



Titulares

Diseño en Aragón

- Lanzamiento de la marca Omami y reconocimiento de uno de sus productos con el Red Dot Desing Award 2011. [\[leer\]](#)
- Grupo Sallen, nuevo diseño de máquina clasificadora de billetes. Siclo F1+. [\[leer\]](#)
- Rediseño de buzón para comunidades. [\[leer\]](#)
- Nueva Plancha Teppan Yaki de Balay. [\[leer\]](#)
- Vajilla de catering Wave. [\[leer\]](#)
- Nuevas cestas recicladas. [\[leer\]](#)
- Eurogan, equipamiento ganadero. [\[leer\]](#)
- Siempre protegidos del sol. [\[leer\]](#)
- Mondo desarrollará una nueva superficie de seguridad para los circuitos de velocidad. [\[leer\]](#)
- Nuevos Cursos Cadi-ITA. "De la gestión de las empresas de diseño al diseño de los servicios". [\[leer\]](#)
- Entregado el primer producto del proyecto Green-Car Eco-Design. [\[leer\]](#)
- Mondo instala el que se considera el videomarcador más grande de Europa. [\[leer\]](#)
- La empresa aragonesa Unboring lanza 'Blupt!', la primera bebida "sólo para iPhone". [\[leer\]](#)
- Botellas de aluminio para vinos divertidos. [\[leer\]](#)
- Bubub: regalos imaginativos que se comen. [\[leer\]](#)
- Play&Sound. [\[leer\]](#)
- Tetete: Diseño realizado en Aragón para Europa. [\[leer\]](#)
- O'Tech. [\[leer\]](#)
- Nueva gráfica aplicada para el C.D.M. La Granja, Inacua. [\[leer\]](#)
- Ya conocemos el cartel de las próximas fiestas del Pilar 2011. [\[leer\]](#)
- El visitante educado y el nuevo museo. [\[leer\]](#)
- DIMODA 2011 reconoce a Guillén Doz con la entrega del Premio al Diseñador. [\[leer\]](#)
- Dos marcas aragonesas de moda infantil presentes en la feria Pitti Bimbo de Florencia. [\[leer\]](#)
- Semana de la moda en Zaragoza. Certamen de Jóvenes Diseñadores Fitca-Alcampo. [\[leer\]](#)
- Gala "Cada Loco con su Idea". [\[leer\]](#)
- CERCO 2011. [\[leer\]](#)
- Diseño a Bocados 2011. [\[leer\]](#)
- Made On Tour de Made Design en Lara Interiorismo. [\[leer\]](#)
- QFD: Una metodología para el desarrollo de productos. [\[leer\]](#)

Comunidad Diseña

- Daegu entra en la recta final de los preparativos para el Campeonato Mundial de Atletismo 2011. [\[leer\]](#)
- La empresa Araven aumenta sus exportaciones y consigue nuevo certificado de migraciones. [\[leer\]](#)
- El Estudio Novo nos habla de "la Naturaleza del Diseño" en La Casa de los Morlanes. [\[leer\]](#)
- Etiquetas para el éxito. [\[leer\]](#)
- Rediseño de envasadora. [\[leer\]](#)
- Máquina automática de corte de vidrio laminado. [\[leer\]](#)
- Creación de nombre y diseño de la identidad corporativa Hacienda Iber. [\[leer\]](#)

Diseño Nacional e Internacional

- Entrevista con Antonio Usán, Director General de Jacinto Usán, S.A. [\[leer\]](#)
- Convocatoria Premios Nacionales de Diseño [\[leer\]](#)
- Nuevo trofeo para la Vuelta a España [\[leer\]](#)
- Iñaki Alday, nombrado Catedrático y Director del Departamento de Arquitectura de la Universidad de Virginia [\[leer\]](#)
- La Gastrocroquetería de Chema. [\[leer\]](#)
- Barcelona Design Festival. [\[leer\]](#)
- Bilbao optará a capital mundial del diseño. [\[leer\]](#)
- Noche Laus, entrega de los premios de Diseño Gráfico y Comunicación Visual. [\[leer\]](#)
- Entrega de los Premios Delta de Diseño Industrial y de la Medalla ADI. [\[leer\]](#)
- Mercado de ideas. [\[leer\]](#)
- Bienetec presenta Human Lamp. [\[leer\]](#)
- El logotipo más alto de España. [\[leer\]](#)

Eventos

- Formación. [\[leer\]](#)
- Concursos. [\[leer\]](#)
- Libros y publicaciones. [\[leer\]](#)
- Eventos. [\[leer\]](#)

OMAMI

Nueva marca Omami.



Línea de productos.



Lanzamiento de la marca Omami y reconocimiento de uno de sus productos con el Red Dot Desing Award 2011

El pasado 10 de febrero de 2011, se presentó en la Feria Ambiente de Franckfurt, la nueva marca Omami. Una marca, inspirada en la flor de loto, que nace con el objetivo de aportar soluciones prácticas y tentadoras en el mercado del menaje selectivo.

Uno de sus productos el "Lunch Box", diseñado por Borja García, obtuvo en Alemania el premio Red Dot Desing Award 2011, uno de los galardones de diseño más importantes del mundo, que les fue entregado el pasado 4 de julio en el Aalto-Theater de la ciudad alemana de Essen.

Sus características son perfección, simpleza y belleza.

En OMAMI se cuida el producto hasta el más mínimo detalle seleccionando colores que marcan tendencia y aplicando originales acabados. El diseño es su punto fuerte.

Perfección, simpleza y belleza, estas son las tres características que se pueden encontrar en cualquier producto que lleve el sello de OMAMI. Unas señas, que han aplicado a la perfección en su propia gama específica "Lunch Box" en la que se han creado unos exclusivos herméticos para comer fuera de casa que son apilables y tienen una cómoda banda elástica de transporte.

OMAMI ha dividido la gama de sus productos según el momento en el que se emplean. Por ello, están convencidos de cada ocasión tiene un entorno y un ambiente específico y que para cada momento hay un color y un acabado. De esta manera ha creado tres líneas de productos únicos, originales y prácticos:

-DAILYWARE: Un espacio en el que se encuentra una gama de contenedores prácticos y de cuidada estética para la conservación y la organización de alimentos, como los herméticos apilables y transparentes para la nevera que permiten ahorrar el máximo espacio y observar su contenido.

-DAILYTABLE: Recoge una completa gama de indispensables artículos de servicio de mesa llenos de color, como servilleteros, vasos o jarras.

-SMARTABLE: Son productos de servicio de mesa para ocasiones especiales. En esta línea se puede encontrar desde una vajilla de catering a una tabla de corte antideslizante que, por su diseño, se puede utilizar perfectamente como tabla de patés, quesos y embutidos.

La nueva línea de artículos para el hogar OMAMI se presentó en la citada Feria de Franckfurt, el pasado 10 de febrero de 2011, a través del lanzamiento de cuatro productos: una sofisticada bolsa de neopreno "Lunch Box Bag" -flexible, aislante y ligera- en diferentes colores para transportar



Algunos de los colores presentados.



Máquina clasificadora de billetes.

herméticos; una vajilla catering para celebraciones disponible en blanco, negro y fumé y una más informal y divertida en verde, azul, violeta, rosa y naranja; y unos herméticos de colores para comer fuera de casa en las siguientes medidas: Cuadrado 0,6 L; rectangular 0,6 L; cuadrado 1,1 L y rectangular 1,1 L.

OMAMI se presentó en sociedad con un éxito rotundo y ya tiene numerosos adeptos por todo el mundo.

www.araven.es

www.borjagarcia.es

[inicio] [titulares de grupo]

Grupo Sallen, nuevo diseño de máquina clasificadora de billetes. Siclo F1+

Sallen es una empresa líder en el sector de máquinas de tratamiento de efectivo, dedicada a la investigación y desarrollo de nuevos productos y la fabricación de los mismos, para ello ha lanzado el nuevo diseño de máquina clasificadora de billetes, la cual además de chequear la autenticidad de los billetes, comprueba su estado de uso .

En esta nueva clasificadora, se ha diseñado un carenado incorporando un nuevo cajón de depósito que acumule los billetes falsos detectados, además de separar los billetes según su estado de uso.

La máquina está destinada a instalarse en espacios públicos como bancos, casinos, supermercados, etc. por lo que se precisa que tenga una estética acorde.

El Grupo Sallen decide lanzar al mercado un nuevo modelo de máquina en plástico y base en inoxidable, para la que se ha hecho un profundo estudio de los moldes que puedan realizarse de una manera sencilla y asequible para el cliente.

En la actualidad la empresa tiene varios modelos de similares características de detección pero con distintos cajones de almacenamiento de billetes, pero en esta nueva maquina Siclo F1+, la carcasa envolvente se realiza en plástico inyectado y el resto en metal con posterior proceso de pintado.

Por otra parte, hablamos de productos que debido a los avances tecnológicos que hay día tras día pueden sufrir modificaciones en el corto plazo, por lo que encontrar el modo de dotar a estos productos de un buen aspecto sin realizar grandes inversiones es un punto clave en el desarrollo del proyecto.

Este proyecto de diseño ha sido realizado por el estudio de diseño Novo en colaboración con AM desarrollo.

www.sallenelectronica.es

www.estudionovo.es

www.amdesarrollo.com

[inicio] [titulares de grupo]



Vistas del nuevo buzón.



La nueva línea Compact en situación de uso.

Rediseño de buzón para comunidades

La nueva gama de buzones SILVER ha sido desarrollada por Línea Diseño para la empresa BTV, dedicada a la fabricación y comercialización de buzones, cajas fuertes, y otros productos metálicos y de seguridad, desde hace casi 50 años.

El proyecto debía dar respuesta a unas especificaciones muy concretas. Se trata de un diseño de gama económica, y por lo tanto el requisito principal era el bajo coste. El nuevo buzón debía venir a sustituir a las series básicas del catálogo que no habían evolucionado desde hace años.

