

# Imagem y Comunicación

La Revista Oficial del DirCom



Competir en un  
entorno cambiante

El valor de los principios y la  
coherencia

La fe por el señor de los  
Milagros en los tiempos  
modernos

Acciones de comunicación que generan  
seguidores en la plataforma digital

El impacto que deja el  
atentado en Chile  
Alertas y  
pronunciamientos

EDICIÓ  
Nº 58  
Octubre  
2014

## JOAN COSTA

Esencia personal y  
profesional de un visionario

Entrevista a Andreu Barrabino, autor de la  
tesis doctoral "Radiografía de una mente  
creativa".





# EDITORIAL

## UNA MIRADA A LA VIDA DE JOAN COSTA

COMUNICÓLOGO, SOCIÓLOGO, DISEÑADOR,  
INVESTIGADOR Y METODÓLOGO, DE  
FORMACIÓN AUTODIDACTA

Lillian Zapata  
Directora

**E**s para la revista Imagen y Comunicación un honor presentar diversos aspectos plasmados en el reciente trabajo de tesis doctoral realizado por el colega Andreu Barrabino, comunicador, psicólogo y seguidor de Joan Costa, quien nos acerca a su vida en la más amplia dimensión a través de su estudio titulado: “Radiografía de una mente creativa. El caso del comunicólogo Joan Costa.

Joan, como revela Barrabino en su investigación, se caracteriza por ser una persona de absoluta sencillez, de permanente escucha y pensamiento lúcido, que se adelantó a su época cuando en la década del 70 escribió el libro: “La imagen de empresa, métodos de comunicación integral”, escrito que ya hablaba de un enfoque global de la comunicación en las organizaciones, cuando éstas estaban más enfrascadas en temas publicitarios y muy lejanas a lo que significaba un enfoque holístico en la actividad comunicativa.

Costa, investigador nato, se cultivó a sí mismo desde siempre, se inventó y se reinventó, creó y perfeccionó sus planteamientos y métodos con el fin de aportar al conocimiento. Escribió todo aquello que más tarde le significaría una mayor reflexión y que se convertiría en parte de la galería de sus más de 40 libros.

La vida de Joan siempre ha estado marcada de permanentes retos tanto en lo personal, incluyendo su salud, como en lo profesional y ha sabido darle giro a las cosas gracias a ese espíritu que lo caracteriza de mirar siempre con optimismo y entusiasmo lo que haya que vivir o esté por venir.

Esa actitud positiva y buena disposición, que resulta fundamental para abrirse camino en la vida, sumado a su carisma e inquietud por el saber, lo ha llevado a ser reconocido en España, Argentina y Perú como doctor “honoris causa”, por su contribución a las ciencias de la comunicación.

Costa, ha sabido trascender más allá de sus fronteras, asesorar a entidades públicas y privadas; acercar a cientos de estudiantes de maestría a sus conocimientos y crear posteriormente su Master DirCom, una propuesta de estudios dirigida a preparar a los directores de comunicación bajo una mirada integradora e integral de la comunicación en las empresas e instituciones, con un claro liderazgo y apertura a la escucha en donde fundamentalmente esté presente el interés por las personas.

Joan ha logrado destacar como consultor y académico en España y fuera de ella. Ha aplicado sus teorías en la práctica y ha optimizado contenidos teóricos basándose en la experiencia. Frente a situaciones difíciles ha sabido poner por delante su claridad de mente, aplicar el entendimiento y trabajar en equipo para lograr exitosas intervenciones cuando es requerido.

Han transcurrido cuatro décadas desde que Joan se embarcó acertadamente en el carril de la comunicación, en momentos en que la profesión no era considerada como lo que hoy viene logrando y es valorada como parte esencial en la estrategia general de las organizaciones.

He visto a Joan en diferentes intervenciones, siempre muy querido y admirado por el público que sabe de su andar. Desde que lo conozco, he visto en él muchas ganas por seguir emprendiendo cosas, entusiasmarse con nuevos proyectos, así como establecer lazos entre unos y otros para que se puedan cristalizar emprendimientos.

Costa es imparable e imbatible y me alegra ver que sigue vibrando a sus 88 años con cada creación que impulsa y por cada espacio en el que interviene, sin duda es un ser admirable por su constancia en lo que hace y vitalidad puesta en escena.

En la presente edición compartimos una interesante entrevista realizada a Andreu Barrabino, quién escogió acertadamente al comunicólogo para su flamante tesis doctoral.



