

Joan Costa **Barcelona/España**

Joan COSTA es comunicólogo, diseñador, sociólogo e investigador de la comunicación visual. Es consultor de empresas y profesor universitario.

Joan Costa funda en 1975, y preside, la Consultoría en Imagen y Comunicación, CIAC International, con sedes en Madrid, Barcelona y Buenos Aires, dedicada al diseño e implementación de programas globales de Identidad e Imagen Corporativa.

Joan Costa ha dirigido más de 300 programas de Comunicación, Imagen e Identidad Corporativa para empresas e instituciones de diferentes países de Europa y América Latina, entre otras: Banamex, Banco Nacional de México; Nueva Terminal Internacional del Aeropuerto de Ciudad de México (México); Banco de Bogotá (Colombia); Banco Galicia (Argentina), Banco Comercial Portugués; Crédit Lyonnais, Banco Nacional Ultramarino, Nova Rede e Império (Portugal); Groupama Assurances y Pernod Ricard (Francia) Deutsche Bank (Alemania); International Group Insurances Zurich y Plethora Holding (Suiza); Selsime Elettronica (Italia); Amaleen (Gran Bretaña); Comité Económico y Social de la Unión Europea (Bruselas); entre muchas otras organizaciones e instituciones. En España: Grupo Telefónica, MoviLine, MoviStar, Telefónica Móviles, Repsol-YPF, Caja de Madrid, IBM, Inespal, Iberia y Viva Air (líneas aéreas), BBVA, Cajas Rurales, Unicaja, BSCH, Uniseguros, Bilbao Bizkaia Kutxa (BBK), ServiRed, Lladró, Terra Networks, Grupo Agbar, Aigües de Barcelona, Caixa de Catalunya.

Actividades didácticas

Costa es Catedrático de Diseño y Comunicación Visual, Universidad Iberoamericana de Puebla, México. Director Internacional de Diseño, Universidad de Arte, Ciencia y Comunicación, UNIACC, de Chile.

Joan Costa, que comparte la consultoría de empresas con la didáctica y la investigación, ha sido profesor de comunicación visual en la Escuela Elisava y, profesor de Comunicación e Imagen en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Autónoma de Barcelona. Actualmente profesor invitado en el Máster de Dirección de Comunicación de Empresa en la misma Universidad, y profesor del Máster Psicocreatividad en el Instituto de Comunicación Integral (ICOMI), del que es cofundador. Asimismo, colabora regularmente con el Instituto Europeo de Design (Milán, Madrid). Este instituto ha creado la asignatura La esquemática en el curso de Diseño Digital, basada en su libro del mismo título.

Joan Costa ha impartido cursos en la Universidad Louis Pasteur (Estrasburgo), Université Technologique de Compiègne (París), Congreso Internacional de Fotografía (Venecia), Laboratorio de Fenomenología de la Fotografía (Milán), Universidad Anáhuac, Universidad Intercontinental, Universidad Nacional Metropolitana, Universidad de las Américas, (México), Oficina Nacional de Diseño Industrial ONDI (La Habana), Universidad de Santo Tomás, Universidad Austral, Instituto para el Estudio de la Comunicación Institucional, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, UCES, y Universidad de Derecho (Buenos Aires), Universidad Siglo XXI (Córdoba, Argentina), Congreso Brasileño de Semiótica y Universidad de São Paulo (Brasil), Reinisches Landesmuseum (Colonia, Alemania), entre otros.

De formación autodidacta, se ha situado en el mundo de la comunicación entre personalidades fundamentales del ámbito científico, como Gillo Dorfles, Angelo Schwartz, Vilém Flusser, Umberto Eco, Luc Janizevski, Elisabeth Rohmer, Victor Schwach y Abraham Moles, con quien ha escrito conjuntamente varias obras sobre diseño y comunicación en España, Argentina y Francia.

Costa es autor de más de dos docenas de libros

(bibliografía adjunta) y de centenares de artículos sobre imagen, diseño y comunicación publicados en diferentes países de Europa y América Latina. Costa es el creador y director de la primera Enciclopedia del Diseño publicada en el mundo (Ediciones Ceac, Barcelona) y asesor de la Biblioteca Internacional de Comunicación (Editorial Trillas, México).

Costa es miembro fundador de la Association Internationale de Micropsychologie Sociale des Communications (Estrasburgo), de la Standing Conference on Organisational Symbolism and Corporate Communications, SCOS (Suecia) y de la Asociación Brasileira de Semiótica (São Paulo). Es miembro del Comité Científico de la Fundación para el Desarrollo de la Función Social de las Comunicaciones, Fundesco, Madrid, y de la revista DX, Estudio y Experimentación del Diseño, México.

Costa ha sido galardonado por el Art Directors Club de New York, 1987; Premio de la revista Control y Premio Liderman de Relaciones Públicas (España 1988), Premio Liderman Internacional de la Comunicación y Premio de la Generalitat de Catalunya 1989. Finalista del Premio Fundesco de Ensayo 1993 y ganador del Premio Fundesco de Ensayo 1994.

Bibliografía de Joan Costa

La Imagen y el impacto psico-visual

La Identidad Visual

La imagen de empresa, métodos de comunicación integral

El lenguaje fotográfico

Imagen y Lenguajes (en colaboración con Cristian Metz, Jacques Bertin y Román Gubern)

Imagen Global Seleccionado por el Art Directors Club de New York

Señalética

Foto-Diseño (en colaboración con Joan Fontcuberta)

La Letra (en colaboración con Gerard Blanchard)

Expressivitat de la imatge fotogràfica Premio a la Investigación sobre comunicación de masas, otorgado por el Centre d'Investigació de la Comunicació, de la Generalitat de Catalunya. Barcelona 1989.

La physique des sciences de l'homme (en

colaboración con Edgar Morin, Yona Friedmann
y otros)
Grafismo Funcional (en colaboración con
Abraham Moles)
Imagen Didáctica (en colaboración con
Abraham Moles)
Envases y Embalajes, factores de economía
La Fotografía, entre sumisión y subversión
Identidad Corporativa y Estrategia de Empresa.
25 casos prácticos
Imagen Pública, una ingeniería social
Reinventar la Publicidad Finalista del Premio de
Ensayo Fundesco. Madrid 1993
Identidad Visual Corporativa
Diseño, Comunicación y Cultura Premio
Funesco de Ensayo. Madrid 1994
Comunicación Corporativa y Revolución de los
Servicios
La Esquemática. Visualizar la información
Publicidad y diseño (en colaboración con
Abraham Moles)
La Comunicación en Acción
Imagen Corporativa en el siglo XXI.