Además, los nuevos buzones deben cumplir con la nueva normativa de Correos, que resulta exigente en algunos aspectos.

Se presentaron distintos conceptos de nuevo diseño de buzón, con propuestas de utilización de nuevos materiales y sistemas de montaje para la puerta. Finalmente, se optó por un diseño de formas muy simples, pero diferenciadas, con una ligera curva en el perfil, que dota a la puerta de mayor resistencia y genera una composición dinámica cuando se coloca en conjunto.

Asimismo, la cerradura y el cajetín con la dirección se integran en un rebaje que los protege y relaciona visualmente.

El buzón se comercializa en distintos colores y acabados, y por su forma resulta muy versátil para encajar en cualquier entorno, incluso para sustitución de buzones obsoletos.

www.btv.es

www.linea-online.es

[inicio] [titulares de grupo]

Nueva Plancha Teppan Yaki de Balay

Ahora que los gustos gastronómicos están cada vez más globalizados, y la cocina oriental cada vez más extendida, Balay amplía su gama de placas modulares con la nueva plancha Teppan Yaki.

Según el uso que se le dé, la nueva plancha Teppan Yaki Balay es capaz de adaptarse a los hábitos y gustos culinarios de cada usuario; desde verduras, pescados y huevos hasta carnes.

Se trata de una nueva placa modular de 40 cm de ancho que puede combinarse con cualquier placa modular o placa biselada Balay de 60 u 80 cm de ancho.

Gracias al control electrónico Touch Control Profesional es posible seleccionar de forma precisa la temperatura, desde 160°C hasta 240°C.

Es muy fácil de limpiar. Basta con colocar 4 ó 5 cubitos de hielo o agua fría sobre la plancha de acero, todavía caliente pero apagada, y retirar con la espátula que incorpora la placa, la suciedad desprendida. Además, dispone de una función especial para una limpieza más profunda, a 40°C.



La nueva vajilla Wave.

www.balay.es

[inicio] [titulares de grupo]

Vajilla de catering Wave

Araven ha presentado en el marco de la Feria Hostelco (Salón Internacional del Equipamiento para Restauración, Hotelería y Colectividades) de Barcelona, su nueva Vajilla Catering Wave Sytem.

La Vajilla de Catering Wave System está fabricada en Poliestireno (PS), 100 % reciclable. Un material de excelente presencia y acabado superficial del producto que permite utilizarlos en un servicio de catering de alta gama. Los productos se presentan en tres propuestas de colores: transparente, blanco y negro. El negro en esta línea aporta elegancia y permite resaltar las tonalidades de los alimentos.

La gama está compuesta por 13 tipos de piezas diferentes. No es necesario realizar una inversión fuerte en la compra de vajilla ya que con esta gama el gasto se adapta a la necesidad del momento y al número de comensales.

El diseñador de la nueva vajilla ha sido Borja García.

www.araven.es

www.borjagarcia.es

[inicio] [titulares de grupo]

Nuevas cestas recicladas

Debido a la creciente preocupación por el medioambiente y a la continua degradación de la atmósfera, la empresa aragonesa ARAVEN presentó en la pasada Feria Euroshop, que se desarrolló del pasado 26 de febrero al 3 de marzo en la ciudad alemana de Düsseldorf, la nueva Shop & Roll reciclada. La primera cesta con rueda fabricada con plástico 100% reciclado.

La nueva cesta de ARAVEN, con capacidad para 34 y 52 litros, es respetuosa con el medio ambiente y contribuye a su conservación ya que reduce el volumen de residuos sólidos en vertederos, la contaminación y disminuye el consumo de energía. En su producción se usa menor cantidad de combustibles fósiles, lo cual, genera menor cantidad de CO². De esta manera, cada vez que se fabrica una Shop & Roll de 34 litros 100% reciclada supone un ahorro de 1,67 Kg de



Shop & Roll reciclada.

emisión CO² y cuando la capacidad de la cesta es de 52 litros se llega a ahorrar 2,5 Kg de esta emisión.

Además, el principal objetivo de esta empresa, líder en soluciones para hacer más cómodo el transporte de la compra, es aportar valor a sus clientes a través de la innovación. Para ello, la Shop & Roll, está fabricada con un material de gran calidad y resistencia, testado y certificado, y cuenta con las mismas propiedades y el mismo comportamiento que el material no reciclado.

ARAVEN cuenta con una completa gama de cestas ecológicas. La última en incorporarse, la Shop & Roll reciclada, comenzó con su predecesora, la Shop & Roll Biodegradable. Un producto fabricado con la tecnología Oxo-Biodegradable que incluye en la fabricación un principio activador que acelera el proceso de degradación y se descompone en menor tiempo que el plástico virgen.

De esta manera, ARAVEN continúa apostando en sus productos por la sostenibilidad y el cuidado del medioambiente.

www.araven.es

[inicio] [titulares de grupo]



Tolva de alimentación.

Eurogan, equipamiento ganadero

En los últimos años Eurogan ha apostado por la innovación desarrollando nuevos productos y abriendo nuevos mercados a nivel internacional. Esta labor ha sido reconocida por la Cámara de Comercio con el premio a la Exportación 2010.

Fruto de la colaboración con AM Desarrollo, se han diseñado una serie de productos que fueron presentados en la pasada feria FIMMA Ganadera.

En un sector donde tradicionalmente no se han contemplado aspectos tan importantes como la estética, aspectos de uso, ergonómicos, etc., la visión planteada por AM Desarrollo ha hecho que estos nuevos productos tomen un claro carácter innovador, no centrándose sólo en los aspectos anteriormente mencionados, sino entrando en profundidad en la problemática derivada de los procesos productivos, materiales, viabilidad y optimización de las piezas que componen estos productos.

Las labores de mantenimiento y limpieza tienen gran importancia por lo que se plantearon sistemas que permiten un rápido y sencillo desmontaje sobre todo en la válvula automática y el "corner" de arrastre de alimentos.

En el caso de la tolva de alimentación la selección de materiales y los procesos de fabricación se han adecuados al tamaño de las series con lo que se ha reducido considerablemente la inversión necesaria.

Al tratarse de piezas de gran tamaño el estudio de la logística fue fundamental de cara a la competitividad en mercados exteriores.

Con toda esta labor se ha conseguido dotar a los productos de un carácter personal que identifica a la empresa.



Córner de arrastre.



Válvula.



www.eurogan.com
www.amdesarrollo.com

[inicio] [titulares de grupo]

Siempre protegidos del sol

Imaginarium ha presentado esta temporada sus diseños específicamente pensados para proteger de los rayos UV a los niños.

Usar protección solar es básico; es un hábito saludable que hay que enseñar a los niños, ya que les asegurará una vida más sana. Una base que puede ayudar a crear este hábito, es actuar desde bien pequeños, como afirma Eulalia Baselga, dermatóloga pediatra y asesora de Imaginarium. "Lo más importante es seguir unos simples trucos pero de manera constante, para que se conviertan en una rutina que los niños terminen incorporando por sí mismos" comenta la Dra. Baselga.

En concreto, se ha presentado una amplia gama de bañadores para que los bebés y los niños pasen un día estupendo al sol pero siempre protegidos, algo que preocupa mucho a las familias. Esta es la razón por la que Imaginarium ha diseñado una etiqueta exclusiva que indica el grado de exposición solar, haciendo más fácil la protección del niño. Esta etiqueta se divide en tres partes que cambian de color según la exposición solar sea baja, media o alta.

www.imaginarium.es

[inicio] [titulares de grupo]



Superficies blandas de seguridad.

Mondo desarrollará una nueva superficie de seguridad para los circuitos de velocidad

Considerado como el mejor Gran Premio de la temporada 2010, el Mundial de MotoGP regresará en septiembre al circuito alcañizano de MotorLand no sólo con los mejores pilotos del mundo, sino también con interesantes novedades sobre su trazado.

Desde su estreno el año pasado, el circuito, de 5.077 metros y 17 curvas, ha recibido numerosos elogios de los pilotos, especialmente por su gran variedad de curvas. Este año, estas curvas contarán con un nuevo elemento.

Y es que, según adelantó Santiago Palomera, director general de Mondo Ibérica, el pasado 13 de junio, para la celebración del gran premio podrían estar listas las primeras superficies blandas de seguridad desarrolladas por Mondo para las zonas de escapatoria del circuito. Así lo hizo saber Palomera durante la firma de un convenio entre Mondo, el Instituto Aragonés de Fomento y MotorLand.

“En septiembre se podrían trasladar los primeros datos a la Federación Internacional de Motociclismo”, explicó Palomera, al mismo tiempo que anunciaba que para esas fechas habría zonas “con productos innovadores en base a las conclusiones que ya estamos manejando actualmente”.

El citado convenio tiene como objetivo principal conseguir los materiales apropiados que faciliten un comportamiento determinado de las motocicletas, cuando se salen de la trazada de la pista y el contacto rueda-suelo ofrece una problemática añadida.

El objetivo último es incrementar la seguridad de los pilotos en el caso de caídas o salidas de pista mediante superficies blandas instaladas en las zonas de escapatoria. Esta iniciativa incluye el desarrollo de un banco de ensayos que permita caracterizar el contacto rueda-suelo en función de distintos tipos de materiales y situaciones, lo que será determinante para dar con la superficie adecuada.



Instalaciones del Cadi.

Nuevos Cursos Cadi-ITA. "De la gestión de las empresas de diseño al diseño de los servicios."

El Cadi ha programado un nuevo paquete de cursos sobre problemáticas del diseño a impartir con la colaboración del Instituto Tecnológico de Aragón.

Los cursos de temática diversa que se describen a continuación se desarrollarán entre septiembre y diciembre de 2011.