# JOAN COSTA

Esencia personal y profesional  
de un visionario

Entrevista a Andreu Barrabino, autor de la tesis doctoral "Radiografía de una mente creativa".

*Joan Costa, doctor "honoris causa" por la Universidad Jaume I, de la Comunidad Valenciana, España, por la Universidad Siglo 21, Córdoba, Argentina y por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima, ha sido motivo de inspiración recientemente de una tesis doctoral que encarna su esencia personal y profesional. El autor Andreu Barrabino, psicólogo, alumno del maestro Costa y actual vicedecano de la Universidad Abat Oliba-CEU de Barcelona, nos muestra la radiografía de una mente creativa, título de un minucioso trabajo que muestra el caso del comunicólogo en aspectos poco conocidos que generan interés y admiración.*

Entrevista:

**Lillian Zapata**

Directora de la Revista Imagen y Comunicación y de la consultora LZO Imagen y Comunicación



### **Joan Costa ha sido el protagonista de su trabajo de investigación para alcanzar el grado de Doctor, ¿cómo surge la relación y aproximación con el maestro?**

La relación con Joan Costa se inició ya hace unos cuantos años, era la primera vez que él ejercía como profesor y era algo especial, porque éramos la primera promoción, o sea anteriormente los estudios de publicidad no eran estudios universitarios, eran estudios que se seguían en una escuela afín, por lo tanto se generó una relación muy especial entre los alumnos y los profesores, porque para muchos docentes era la primera vez que se recibían como profesores profesionales. La formación en publicidad era obligada en aquella época, y Costa, manteniendo la denominación oficial de la materia, el primer día de clase nos propuso elegir entre publicidad y comunicación. La respuesta fue unánime: comunicación.

Luego emprendimos un proyecto muy bonito que fue ICOMI (Instituto de Comunicación Integral) que creamos en el año 1987 con un grupo de profesionales que habíamos descubierto un problema. La gente que salía de la universidad carecía de práctica, esto por un lado y por otro empezamos a ser la bandera donde afirmábamos: “La publicidad ha muerto, viva la comunicación”. El nombre del Instituto hizo honor al libro de Joan Costa “La imagen de empresa: métodos de comunicación integral” (1977).

### **“La publicidad ha muerto, viva la comunicación”, ¿en qué marco lo decían?**

Lo decíamos en el marco que para muchas empresas, publicidad y comunicación era lo mismo y que además estábamos en un momento glorioso aquí en España con grandes presupuestos de campañas en los medios tradicionales, en esa línea se olvidaba toda la otra actividad comunicativa de las organizaciones.

### **¿Cómo estrecha la relación con el maestro?**

En mi época de estudiante - esto es una anécdota - yo le fui a pedir trabajo a la consultora de Joan, entonces él me dijo que estaba encantado. La pregunta siguiente fue: ¿cuánto dinero ganaré? y él me dijo: “eso no lo tenía previsto”; y yo le respondí: “es que resulta que yo me pago los estudios”. En aquel momento yo trabajaba limpiando máquinas de escribir en los despachos, iba con una moto, ingresaba a un despacho limpiaba una máquina y me pagaban por máquina de escribir. Claro, yo buscaba hacer una labor dentro del área de Comunicación y veía el caso de Joan como una posibilidad que a mí me interesaba mucho, pero no pudo ser. A partir de ahí, en esta segunda fase de encuentro que fue en ICOMI, es cuando se establece una relación diferente, ya que conforme conocía aspectos de su vida me iba sorprendiendo su faceta humana, era una persona muy humilde, hacía cosas muy interesantes, descubría y aportaba cosas muy importantes.

**Usted es psicólogo de formación inicial y luego se gradúa de licenciado de ciencias de la información. Al analizar los libros de Joan Costa, ¿cuáles son los rasgos de personalidad que llaman su atención?**

Lo definiría con la humildad y la sencillez que muy pocos gozan. Joan ha hecho mucha investigación a lo largo de su vida, y sobretodo ha desarrollado una extensa tarea como consultor internacional, que le ha dado una experiencia inmensa y siempre anticipada a su momento. Todo lo que hacía lo escribía y lo plasmaba en un libro. Por otro lado, había libros que se agotaban y el editor le pedía revisarlo para una reedición. Entonces él, se daba cuenta de que había descubierto cosas distintas. Ya había aumentado su saber sobre la publicación anterior lo que generaba otro libro diferente. Y si tú te das cuenta leyendo los libros de Joan Costa, existe un hilo conductor y ese hilo conductor consiste en que hay teorías que inicia a desarrollar en un libro y luego empieza el otro libro que habla de la misma teoría, pero que avanza cuatro pasos más, eso nuevo es la aportación. Sus libros son fruto de una continua reflexión que él va haciendo. Entonces, no se conforma con lo que ya plasmó sino que lo cuestiona y descubre a través de ello que le puede conducir a una nueva área del conocimiento y lo plantea.

