desde la Universidade de Vigo se felicita a los concursantes ganadores y se agradece a todos los demás su participación.