Gestión empresarial para diseñadores (desempleados y activos)

Los profesionales del diseño: autónomos, freelance, pequeñas empresas, etc., tienen dificultades en la gestión empresarial de su actividad y carencias en formación empresarial. Consideramos que el sector del diseño debe tener acceso a una formación que aglutine cuestiones de gestión, finanzas, etc. que aporten ese punto de vista más empresarial de su actividad.

Pensamos que este curso es útil para que aquellas pequeñas empresas, micro pymes o incluso para que aquellos profesionales liberales que ejercen su profesión de diseñadores en el mercado, conozcan de primera mano las cuestiones más básicas que todo profesional, empresa o emprendedor debe conocer para poder ejercer su actividad con control. Además también queremos hacer especial énfasis en lo específico y propio de su actividad, como es la gestión del diseño.

Algunas organizaciones, empresas públicas estatales y centros de diseño de ámbito nacional e internacional han comenzado a trabajar en esa línea, intentando que la información y formación empresarial llegue al sector diseño.

Diseño y Pensamiento Creativo

Se pretende favorecer el conocimiento de cómo sistematizar el pensamiento creativo para reinventar el diseño, exponiendo cómo se puede optimizar la búsqueda de nuevas soluciones de diseño creativas que permitan romper con lo existente. Cómo desplegar actitudes y reglas del juego que faciliten abrir la mente y llegar más allá de los diseños habituales. Refiriendo la metodología práctica y herramientas para encontrar nuevos conceptos de diseño: generar nuevas preguntas, generar nuevas ideas, seleccionarlas y pulirlas.

Innovación y Diseño de servicios

Las empresas que se dedican a la prestación de servicios como parte fundamental de su negocio, necesitan para la generación de ingresos y valor, incorporar a los usuarios en sus procesos de investigación, configuración y desarrollo del servicio, marketing y ventas. La filosofía, los procesos y herramientas aplicados por la disciplina de diseño –design thinking– se convierten en conceptos estratégicos para las empresas que quieren ser competitivas. Por eso presentamos un curso centrado en la innovación y la creación de los servicios.



Retailer Tray.

cadi@aragon.es
www.ita.es

[inicio] [titulares de grupo]

Entregado el primer producto del proyecto Green-Car Eco-Design

El ITA participa en el proyecto europeo Green-Car Eco-Design, cuyo objetivo es la inclusión de la variable ambiental en la etapa de diseño (UNE 150301) de los componentes principales del vehículo eléctrico, y aumentar el conocimiento de su impacto ambiental a lo largo de su ciclo de vida. De esta forma, se proporcionará un valor añadido a los mismos, al reconocerlos como fabricados con un menor impacto ambiental y garantizando que éstos resultan menos dañinos para el entorno, consiguiendo productos más competitivos y con una mayor penetración en los mercados actuales.

En la actualidad, el proyecto se encuentra en la fase de entrega de un documento correspondiente al GT2, que finalizó en abril, donde se recogen las conclusiones del consorcio acerca de cuestiones generales, como Estado del Arte y análisis DAFO, utilización de energías renovables en vehículos eléctricos y regulación internacional. También de decisiones para la continuidad del proyecto, como principales componentes de un vehículo eléctrico e identificación de la topología del vehículo seleccionado.

En este proyecto denominado Green-Car Eco-Design, el beneficiario principal es CARTIF- División de Medio Ambiente y los centros que colaboran son los españoles: Fundació CTM Centre Tecnològic, Mondragon Goi Eskola Politeknikoa S.Cooperativa, Fundación Instituto Andaluz de Tecnología e Instituto Tecnológico de Aragón, el francés Chambre de Commerce et d'Industrie Bayonne Pays Basque y el portugués Instituto Politécnico de Setúbal.

La duración del proyecto es de 24 meses y comenzó el 1 de enero de 2011. Enmarcado en el Programa de Cooperación Territorial INTERREG IV B SUDOE, el coste total del proyecto es de 1.168.699 euros y cuenta con una ayuda FEDER de 876.524,25 euros.

www.greencar-ecodesign.eu
www.ita.es

[inicio] [titulares de grupo]

Mondo instala el que se considera el videomarcador más grande de Europa

El Departamento de Electrónica de Mondo Ibérica S.A. ha instalado en el pabellón Martín Carpena el que se considera el videomarcador más grande de Europa.

El videomarcador está compuesto por 13 videopantallas distribuidas en tres anillos. El anillo superior incluye 8 pantallas de 3.072x2.304 metros; el anillo medio contiene 4



Imágenes del nuevo videomarcador.

videopantallas de 4.608x3.456 metros y el anillo inferior está compuesto por una videopantalla circular de 15.360x0.576 metros.

La superficie gráfica total del conjunto supera los 143 m², habiéndose utilizado 2,98 millones de LEDs que forman un total de 995.328 píxeles. La separación entre píxeles es de tan solo 12 mm, lográndose de este modo imágenes de gran resolución.

Se utiliza la tecnología 3 en 1 SMD, mediante la cual se logra la integración de los tres LEDs constitutivos del píxel básico en un único encapsulado. Esta tecnología posibilita la obtención de imágenes de gran calidad y nitidez.

El sistema se controla mediante procesadores de imagen de última generación de 16 bits, que permiten un control total de los parámetros del sistema. Para lograr la mayor calidad de imagen Mondo ha calibrado la pantalla LED a LED, de tal forma que los procesadores de imagen aplican unos coeficientes de corrección a cada LED en tiempo real. Este método de calibración, unido a la utilización de LEDs de la mayor calidad, hace posible que el videomarcador ofrezca una calidad de imagen extraordinaria.

El videomarcador incluye un sistema de elevación compuesto por 8 motores de gran potencia, capaces de mover las 13 toneladas que pesa el videomarcador.

El sistema se complementa con un sistema de control muy completo, compuesto por 4 ordenadores, 4 escaladores de señal y 2 convertidores profesionales de video que posibilitan que el videomarcador pueda mostrar prácticamente todas los tipos de señal de video existentes. El sistema de control ha sido interconectado al equipo de producción de video del pabellón Martín Carpena.

Adicionalmente Mondo ha aportado dos programas informáticos que extienden las funcionalidades de la videopantalla: el software Mondovideo, que permite utilizar el videomarcador como un marcador electrónico; y el software Mondoplayer, un reproductor de video especialmente diseñado para las videopantallas gigantes por el departamento de ingeniería de Mondo Ibérica.

www.mondoworldwide.com

[inicio] [titulares de grupo]

La empresa aragonesa Unboring lanza 'Blupt!', la primera bebida "sólo para iPhone"

"Blupt!" es el último juego para iPhone de la empresa tecnológica Unboring, con sede en Zaragoza. La primera bebida "sólo para iPhone" del mercado.

Llega el verano y el calor. Y desde Unboring se han propuesto que ningún usuario de iPhone pase sed. Para ello han desarrollado un novedoso juego: un refresco de colores, que es la primera bebida para iPhone del mercado. Desde el día 24 de Mayo la aplicación está disponible a nivel mundial en la AppStore.



Imágenes de la aplicación

El concepto de Blupt! es el de una bebida de otro mundo. Que te refresca, pero también te cambia de color. Tu misión será tener contentos a los bubbys, unos simpáticos personajes que están hartos de tener el mismo color. Un juego tipo puzzle, al estilo AngryBirds, en el que los jugadores tienen que ir bebiendo burbujas en cada nivel para poder cambiar el color de los bubbys. Pero no lo hagas mal, porque entonces explotan...

Arturo Paracuellos, responsable de Unboring, explica que el proceso creativo partió de una idea principal: diseñar un juego "rápido y divertido, pero que fuera capaz también de premiar cualidades como la habilidad y la superación". El proyecto, en el que han participado también Trackglobe e Ivanovich Games, supone una nueva plataforma de pruebas para la comercialización de este tipo de productos.

Pero este no es el primer proyecto de Unboring vinculado con los juegos. La empresa aragonesa lleva tiempo apostando por desarrollar juegos tanto en iPhone como en Facebook. "Creemos que son una magnífica vía para llegar a todo tipo de público de forma divertida", aseguran desde Unboring.

Blupt! es el primer experimento con iPhone de la firma aragonesa. "Lo vamos a llevar lo más lejos posible -asegura Paracuellos-, queremos cambiar la forma de lanzar un producto y ésta va a ser una plataforma de pruebas genial". Este año, Unboring tiene en marcha varios proyectos de este tipo para grandes marcas. "Creemos firmemente en este modelo de comunicación a través de juegos. Por eso hemos lanzado uno para nosotros", afirma.

Para Unboring, Blupt! no sólo ha supuesto un reto para ser innovadores sino también "una oportunidad para que el equipo se divierta". "Nos hemos reído mucho creando los personajes del juego", asegura Arturo Paracuellos. Blupt! es mucho más que un divertimento; ya que estos juegos son adaptables a cualquier marca. Poco a poco, han ido ganando terreno a otros soportes como una de las vías más efectivas para generar valor de marca. El éxito de este tipo de aplicaciones reside en que son "divertidas y diferentes" para los usuarios.

www.blupt.com

[inicio] [titulares de grupo]

Botellas de aluminio para vinos divertidos

En la reciente feria Fenavin, la empresa aragonesa comercializadora de vinos Lamarca Wines presentó una atractiva innovación que puede revolucionar el sector. Se trata del envase de aluminio alimentario, en forma de botella y con la misma capacidad que el envase de vidrio, pero mucho más liviano (apenas pesa 100 gramos vacío, frente al kilo y pico del vidrio) y mucho más ecológico, ya que se necesita menos energía para su fabricación y para su transporte.

Además, el formato permite unos diseños de etiquetas y de cápsulas más atractivos, en la línea de "vinos divertidos" con los que las bodegas intentan captar a los consumidores más jóvenes, en torno a los 30 años de edad.