**¿Qué remarcaría que encontramos en sus publicaciones?**

Remarcaría que cada libro de Joan es una aportación. Había libros donde la aportación era totalmente innovadora y otros se podrían considerar complementarios de aquellos. Era la maduración, la posterior reflexión.

**Si tuviera que definir la vida de Joan en etapas, ¿cuáles serían?**

Veo que hay dos grandes etapas de Joan Costa. Una que se inicia en la década de los 70, en la cual su trabajo profesional cobra un impulso inusitado cuando lanza la primera Consultoría en Imagen y Comunicación. En aquella época, sus primeros libros son auto reflexivos, y esto se ve con los libros que él hace para sí mismo, para explicarse y explicar a los demás el sentido de su trabajo y de su pensamiento. Luego, se produce un hecho importante en su vida, que es cuando asiste a un congreso de comunicación en Francia y conoce a Abraham Moles, uno de los fundadores de la ciencia de la comunicación, y uno de los intelectuales que más influirían en Joan.

De este conocimiento nació una profunda y duradera amistad, un continuo “feedback” entre ambos que les llevó a colaborar en diferentes eventos mundiales y a escribir varios libros juntos. El trabajo personal, tanto intelectual como profesional, era el de un francotirador. Siempre anticipándose, y a menudo, contracorriente. En aquella época nadie se planteaba la comunicación de modo integral, sino como un flujo diverso de actividades dispersas, que además no eran concebidas en tanto que comunicación, sino como actos y mensajes sin cohesión. En este sentido, su libro “La imagen de empresa: métodos de comunicación integral” fue una revolución y al mismo tiempo era la semilla que cristalizaría en el DirCom. Posteriormente, y a partir de la época de los 90, es cuando empieza el Costa académico. O sea hay dos grandes ciclos en la obra de Joan Costa, de los 70 a los 90 y de los 90 a la actualidad, que es cuando se convierte en el boom intelectual de



la comunicación, y cuando obtiene el reconocimiento de Doctor Honoris Causa en España, Argentina y Perú. Es aquí donde empieza su obra didáctica, una obra mucho más madura, mucho más avanzada a nivel de quien tiene todas las vivencias acumuladas, todas las experiencias quedan recogidas ahí, y ellas son la plataforma de las nuevas aportaciones. Porque además te diría que es de los autores que menos influencia ha tenido del exterior. Él reconoce que ha leído pocos libros sobre temas de comunicación, más bien su espíritu crítico le lleva a reflexionar y experimentar por su cuenta. Por esto seguramente, su amigo Vilém Flusser dijo de él: “Costa es de los que tiene razón antes de tiempo”.