Pepe Marco, responsable de Lamarca Wines, explica que se



Imagen de uno de los diseños.

van a comercializar tres vinos jóvenes en este formato con las siguientes etiquetas: Play Tinto (un tempranillo elaborado en Rioja), Play Blanco (un verdejo de Rueda) y Play Rosé, que embotellará Bodegas Ejeanas (Vino de la Tierra Ribera del Gállego-Cinco Villas) con vino elaborado con garnacha y cabernet.

Además de ser más livianos y ecológicos, estos envases tienen las ventajas de que son más resistentes que el vidrio (se abollan pero no se rompen), protegen el vino de los rayos ultravioleta y el líquido se enfría con mucha mayor rapidez que en una botella de cristal, según el responsable de Lamarca Wines, empresa que se ha destacado en los últimos tiempos por buscar nuevos consumidores entre la gente joven con diseños atrevidos y con vinos fáciles de beber. Este es un paso más en esa dirección y los test que se están realizando en mercados como el holandés son muy prometedores.

www.vinosdivertidos.es

www.stvdisseny.com

[inicio] [titulares de grupo]

Bubub: regalos imaginativos que se comen

Susana Azanza tenía clara una cosa cuando comenzó su proyecto: quería fabricar "regalos que se comen". Así surgió Bubub, una marca de mermeladas de autor hechas y distribuidas desde Vera de Moncayo. Con el nombre, las palabras y las recetas le ayuda Curro Fatás, que ha envuelto la marca en un mundo de ficción, y el diseño primoroso de tarros y cajas de su hija, Arantxa Escartín.

Elaboran combinaciones temáticas como la mermelada de los Amantes, inspirada en las Bodas de Isabel de Teruel, a base de mora, manzana, cava y agua de rosas, que viene decorada con motivos medievales y mudéjares; o la del cofrade, con licor de vino de garnacha y clavo, creada en Semana Santa. Y también se abren a las colaboraciones con artistas y encargos especiales, como la gellé de chacolí que Leticia Eizaguirre, de la galería de Zarautz Ispilu Arte, les pidió para sus jornadas "gastroartísticas" sobre las Denominaciones de Origen Txakoli. Ahora preparan la mermelada del Pilar, de melocotón con vino.

Los productos pueden adquirirse en tiendas gourmet en todo Aragón y en establecimientos de la zona del Moncayo; los fines de semana en su obrador de Trasmoz, abre sus puertas el "mundo Bubub" para quien quiera conocerlo de primera.

www.bubub.es



Diseño de las cajas.



Logotipo y algunas de sus aplicaciones.

Play&Sound

EGi ofrece soluciones en sonorización, intercomunicación, megafonía y domótica para instalaciones públicas y comerciales. Fundada en 1973 posee destacada presencia internacional en más de 60 países en Europa, Oriente Medio, Asia, Australia, Centroamérica y Norteamérica.

Siempre buscando la última novedad en servicio y producto y en su afán de superación, ahora innova con este nuevo producto "Play&Sound".

Se trata de una gama de producto que integra un sistema de audio de alta calidad con un diseño único, adaptable y discreto. Se conecta directamente a la red eléctrica y apenas necesita obra.

Propuesta de logotipo y diseño de las herramientas de marketing y packaging del producto.

www.egiaudio.com

www.sumun.net



Tetete: Diseño realizado en Aragón para Europa

Se presenta un nuevo proyecto realizado por Activa Design. Se trata de una nueva marca y el envase para pastillas de té pu-erh. El té pu-erh es conocido también como té rojo en todo el mundo, y su nombre proviene de la región de Pu'er de Yunnan China, de donde procede. Al contrario que otros té, que suelen tomarse tras su recolección, el proceso de fermentación de esta variedad de *Camellia sinensis* puede durar de 2 a 60 años en barricas de roble, lo que hace que las hojas alcancen un color cobrizo y, por lo tanto, también la infusión. Es muy raro encontrar té rojo de 50 años y suele haber añadas (al igual que el vino) que indican las diferentes calidades que ha habido en las cosechas de cada año. El té pu-erh se adquiere en una especie de bolas compactas (ladrillo de té) que se desintegran antes de su preparación.

Para el desarrollo de la marca, y teniendo en cuenta el lugar de procedencia, se realizó una búsqueda de símbolos y de ideogramas chinos. Esta investigación dió como resultado varios elementos con significados como té, bebida, montaña, etc. Posteriormente se realizaron una serie de propuestas iconográficas, siendo una de ellas la suma de tres "T" mayúsculas. Al unir ambos procesos se comprobó que el ideograma "montaña" era la unión de 3 "T" invertidas, hecho que produjo la búsqueda y propuesta de varias alternativas en este sentido. El resultado final es el que se muestra, una marca sobria, sólida y fácilmente reconocible. El nombre de la empresa venía dado por el propio cliente, tetete.

Para el desarrollo de las diferentes aplicaciones de la marca se utilizó como hilo conductor una imagen alegórica de la disolución de las pastillas de té en el agua caliente. Teniendo en cuenta que iba dirigido a un mercado "gourmet" se utilizaron fondos negros, jugando con sistemas de impresión diversos (mates y brillos), y añadiéndole tonalidades rojas para hacer referencia a tipo de té que se envasa.

En el caso del envase, para reforzar la especialidad del producto, se añadió stampin cobre para reforzar el mensaje de la particular característica del envejecimiento en barrica.

Para el nuevo producto TETETE se realizó un catálogo que reúne y transmite las características diferenciales del mismo. Una cuidada encuadernación al estilo "japonés", recordando el propio símbolo de la marca, un relieve en seco sobre tela negra para la portada dura, una maquetación que conjuga las grandes imágenes con espacios blancos y textos resumidos. Para la ejecución del producto final se contó con la inestimable ayuda de Choni Naudín, persona que realizó esta cuidada encuadernación, llena de mimo.

www.tetete.es

www.choninaudin.com

www.activa1.com

[inicio] [titulares de grupo]



Imágenes de los nuevos diseños.

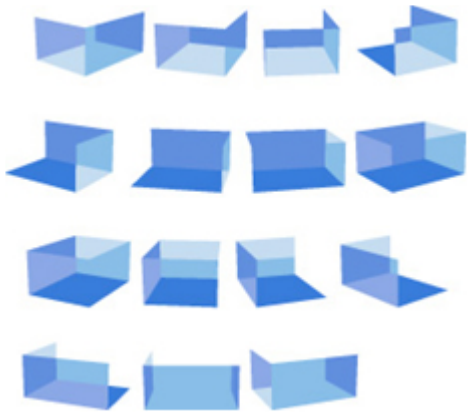


O'Tech

Nueva línea de negocio de Muebles Castilla dirigida a la creación de espacios de trabajo técnicos con carácter. Se ha llevado a cabo el diseño de la identidad visual corporativa completa. Diseño de marca y marcas complementarias, papelería comercial, diseño de publicaciones para prensa, etc. Para diseñar la nueva identidad se parte de un espacio tridimensional sencillo que simula cuatro paredes. Mediante el giro completo de dicho espacio se obtienen una serie de imágenes que son las que posteriormente se utilizarán para crear todos los elementos que forman la identidad. A pesar de ser elementos diferentes, no importa cual se escoja, pues nunca pierde la identidad. Finalmente se añade el claim "by Castilla" para no perder la vinculación con Castilla y por consiguiente las garantías de calidad, experiencia y saber-hacer. Para el diseño de todos los elementos adicionales diseñados, se utilizan las líneas resultantes de las diferentes imágenes de la "moving brand" o marca en movimiento.

www.castilla-sa.com
www.sumun.net

[inicio] [titulares de grupo]



La nueva marca y algunas aplicaciones.

Nueva gráfica aplicada para el C.D.M. La Granja, Inacua

El estudio Breaking Time Design, ha sido responsable de diseñar toda la gráfica aplicada a la arquitectura, en el recientemente Inaugurado C.D.M. La Granja, Inacua.

Dando un giro a los anteriores diseños para la cadena, y para conseguir un atmósfera mucho más deportiva, que aporte a los espacios, el dinamismo y la frescura de un Centro Deportivo de última generación, se han incorporado a los grafismos grandes imágenes de personas que expresan con sus movimientos en el espacio estados de: energía, vitalidad, fuerza, etc.

Estas grandes figuras están arropadas con grandes líneas curvas de diferentes espesores y formas, que recorren las paredes o vidrios, acotando e identificando los espacios, así como dirigiendo a los usuarios por las distintas zonas del C.D.M.

Para el acceso a los vestuarios, se ha personalizado una gran imagen de 15 mts. de largo por 3 mts. de altura, con un gran motivo central acuático, del que se desprenden las letras que formarán la palabra "Femenino" y " Masculino".

Todo el material impreso, se ha rediseñado también para la ocasión, potenciando así toda la imagen del C.D.M. La Granja.

www.breakingtime.com

www.inacua.com

[inicio] [titulares de grupo]



Entrada principal.



Hall de entrada estudios.



Sala fitness.

Ya conocemos el cartel de las próximas fiestas del Pilar 2011

La zaragozana Beatriz Entralgo Cerezo ha sido la ganadora del concurso del Cartel Anunciador de las Fiestas del Pilar 2011 con su obra "¡Somos Zaragoza!".

En su cartel, que dibujó previamente a mano y luego digitalizó, la artista trata de representar la unidad de la ciudad y los zaragozanos. Para ello, según ella misma ha explicado, en su cartel, de fondo blanco, representa un esquema de los edificios más emblemáticos de Zaragoza, tanto antiguos como modernos, además del tranvía, la bici y los barcos del Ebro, todo ello sujetado por gente de todas las generaciones.

Las letras del rótulo del cartel alusivas a las Fiestas del Pilar son de color rojo y negro, mientras que para decorar el resto de elementos y al público ha utilizado una amplia gama de colores. Beatriz es ilustradora de profesión y actualmente estudia diseño gráfico. La artista ha reconocido que aunque cuando alguien se presenta a un concurso lo hace con la esperanza de ganar, no se esperaba el premio.

En este concurso, el Ayuntamiento de Zaragoza ha concedido además cuatro accésit, de 600 euros cada uno, a los artistas Ana Valderrama por su cartel "Batiburrillo de baturros"; Eloy Aranda por "A vista de pixel"; José Ángel Ligerero por "Ofrenda a la virgen" y a Juan Diego Ingelmo Zaragoza por "Serpentinas". El jurado ha tenido que elegir el ganador de entre un total de 232 trabajos procedentes de todo el territorio nacional. Los premios del concurso serán entregados durante las próximas Fiestas del Pilar, en un acto oficial que tendrá lugar en el Ayuntamiento de Zaragoza.

www.zaragoza.es

<http://lachicapajaro.blogspot.com/>

[inicio] [titulares de grupo]



Cartel ganador.



Portada del libro.

El visitante educado y el nuevo museo

Cualquier problema puede ser descompuesto en sus elementos. Esta operación facilitó el proyecto porque ayudó a descubrir los pequeños problemas particulares que se ocultan tras los sub-problemas en el diseño de un libro. Una vez resueltos los pequeños problemas y contando con la intervención de la creatividad, se recompusieron de forma coherente a partir de todas las características funcionales de cada una de las partes y funcionales entre sí, teniendo en cuenta que únicamente se contaba con las tapas (cubierta) de un libro.

Como los problemas, sobre todo hoy en día, se han convertido en muy complejos y a veces en complicados, fue necesario una serie de informaciones-análisis sobre cada problema particular para poder proyectar con mayor seguridad un libro-objeto creativamente acorde con la temática investigada en su interior: la museología.

Descomponer el problema en sus elementos quiere decir descubrir numerosos sub-problemas: el problema particular de este diseño es un conjunto de muchos de ellos, entre los cuales destaca su utilidad como portarretratos de aquella sempiterna visita al museo. Cada uno está resuelto obteniendo un campo de soluciones aceptables como son el marco (con el correspondiente troquel practicado en una de los pliegues de la cubierta) incluyendo la cartela en cualquier cuadro de un museo (diseñada en el contra-lomo del libro y solucionada con un trampantojo de las hojas a su izquierda), la disposición del número en las hojas o el bastidor de un lienzo como esquema básico en la maquetación, evitando de esta manera la producción "bidimensionalmente elemental" de una serie de hojas agrupadas en un archivo digitalizado dentro de un ordenador personal.

La solución del problema general consistió en la coordinación creativa de las soluciones a los sub-problemas de este libro-objeto diseñado para evitar ser uno más colocado en alguna estantería, apilado con otros tantos textos más y conformando la biblioteca de cualquier vivienda; es decir, un mero libro que trata sobre la museología -que no museografía- en cuyas tapas se aprecia el estudio del espacio museístico con el sencillo hecho de disponer la cubierta para que se forme, mediante una imagen especular, el escenario por el cual un visitante educado recorrió el nuevo museo la inolvidable jornada, coleccionada en su memoria y revivida cada vez que observe el libro.

fundacion@josuemorales.es

[inicio] [titulares de grupo]

DIMODA 2011 reconoce a Guillén Doz con la entrega del Premio al Diseñador

La Asociación de Directivos y Ejecutivos de Aragón, ADEA, reunió el pasado 24 de junio a cerca de 600 asistentes representativos del mundo de la moda, de la empresa y de la sociedad aragonesa para celebrar su III Cena de Verano bajo el tema DIMODA 2011



La cita reunió a cerca de 600 asistentes representativos del mundo de la moda, de la empresa y de la sociedad aragonesa.



El jurado ha otorgado a Guillén Doz el Premio al Diseñador.

Con un desfile de diseñadores aragoneses y en una espectacular pasarela, el jurado ha otorgado a Guillén Doz el Premio al Diseñador

DIMODA 2011 (DISEÑO + MODA) es un punto de partida de un proyecto de calidad que tendrá continuidad en años sucesivos. Se trata de un evento que pretende contribuir al impulso de la moda y el diseño en nuestra Comunidad, a través de un reconocimiento que se materializa en la estatuilla obra del joven artista Daniel Berdiel.

En esta primera edición, presentada por la periodista Ana Victoria Úbeda y que ha contado con la presencia de la consejera de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de Aragón, M^a Victoria Broto, han participado nueve diseñadores: Andrea Arnal, Asun Juderías, Susana Cortés, Guillén Doz, Marta J. Aspiroz, Martha Peters, Teresa Terrén, Pablo de la Torre y The 2nd Skin Co. (compuesto por Antonio Burillo y Juan Carlos Fernández), de los cuales han sido seleccionados por el jurado: Guillén Doz, The 2nd Skin, Susana Cortés, Pablo de la Torre y Martha Peters.

Finalmente el jurado, compuesto por Adriana Oliveros, Ana Vieitez, Alicia Galindo, Ángel Lecumberri, Diana Marchante, Gastón Gaitán, Jesús Blanco, Marga Moreno, Mario Milla, Marisol Gracia, Mónica Pozas, Pedro Orúe, Rafael García Noguero, Sarai Camejo y Vanesa Til, ha otorgado, tras valorar diferentes criterios como la trayectoria, la profesionalidad o la innovación en materiales, entre otros, el Premio al Diseñador a Guillén Doz.

El presidente de ADEA, Salvador Arenere, ha señalado que "DIMODA es un proyecto que se crea con la intención de celebrarse en años sucesivos, viene para quedarse".

Nieves Mallor y Alejandra Andreu han sido los dos rostros conocidos y las tops de la pasarela DIMODA 2011, siendo ambas de renombre internacional y muy ligadas a Zaragoza y a la moda. Otros nombres como María José (Ganadora del Primer Supermodelo), Maite Prieto (ha desfilado con Custo en NY cuatro veces, Cibeles Novia, imagen de Ana Torres...), Jennifer Solis (Miss Globe Internacional 2010 la única española que ha obtenido este título), Ana Montabes (Imagen de Marco Aldany del año pasado) y Claudia Moro (Finalista de Miss Universo en 2009 representando a España, primera dama de Miss España 2008), entre otras, pusieron la profesionalidad en la pasarela y desfilaron con los diseños de los aspirantes.

La cita reunió a cerca de 600 asistentes representativos del mundo de la moda, de la empresa y de la sociedad aragonesa y tuvo lugar en la espectacular terraza del hotel Hiberus.

www.directivosadea.com

www.guillendoz.com

[inicio] [titulares de grupo]

Dos marcas aragonesas de moda infantil presentes en la feria Pitti Bimbo de Florencia

Las marcas de ropa infantil aragonesas Mebi y Losan participaron en la feria Pitti Bimbo, que se celebró en Florencia el pasado 24 de junio.



Mebi.



Losan.

Según informó la Federación de Industrias Textiles y de la Confección de Aragón (FITCA) en un comunicado, "no es fácil entrar en la feria Pitti Bimbo porque se reserva el derecho de admisión y lleva a cabo una selección de expositores muy estricta". Losan lleva varias temporadas siendo expositor en la feria y este año va a celebrar en Florencia su 25 aniversario. Mebi se presentará por primera vez para dar a conocer a los visitantes internacionales sus prendas para bebé de tejidos ecológicos.

"La feria Pitti Bimbo es una feria de imagen, la empresa infantil que quiera tener reconocimiento en el mercado internacional tiene que estar allí. Al mismo tiempo, es la feria de niño más importante en el mundo desde el punto de vista comercial ya que la visitan los compradores de Europa, Estados Unidos y Canadá, Emiratos Árabes o Asia, entre otros", según informó el secretario general de la Federación, Bartolomé Arranz.

La Federación de Industrias Textiles y de la Confección de Aragón, conjuntamente con Aragón Exterior, lanzaron el proyecto de localización de agentes y distribuidores anterior a la feria. Se contactaron empresas de Alemania, Suiza, Emiratos Árabes, Rusia y Polonia. Los profesionales de la moda extranjeros mostraron interés por conocer las marcas presentes en la feria y visitar el show-room paralelo, donde se ubicaron otras marcas aragonesas: Carmen Taberner, Marieta y Almunia Textil, que no fueron expositores en Pitti Bimbo.

www.fitca.com

www.mebiroot.com

www.losan.com

[inicio] [titulares de grupo]

Semana de la moda en Zaragoza. Certamen de Jóvenes Diseñadores Fitca-Alcampo

Las empresas aragonesas de la industria textil y de confección han organizado una semana de la moda en Zaragoza, que tendrá lugar del 26 de septiembre al 1 de octubre. La iniciativa consiste en una serie de actividades destinadas a fomentar la actividad de las marcas, diseñadores, talleres, sastres y modistos.

La semana arrancará con un taller de cuatro días para transmitir el trabajo de los sastres, oficio en vías de desaparición, a los diseñadores. El miércoles 28 se celebrarán unas jornadas técnicas del sector, en las que se tratarán las necesidades más importantes de las empresas. Se inaugurarán con una tertulia con autoridades autonómicas y nacionales. El día siguiente tendrá lugar el Certamen de Jóvenes Diseñadores FITCA-Alcampo, que está dirigido a creadores de hasta 35 años que estén al inicio de su trayectoria profesional, y cuyos ganadores participarán en un desfile el día 29 en el Antiguo Matadero.

El pasado 6 de julio el jurado técnico valoró los trabajos presentados por 13 jóvenes diseñadores. Estos son los seis finalistas: Omara Royo Sánchez, Zoel Murugarren Cardenal,

Laura Tello Magallón, Ana Cristina Gallen del Pino, Andrea Patricia Arnal Guerrero, Elisabet Ruiz Pinilla.

Durante el Desfile el jurado seleccionará de los 6 finalistas al ganador del Certamen quien se llevará entre otros premios el importe en metálico de 3.000 euros, el curso de perfeccionamiento de sus estudios en Escuela Guerrero de Barcelona y un stand gratuito en la feria SIMM, espacio EGO, en la edición de Febrero 2012.