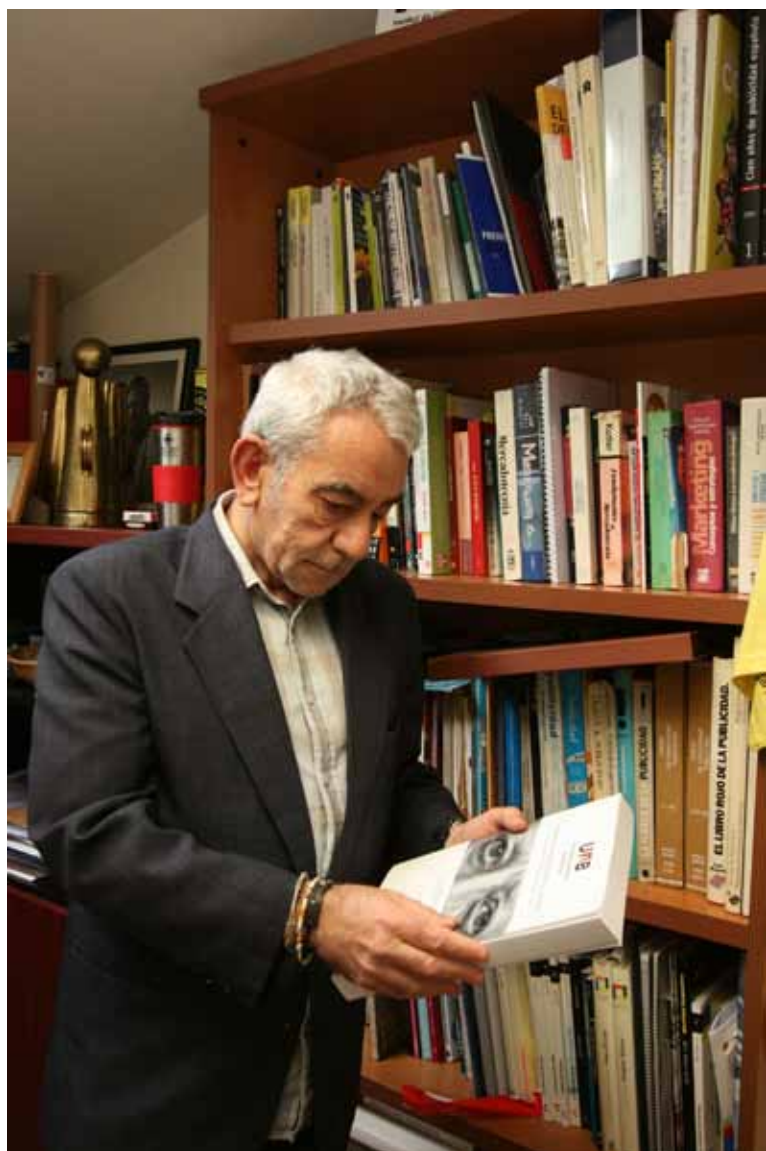
### **¿Diría que Costa es un espíritu independiente y eso afianza el ser auténtico?**

El ser auténtico es otro rasgo importante de la personalidad de Joan. Es transparente, no te engaña. Esa autenticidad se la ha impuesto sobre sí mismo y luego a la hora de aplicarlo en su trabajo, y en sus libros también quiere expresarlo así. Es decir sus libros representan perfectamente cómo es, un hombre práctico.

### **Joan Costa es el gran impulsor de la figura del Director de Comunicación, el DirCom. Este directivo al parecer ya se perfilaba en su mente, pero no estaba definido como hoy lo conocemos. ¿Qué dicen sus investigaciones?**

Exacto, empezaba a configurar gran parte de la teoría que él había desarrollado hasta el momento, la había empezado a pulir en un perfil profesional determinado que antes era indefinido. El siglo XX es el periodo de gestación, todavía no ha llegado el parto, esos son los 90 y el parto se produce en el siglo XXI. Hay una situación coyuntural, que favorece esto, y son las Universidades en el siglo XX que empiezan a descubrir el valor de la comunicación a partir de las ciencias humanas y sociales. La comunicación no se entendía como tal, sino como un elemento táctico (publicidad, RRPP, below the line) y en el siglo XXI empiezan a emerger otras dimensiones. Se pasa de considerar a la comunicación como un gasto del que no se veía el rendimiento para entenderla como una inversión. Ese es uno de los primeros pasos que aportó el DirCom a las organizaciones.

Es ahí donde Joan Costa afianza su obra, ya que él se adelanta a su época y tuvo la visión de gestionar la comunicación en las organizaciones desde un enfoque holístico, sistémico y en red, que hoy es una tendencia al alza.





**“El ser auténtico es otro rasgo importante de la personalidad de Joan. Es transparente, no te engaña. Esa autenticidad se la ha impuesto sobre sí mismo y luego a la hora de aplicarlo en su trabajo, y en sus libros también quiere expresarlo así. Es decir sus libros representan perfectamente cómo es, un hombre práctico.”**

Efectivamente, una de las características de una mente creativa es que siempre, cuando tenemos un pelotón y la gran mayoría van agrupados, en ocasiones algunos van por delante. Entonces, una de las peculiaridades de Joan es su capacidad especial para captar las tendencias e incluso crearlas.