Todos los finalistas participarán en proyectos comerciales con los patrocinadores del Certamen: AlCampo y Plaza Imperial presentando sus diseños al público de Zaragoza.

El objetivo de este Proyecto es promocionar el diseño aragonés, crear un ambiente favorable para el desarrollo profesional de jóvenes diseñadores, apoyar a los mejores en su introducción en el sector y creación de su propia identidad, una imagen y una marca.

La semana se cerrará con el foro Servimoda, un punto de encuentro para que distintos agentes del sector presenten sus ofertas y demandas.

www.fitca.com

[inicio] [titulares de grupo]

Gala "Cada Loco con su Idea"

El Centro Superior de Diseño Hacer Creativo celebró el pasado 30 de Junio su acto Fin de Carrera que este año se denominó "Cada Loco con su Idea", en la que además se inauguró una exposición de trabajos realizada por los alumnos.

Presidido por Don Javier Navarro Espada, Director General de Industria y Comercio del Gobierno de Aragón, el acto contó con la presencia de responsables de la Obra Social de la CAI, destacados representantes de importantes empresas aragonesas y nacionales como La Zaragozana, Pikolin, Adidas o Codorniu y por supuesto familiares y amigos de los alumnos.

Don Javier Navarro destacó el talento y la frescura que los alumnos reflejaron a través de sus trabajos y proyectos. Hizo además especial mención a la necesidad que tiene nuestra comunidad de buenos diseñadores, que aporten innovación, diferenciación y competitividad a nuestras empresas, augurando a los chicos un futuro laboral prometedor en el ámbito del diseño precisamente en un momento como el actual de crisis laboral, especialmente entre los jóvenes.

El eje sobre el que giró la gala fue un desfile de 5 jóvenes diseñadoras de moda de Hacer Creativo. Intercalados entre las colecciones de moda, los alumnos de las especialidades de Gráfico, Interiores y Producto mostraron mediante audiovisuales desenfadados y llenos de ingenio y profesionalidad en qué consisten sus respectivas especialidades y dejaron a más de uno con la boca abierta por la calidad de sus trabajos.

Con una experiencia de más de 15 años en la formación de diseñadores, desde 2010 y a raíz de la nueva regulación del



Imágen de la Gala.

Ministerio de Educación, el Centro Superior de Diseño Hacer Creativo ofrece la titulación oficial universitaria de Grado en Diseño de Moda, Producto, Gráfico e Interiores, con una propuesta académica adaptada al Espacio Europeo de Educación Superior, fundamentada en la adquisición de competencias por parte del alumno.

www.hacercreativo.com

[inicio] [titulares de grupo]



Sabu 2, la obra galardonada con el 1er Premio.

CERCO 2011

En la edición de este año, el artista riojano Rafael Pérez ha sido el ganador del Premio Internacional de Cerámica Contemporánea, gracias a su obra 'Sabu 2'.

Pérez está considerado uno de los mejores ceramistas del momento y se ha hecho con el premio, dotado con 6.000 euros.

CERCO ha concedido además tres menciones de honor a Alberto Hernández, por su obra 'Somier de invierno', a Ayako Funato por 'Colores del Mundo', y a Alejandra Estefanía Brawn por la pieza titulada 'Agitación vana'.

Sus obras han permanecido expuestas en la sala de exposiciones de la Escuela Taller de la Cerámica de Muel, junto con otras 33 piezas seleccionadas de las más de 200 que se presentaron al premio.

www.cerco.es

www.rafaperez.es

[inicio] [titulares de grupo]

Diseño a Bocados 2011

La Artesanía, la Gastronomía y el Diseño se unieron de nuevo en el Centro de Artesanía de Aragón con el objetivo de mezclar saber hacer y creatividad acerca del bocado y de la tapa.



Organizado por la Asociación de Diseñadores Industriales de Aragón, DIN-A en colaboración con la Asociación profesional de artesanos de Aragón y gracias al patrocinado del Gobierno de Aragón tuvo lugar la sexta edición de la exposición-degustación.

Algunas de las tapas; el green falafel, el cubito de salmón, el disfraz de la cereza, el sushi komor...i sorprendente cuando la creatividad se multiplica por tres!

www.din-a.org

www.artearagon.com

[inicio] [titulares de grupo]

Made On Tour de Made Design en Lara Interiorismo

El pasado 26 de mayo se inauguró la exposición "Made o Tour" que agrupaba una treintena de piezas de diseño industrial útiles para la vida cotidiana. La muestra, proveniente de Madrid, estuvo expuesta hasta el pasado 26 de junio y



Cartel de la exposición.

posteriormente recorrerá otras ciudades como Barcelona, Valencia, Málaga, Sevilla, Bilbao y Oviedo. Mario Ruiz, Joan Gaspar, Toni Arola, Ramón Segarra, el grupo Stokkeastad y otros diseñadores de primer nivel firman los objetos que componen la muestra.

Made On Tour, es una iniciativa creada para dar a conocer la colección Made Design de complementos y mobiliario auxiliar para proyectos contract, así como una muestra representativa de algunos productos de Planning Sisplamo.

El acto inaugural fue un éxito de asistencia con más de 150 invitados, entre diseñadores, arquitectos y prescriptores, que fue acompañada con una conferencia a cargo del reconocido diseñador industrial Mario Ruiz.

El director LARA INTERIORISMO, Sergio Lara, ha explicado que la empresa intenta cada año acercar a Zaragoza una exposición relevante en el ámbito arquitectónico, "a finales de 2009 tuvimos la suerte de contar con 'Wilkhahn: 100 años de diseño industrial'", que fue un rotundo éxito. "MADE on TOUR" presenta productos cotidianos, pero con diseño de autor, como mesas, papeleras, perchas o muebles de ocio infantil".

www.lara.es

www.marioruiz.es

[inicio] [titulares de grupo]

QFD: Una metodología para el desarrollo de productos

El ITA organiza "Píldoras de Innovación" dirigidas al tejido empresarial

El Instituto Tecnológico de Aragón (ITA) inicia en junio una actuación formativa de sensibilización del tejido empresarial para sistematizar la innovación, dirigida a gerentes, responsables de áreas relacionadas con ese tema, directores de I+D+i, técnicos y gestores de innovación.

Bajo el nombre de "Píldoras de Innovación", el ITA ha organizado varias sesiones en su sede de Zaragoza. Una de ellas lleva por título "QFD: Una metodología para el desarrollo de productos" y presenta un modelo que plantea un proceso de innovación cuyo origen está en una necesidad del mercado y cuyo fin es satisfacerla con un nuevo producto o proceso. QFD (Quality Function Deployment) es una metodología para definir con precisión y calidad el producto en la fase de diseño. Es un proceso sistematizado que permite identificar y trasladar la voz del cliente y convertirla en requisitos del producto con la participación de todas las funciones que intervienen en el desarrollo.

Esta "Píldora de Innovación" se enmarca en el Desarrollo de Producto, el momento de planificar y ejecutar el proceso para crear un nuevo producto o servicio que incluye las fases de diseño, fabricación, distribución y mantenimiento, así como la dotación de los recursos humanos y económicos necesarios. Una idea viable se convierte en un proyecto y este debe ser gestionado, aplicando técnicas de planificación, financiación, seguimiento y control de hitos y resultados.

A partir del concepto, se realiza el desarrollo del producto, o lo que es lo mismo, el proceso de pasar de la idea a la realidad y donde se fijan las características formales y de diseño en su acepción más amplia. En general, se requieren dos clases de diseño: el diseño de ingeniería y el diseño industrial. El diseño de Ingeniería parte de unos recursos materiales sobre los que se aplican conceptos de la mecánica, la física, la electrónica, etcétera, para obtener un producto que aporte algún beneficio.

Las "Píldoras de Innovación" forman parte de la Estrategia de Innovación en Aragón: INNOVARAGÓN 2011-2012, un programa de actuaciones de promoción de la innovación del Departamento de Ciencia, Tecnología y Universidad del Gobierno de Aragón, en colaboración con el Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España.

Otras "Píldoras de Innovación" previstas aproximarán a los asistentes a temas como "La organización de la empresa para la innovación"; "la internacionalización de la I+D+i. VII PM", "Fomento de la creatividad y herramientas: TRIZ, análisis de valor"; "Ecodiseño y análisis del ciclo de vida", "AMFE para el desarrollo de productos" y "Gestión de proyectos tecnológicos y de innovación".

www.ita.es

[inicio] [titulares de grupo]

INNOVARAGÓN
"Píldoras de Innovación"
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE ARAGÓN





Pista del Estadio Daegu con pavimento Mondotrack FTX.



Instalaciones de Araven.

Daegu entra en la recta final de los preparativos para el Campeonato Mundial de Atletismo 2011

El Campeonato Mundial de la IAAF, a celebrarse del 27 de agosto al 4 de septiembre de este año, ocupa el segundo lugar en la Copa Mundial de la FIFA por ser el único evento deportivo capaz de reunir a 2.000 atletas de más de 200 países.

Para esta ocasión Mondo ha instalado el pavimento Mondotrack FTX en la pista del Estadio de Daegu. Además de su llamativo color, dicha superficie tiene una impresión específica, antideslizante, que se realiza en el propio proceso de producción, confiriendo mayor superficie de apoyo al atleta y por lo tanto mayor estabilidad en la pisada.

El pavimento Mondotrack FTX es el mismo que se colocó en Pekín para las Olimpiadas de 2008; para los Campeonatos europeos de Atletismo Barcelona 2010 y en breve se instalará también en Londres para los próximos juegos olímpicos en 2012.

Por otra parte, Mondo Ibérica ha sido el fabricante de todo el equipamiento deportivo de atletismo para dicho estadio surcoreano, el cual consiste en productos desarrollados con nuevas tecnologías, que los hacen más avanzados, novedosos y atractivos. A tal punto que la estética de los mismos será la que mantenga la IAAF en sus competiciones durante los próximos años. Todo el material deportivo ha sido personalizado y ya va en camino hacia la ciudad surcoreana de Daegu.

www.mondoworldwide.com

[inicio] [titulares de grupo]

La empresa Araven aumenta sus exportaciones y consigue nuevo certificado de migraciones

Araven, empresa aragonesa dedicada al diseño, fabricación y comercialización de artículos de organización y almacenamiento tanto para uso doméstico como profesional, ha exportado en el primer trimestre de 2011 un 20% más que en el mismo periodo del año anterior.

Los principales países y zonas geográficas a donde llega su producción son Francia, Reino Unido, Portugal, Italia, Alemania, Países Bajos, Países Escandinavos, Norteamérica, Oriente Medio y Latinoamérica. En el año 2010, donde las ventas crecieron un 10% en la Unión Europea, la empresa aragonesa empezó a comercializar en países de fuera de la UE: Colombia, Ecuador, Kuwait, Sudáfrica, Qatar, Islandia o Rusia.

Las divisiones de Hostelería y Transporte de la Compra son los dos pilares fundamentales de la exportación de productos en

Araven. Uno de los principales objetivos de esta empresa, líder en crear soluciones que faciliten la comodidad de los usuarios, es aportar valor a sus clientes a través de la innovación. Para ello, la empresa aragonesa ha creado productos tan innovadores como la cesta Shop & Roll, la primera que incorpora ruedas y asa telescópica y que, actualmente, puede verse en los principales centros comerciales del país o un sistema de etiquetado en contenedores, pionero en España, que incorpora todos los datos necesarios para el correcto etiquetado de los alimentos gracias a la tecnología In-moulding.

Además, Araven se ha adaptado a todas las nuevas Normativas de Migraciones aplicables a los materiales plásticos destinados a estar en contacto con los alimentos. Con este certificado de cumplimiento, la compañía acredita una vez más que la Seguridad Alimentaria es la guía de su trabajo y su fuente de inspiración en el desarrollo de nuevos productos.

www.araven.com

[inicio] [titulares de grupo]

El Estudio Novo nos habla de “la Naturaleza del Diseño” en La Casa de los Morlanes

¿Cuántos de nosotros nos hemos reconfortado en un paisaje natural? ¿Cuántas veces un paisaje te ha hecho sentirte reconciliado con las cosas y con las personas? Como puede resultar sorprendente e imprevisible...

También se podría decir, tal cómo decía Emile Zola “que la belleza es un estado de ánimo”, que la Naturaleza es otro estado de ánimo.

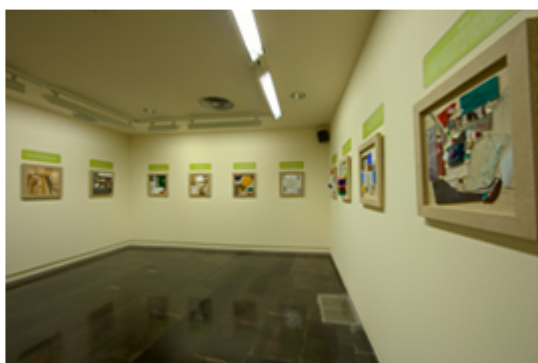
Respetemos la naturaleza, nos puede aportar buenos momentos y a la vez grandes recursos para la realización de productos que nos hagan sentir más próximos a lo natural, ya sea por imitación de la misma como por similitud; o por utilizar con respeto sus materiales. Hace unos años alguien dijo que muchos de los productos que se diseñan se estudian en función de poder suplir esa carencia de estar cerca de un árbol, de oler un bosque, de tener un animal al que poder acariciar. Cada día se entiende mejor todo lo que eso supone, un producto que levante una sonrisa, que transporte al usuario a otro sitio, que sea capaz de sacarle una caricia o que le haga sentir más feliz, es un producto con alma de bosque.

Todo viene de la naturaleza y todo vuelve a la naturaleza. En este año internacional de los bosques se ha querido hacer un homenaje a ese respeto mutuo.

“La naturaleza del diseño” pretendió mostrar una selección de productos que consideran ese respeto parte imprescindible del proceso de diseño.

A través de una selección de proyectos de Diseño industrial, de Arquitectura y de Diseño gráfico, se presentó la relación estrecha que se teje con la naturaleza a la hora de diseñar.

La creación, ya sea artística, artesanal o industrial, en muchas ocasiones se ha alimentado de la naturaleza.



Algunas imágenes de la exposición.



Etiquetas de confitura de grosellas.

Del mundo animal o vegetal, ya sea una inspiración formal o estructural, tendemos siempre a imitar la naturaleza para crear.

Si la natura es nuestra musa, también tiene que ser nuestra principal preocupación. Por lo tanto, a lo largo del recorrido de la exposición, no se podían dejar de introducir temas de sostenibilidad, de ecología y de reciclaje a través de los materiales, procesos de fabricación y ciclos de vida de los productos.

La exposición permaneció abierta hasta el 3 de julio.

www.estudionovo.es

[inicio] [titulares de grupo]

Etiquetas para el éxito

Bajo este lema se describe un proyecto muy especial, el diseño y producción de un conjunto de etiquetas autoadhesivas. Los objetivos de este trabajo son mostrar la amplia diversidad de sistemas de impresión de la empresa Graficas Z, la utilización de soportes y materiales poco convencionales y la focalización de las etiquetas en productos y segmentos de mercado muy específicos, dando como resultado un muestrario muy heterogéneo que permita evocar a futuros proyectos.

Cada etiqueta tiene unas características y un posicionamiento diferente, siendo éstas:

Etiquetas metálicas: Todo un lujo para gourmet con marca blanca

Un concepto que une dos aspectos dispares: marca blanca + gourmet. La utilización de una denominación (en inglés) muy grande en contrapunto al uso de un material metálico que nos permite obtener ese aspecto característico de la gama gourmet, configuran el resultado que mostramos. Como en casos anteriores de marca blanca, los costes de producción es una de los puntos clave a controlar, por lo que esta etiqueta está desarrollada en cuatricomía, añadiendo un golpe de relieve.

Etiqueta de licor

La utilización de los códigos habituales en este sector, como el stamping oro, relieves, tipografía con serifa, tintas directas, etc. configuran este trabajo. Todo el conjunto se armoniza con la utilización de un papel "kraft" reforzando el objetivo de mostrar un proceso muy artesano en la realización del licor.

Aceite de Oliva: Un nuevo reto en marca blanca

Uno de los productos que más hemos desarrollado en Activa es el aceite de oliva. Es un producto que conocemos bastante bien y cada nuevo proyecto es un reto para proponer diferentes objetivos y mensajes. En este caso se trata de una etiqueta donde predomina la denominación frente al resto, el tratamiento de la gráfica es de "marca blanca", pero con un



Etiquetas de vino Sombrero de Copa.

toque de diferenciación frente al resto de etiquetas de las mismas características. Basándonos en una gráfica constructivista conseguimos un resultado muy actual y con un plus valor frente a otras etiquetas del mismo segmento de mercado. A nivel técnico se utilizó la cuatricomía mas barnices selectivos, economizando al máximo la inversión en producción.

Confitura de grosellas

Una cuidada selección de los elementos a incluir en la etiqueta nos da como resultado esta sencilla etiqueta. La importancia de la fotografía ayuda a la localización del producto dentro de una gran línea de supermercado. La mezcla de cuatricomía con papel verjurado mas barnices, redondean el producto final.

Etiqueta de cava

Este etiqueta se caracteriza por la sobriedad y la elegancia. La utilización de "brillantes" con volumen posicionan al producto en una gama alta dentro del sector gourmet, conseguido con un barniz utilizado para la escritura Braille. La inclusión de stamping plata y oro más barnices selectivos brillo dotan al conjunto de los valores necesarios para transmitir los objetivos prefijados.

Sombrero de Copa: Etiqueta de vino

Surrealista diseño para el desarrollo de una etiqueta de vino. La mezcla de diferentes elementos (nombre, conejo y copa), nos da como resultado un juego visual y semántico sobre la magia y el vino. Ayudado de una gráfica situada en el periodo "entre guerras", y de la utilización de un papel muy especial, con relieves y stamping de color, equilibra el resultado final. En las fotografías adjuntas se pueden apreciar todos estos detalles.

www.activa1.com/blog/

[inicio] [titulares de grupo]

Rediseño de envasadora

Perteneciente a la publicación **Proyecto Diseña Vol. II**

T-Pack es una empresa con experiencia en diseño y construcción de maquinaria para el sector del aperitivo, tanto de fritura como de envasado. La empresa, participó en el Programa Diseña en 2004, llevándose a cabo el cambio de formato de la envasadora, que debía ser más rápido y disminuir el tiempo de paradas de la máquina. Todas las mejoras realizadas, no podían suponer un aumento en el coste de la misma y además el nuevo sistema debía permitir la ampliación a nuevos formatos de envases y ser compatible con las tres envasadoras tipo que ofertaba la empresa.

A partir del análisis de la empresa y de su cartera de productos, no pudo sacarse una conclusión clara de la línea



Envasadora.

sobre la que actuar, dado que ambas tenían posibilidades de mejora, pero si se aplicó la herramienta para el análisis interno de la viabilidad de nuevos productos deduciéndose de este que lo mejor era optar por el rediseño de una máquina de envasado tipo de imagen renovada y menor coste.

El equipo de diseño propuso distintas alternativas dando soluciones a cuestiones ergonómicas, como la reducción de peso del conjunto, la facilidad en zonas de agarre o la necesidad de un único operario. También se pensaron nuevos puntos de actuación susceptibles de mejora, organización de mandos, sistema de apertura de puertas y propuestas de aplicaciones gráficas que potenciasen la marca.