### **Si hacemos un recorrido de la actuación de Joan Costa a lo largo de su vida, ¿qué destacaría?**

Las aportaciones importantes de Joan han sido el anticiparse a lo que serían nuevos entornos; sociales, empresariales, estratégicos y además tener la capacidad para darles forma con bases científicas. Recordemos que Costa logra inicialmente reconocimiento en el ámbito profesional, y posteriormente en el académico. Le puedo concretar algunos de sus emprendimientos que en realidad son muchos:

En 1950, Joan funda su Estudio de Diseño en Barcelona y crea el primer programa de Identidad Corporativa realizado en España, actividad que desarrolla para entidades emergentes como Pinturas Bruguera, segunda del sector en el país, Gallina Blanca, primera en alimentación o la Caja de Ahorros de Sabadell y otras. Asimismo, diseña proyectos de comunicación visual para grandes laboratorios farmacéuticos multinacionales, como Bayer, Geigy, Boehringer Ingelheim, Ciba, Merck, entre otros.

En Comunicación Institucional, funda en 1975, y preside, la primera entidad del mundo dedicada a la consultoría en Comunicación e Imagen con bases científicas: el “Centro de Investigación y Aplicaciones de la Comunicación CIAC”, que en 1996 se transforma en la “Consultoría en Imagen y Comunicación Corporativa, CIAC International”, con sede central en Madrid. Desde su fundación, la empresa se ha especializado en el sector Servicios, pues a finales de los años 60, Costa había previsto que el fin del industrialismo conllevaría el auge de los servicios. CIAC es la entidad con mayor experiencia en el campo financiero, habiendo desarrollado programas innovadores para más de 50 Bancos, Cajas y Aseguradoras.

En esta línea, la Consultora que él preside ha colaborado con grandes empresas de los sectores de telecomunicaciones, informática, líneas aéreas, alimentación, química, farmacéutica, distribución, energía, formación e Instituciones públicas en Europa y América.

Joan Costa además ha dirigido más de 400 programas de Comunicación, Imagen, Identidad Corporativa y cambios culturales para empresas e instituciones de diferentes países. En el ámbito metodológico ha creado varias decenas de métodos y modelos operativos, entre los que le puedo indicar: el mapa tipológico de públicos, tres esferas de Comunicación Integrada, el modelo de la Imagen, el mapa mental del DirCom, entre otros.





Y ya que estamos en una entrevista para una revista, me hace recordar que Joan creó una revista, que iba dirigida a los presidentes y directores generales y miembros de consejos de administración de las principales compañías. Porque él sabía que éstos eran los que tomarían las decisiones y deberían conocer los alcances de la comunicación estratégica para las organizaciones. Estratégicamente era muy astuto, porque el máximo ejecutivo trasladaba la publicación del CIAC a los departamentos vinculados a la comunicación. De este modo se fue generando en las empresas una conciencia de la comunicación como nueva herramienta estratégica.

No puedo dejar de mencionarle que Joan dentro de sus actividades académicas ha sido profesor de Sociología del Diseño, de Comunicación e Imagen, catedrático de la Gestión de la Marca y creó el Máster DirCom en España para luego ponerlo en marcha en países como México, Ecuador, Colombia, Perú, entre otros en los que ha impulsado la figura del Director de Comunicación, DirCom.

Sin duda hay mucho más que habría que destacar de esta mente creativa pero entiendo que esta no es una tesis sino una entrevista que nos acerca sintéticamente al caso del comunicólogo quien hoy sigue en la línea de la creación, esta vez nos prepara una nueva creación referida a la Esquemática que estará próxima a salir, y que es una de sus aportaciones más prometedoras en el ámbito de la difusión del conocimiento.

**Sabemos que Joan es imparable, entusiasta y de un gran espíritu emprendedor, su vitalidad y claridad de mente es algo que no deja de sorprender. Al hablar con él se abre paso el lado positivo de las cosas, se ha creado su propio trabajo, siempre fue autónomo y ahora trabaja en conjunto con sus grandes colaboradores como son sus valiosas hijas. ¿Cómo analiza este aspecto de su trayectoria personal?**

Joan nace en un entorno precario, humilde e incluso hostil a causa de la guerra civil española y quizá por todo esto, su vida ha ido contracorriente. O sea nacido como el nadador que nadaba contra las olas, eso ha sido una de sus grandes fortalezas y que hay muchas personas que eso no lo saben. Ahora que está de moda hablar de emprendedores, el emprendedor de verdad es el que como mínimo ha fracasado varias veces, ahí es donde se ven a los verdaderos emprendedores. Hay algunos que son gente lanzada, pero a la primera que le pones una dificultad se echan para atrás y entonces aquello lo viven como una mala experiencia y ya no quieren entrar en el juego de buscar cosas nuevas. La vida de Joan Costa ha sido constantemente buscar cosas nuevas. Descubrir, o sea que sin este impulso, su vida no tendría sentido. Esta es la causa de que a sus 88 años sigue descubriendo, creando, emprendiendo nuevos proyectos, nuevas utopías.



### ¿Cuántas entrevistas y horas de reunión ha significado el trabajo de su tesis?

Entrevistas en profundidad fueron cuatro grandes; entrevistas sobre la tesis yo creo que hay más de 300 horas, porque además yo estaba trabajando y necesitaba que me comentara alguna impresión sobre algún aspecto, entonces cogía el teléfono y lo llamaba, y en el teléfono nos pasábamos dos horas y acabábamos diciendo ¿por qué no nos encontramos? Entonces en un espacio muy corto de tiempo a los dos días o al día siguiente, o el venía a mi despacho o yo me iba a su casa.

### ¿Qué frase se le viene a la mente que destaque de Joan?

“Lo más importante está por venir”.

### Le ha preguntado, ¿qué es lo que quiere decir?

Sí, el señala: “Lo que he hecho, hecho está, pero no puedo vivir de ello, o sea no me quiero quedar ahí y eso es lo que me da pasión para querer seguir avanzando con esta convicción”.

### ¿Esa cree que es la clave de su mirada de la vida?

Mira esta es la clave de las personas que hemos estado al borde de la muerte como Joan y Yo, cada uno con una dolencia distinta que gracias a Dios se pudo superar y que te invita a ver la vida de otra manera. Yo pertenezco a un hospital en donde estoy como paciente experto, a mí me llaman del hospital y me piden que vaya porque hay un paciente que está muy desanimado y debería hablar con él. Una llamada de estas me hace dejarlo todo, si tengo que estar en una clase, pido a alguien que me sustituya, porque para mí esto es lo más importante. El poder acercarme en ese momento a una persona que tiene una necesidad. Yo lo que busco es darle ilusión y esperanza.

### ¿Qué logra luego de esa conversación, de transmitir ese sentimiento?

Imagínate la fuerza que tiene eso, de que tú digas que lo que he estado hablando a esta persona ha servido para tener esperanza, para tener fuerzas, para seguir. Por eso ahí también encontré toda una serie de coincidencias con Joan. Hay mucha gente que ha pasado por esto, a nosotros nos tocó, y a partir de este proceso te das cuenta de que tenemos fecha de caducidad. Entonces hay dos cosas, pasas por la vida sin más o lo que realmente es importante dejas huella y la gente te echará de menos.

**No puedo dejar de mencionarle que Joan dentro de sus actividades académicas ha sido profesor de Sociología del Diseño, de Comunicación e Imagen, catedrático de la Gestión de la Marca y creó el Máster DirCom en España para luego ponerlo en marcha en países como México, Ecuador, Colombia, Perú, entre otros en los que ha impulsado la figura del Director de Comunicación, DirCom.**



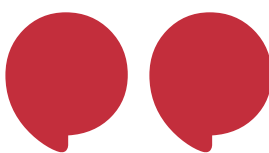


### **Eso es llegar al corazón de las personas.**

Eso lo tienes que conseguir mientras estés vivo. Yo pasé por varios periodos, no tengo una edad para haber hecho la tesis, yo tenía que haber hecho la tesis hace muchos años, lo que pasa es que entré un poco tarde en el mundo de la academia, porque primero fui profesional y luego llegó un momento en el cual por una coincidencia empecé a dar clases y descubrí un mundo totalmente desconocido para mí y además encontré la frescura que tenía el estar en contacto con gente joven que tiene muchas ilusiones, fantasías, y que todo eso generaba claves creativas que para mí eran fundamentales.

### **Finalmente, ¿cuál diría que es el legado de la trayectoria de Joan Costa?**

Pues yo diría que es la comunicación más próxima. Si la comunicación no consigue proximidad no es comunicación. Entonces él tiene la capacidad de dar sentido a la comunicación, que tiene que tener esa característica fundamental. Todo lo que sea construir una comunicación que no tenga alguna utilidad para alguien, no es verdadera comunicación.



**“Lo que he hecho, hecho está, pero no puedo vivir de ello, o sea no me quiero quedar ahí y eso es lo que me da pasión para querer seguir avanzando con esta convicción”.**