Se desarrolló un prototipo de una de las versiones que mezclaba las ideas presentadas y algunas variaciones introducidas por la empresa. Sobre el prototipo se trabajó en aspectos como el diseño de las asas y se realizaron dos nuevas propuestas. Finalmente se volvió a una de las soluciones previas, la realización del asa en fundición.

www.t-pack.com
www.idom.es
www.activa1.com

[inicio] [titulares de grupo]

Máquina automática de corte de vidrio laminado **Máquina automática de corte de vidrio laminado**

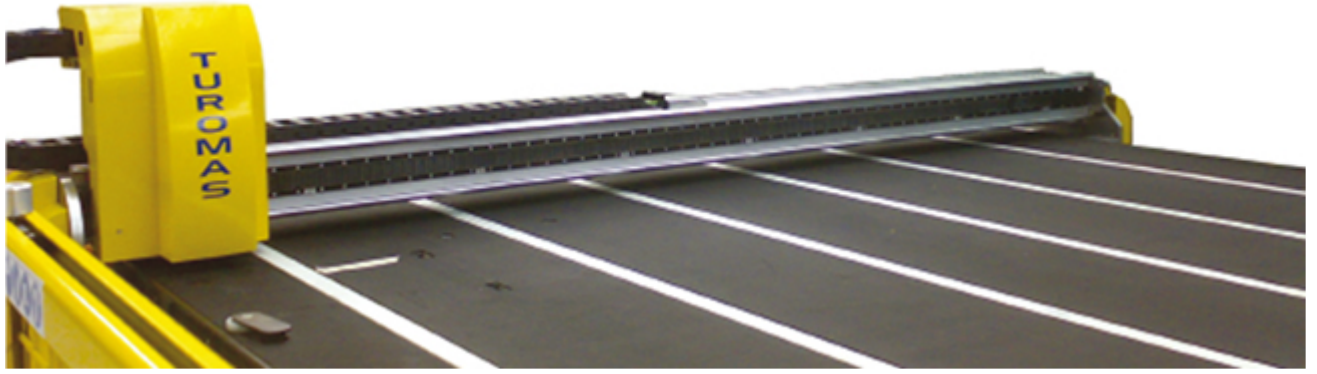
Mecánicas Teruel es una empresa industrial dedicada al diseño, fabricación y comercialización, con la marca de Tuomas, de máquinas para el corte industrial de vidrio. La empresa, participó en el Programa Diseña en 2006, con el diseño de una nueva máquina de corte de vidrio laminado.

Del análisis de la empresa y de su cartera de productos se concluyó que el proyecto prioritario a realizar era una nueva máquina de corte laminado, mejorando su rentabilidad y que aumentase las ventas e introdujese a la empresa en el mercado europeo. Además se llevó a cabo una investigación de mercado con el fin de valorar la aceptación de ese tipo de productos.

El equipo de diseño propuso distintas alternativas para cada uno de los elementos a diseñar, interface para el software de control de las máquinas, pupitres mejorando aspectos ergonómicos y carenados practicables o removibles sin necesidad de herramienta. También se le aportaron funciones secundarias y se diseño por parte de Tuomas un pupitre de estética muy sencilla.

www.tuomas.com
www.leman.es
www.linea-online.es

[inicio] [titulares de grupo]



Maquina autocorte.



La marca diseñada y botellas de aceite.

Creación de nombre y diseño de la identidad corporativa Hacienda Iber Pertenciente a la publicación Proyecto Diseña Vol. II

La empresa Hacienda Iber es un centro productivo de aceite de oliva, situada en Mequinenza, Zaragoza. Dentro de la edición 2005 del Programa Diseña se llevó a cabo el rediseño de su identidad corporativa.

Para la empresa el proyecto ha supuesto un antes y un después. Ayudó a la creación de una identidad tomando parte también en la definición de la estrategia y el concepto de producto.

El análisis externo concluyó que para posicionarse en el mercado de interés, los atributos generales que debían transmitirse eran los de una empresa innovadora, con un parque natural, vocación internacional y un producto 100% natural, garantizado y exclusivo.

El trabajo comenzó con la definición de un nombre que recogiera las características de la empresa y el producto, con una buena pronunciación a nivel internacional y que permitiera su protección legal.

Además, se prepararon conceptos de diseño en tres líneas: uno sobre la autenticidad y el origen, otro más actual y vanguardista, y otro de aspecto más tradicional.

A partir de los resultados del test de concepto realizado, se seleccionó la identidad definitiva, con el nombre de Hacienda Iber, y se desarrollaron todas las aplicaciones correspondientes, particularmente a las botellas de aceite.

www.haciendaiber.com
www.itmconsultores.com
www.estudionovo.es

[inicio] [titulares de grupo]

Entrevista con Antonio Usán, Director General de Jacinto Usán, S.A., empresa aragonesa que apuesta por el diseño.



Antonio Usán, Director General de Jacinto Usán, S.A.

Jacinto Usán una empresa fabricante de sillería y sofás desde 1945 ¿cuánto ha cambiado la forma de idear, fabricar y comercializar los productos a lo largo de estos 65 años?

El sistema de trabajo ha cambiado bastante en 3 puntos importantes: Idear en cuanto a modelos (producto), desde hace unos 20 años, ha sido proyectado por diseñadores externos. En cuanto al modo de fabricar estos diseños: en producción contamos con excelentes profesionales capaces de captar la idea del diseñador y plasmarla en nuestro sistema de fabricación hasta conseguir el modelo presentado. Fabricar ha cambiado alguna sección de fábrica por ejemplo hemos implantado tecnología (maquinaria de control numérico) el resto de los departamentos de fábrica, han cambiado poco (en fábricas como la nuestra prima la mano de obra especializada y de calidad) y en cuanto a la Comercialización, el cambio ha sido muy brusco respecto a años anteriores en los que te compraban sin apenas esfuerzo, hemos pasado a la venta, normalmente con agentes comerciales o sea, multicarteras, ferias y sobre todo Dpto Exterior (internacional).

Siempre os habéis distinguido por hacer un producto de calidad en materiales y acabados, y durante buena parte de vuestra trayectoria el producto ha sido exclusivamente de corte clásico, ¿Cuándo y por qué tomáis la decisión de abrir os a productos más contemporáneos?

Seguimos con el producto de calidad tanto en materiales como acabados y nos abrimos al contemporáneo porque lo demanda el cliente sin olvidarnos del clásico actualizado o renovado.

¿Qué peso en la cifra de negocio tienen ahora cada una de las familias, la clásica y la contemporánea?

En cuanto a la cifra de negocio, diría que en estos momentos es 70% - 30% Contemporáneo - clásico.

¿Quiénes han sido los diseñadores con los que más habéis colaborado?

Los diseñadores con los que más hemos colaborado son Miguel Ángel Ciganda, Jorge Varela, Diego Fortunato, Pascua Ortega, María Barros, Rafael Moneo o Belén Moneo.

¿Cómo ha sido la relación con ellos durante este tiempo? ¿Han tenido alguna influencia en vuestros métodos internos de trabajo?

Ha sido una relación fluida y lógicamente un dato importante es que el diseñador conozca la fábrica y qué es lo que puede



Modelo PAN.



Modelo NAP.



Modelo FX.

hacer en sus instalaciones. En cuanto tener influencia en la forma de fabricar, hay que puntualizar que normalmente debe existir una mutua colaboración entre el personal interno y el profesional externo para conseguir el objetivo a desarrollar.

¿Cuál es el esquema de funcionamiento, les encargáis propuestas concretas, dirigidas a un mercado o proyecto específico, o les planteáis trabajos o colecciones más genéricos?

En cuanto al funcionamiento, puede ser de diferentes formas, hay momentos que la empresa necesita una colección de sillón y sofá de un estilo determinado, en otros se solicita una instalación para un pedido importante o nos presenta una colección para incluir en nuestro catálogo. Son muchos años y nos conocemos mutuamente.

¿Cuál dirías que ha sido la repercusión del diseño en vuestra empresa? ¿Os ha ayudado a introducirnos en mercados nuevos? ¿Y en el exterior, habéis aumentado y consolidado las exportaciones?

En cuanto a la repercusión del diseño en la Empresa ha sido positivo, ya que ha sido una forma de introducirnos en el mercado internacional y establecer importantes contactos con estudios de decoradores y de arquitectura a nivel Nacional e Internacional.

¿Hay algún producto del que os sintáis más satisfechos, que haya resultado más emblemático y/o que haya tenido más éxito?

Hay varios modelos de los que nos sentimos satisfechos como los modelos FX, NAP, PAN o FLAP

Para terminar, ¿Qué les diríais a las pequeñas empresas con relación al diseño? ¿Las animaríais? ¿Por qué?

Lógicamente animaría a la pequeña empresa a que se incorpore al mundo del diseño, porque es un valor añadido que tiene la empresa junto con el desarrollo de una buena presentación mediante catálogos.

www.usan.es

[inicio] [titulares de grupo]



Modelo FLAP.



Convocatoria Premios Nacionales de Diseño

El Ministerio de Ciencia e Innovación ha convocado, por Resolución de 30 de junio de 2011 (BOE número 167, de 13 de julio de 2011), los Premios Nacionales de Diseño.

Las modalidades para la convocatoria 2011 son igualmente para profesionales y para empresas en activo. El premio está dotado en 30.000 € en la categoría profesional y las empresas reciben un premio honorífico.

Las candidaturas deberán presentarse por personas o instituciones distintas al candidato, en un plazo que termina el día 16 de septiembre.

www.premiosnacionalesdedisenio.com

<http://www.boe.es/boe/dias/2011/07/13/pdfs/BOE-A-2011-12100.pdf>

[inicio] [titulares de grupo]

Nuevo trofeo para la Vuelta a España

Una espiral de cristal de rojo pasión, diseñado por Ágatha Ruiz de la Prada, será el trofeo de la Vuelta ciclista a España de 2011.

Al acto de presentación del nuevo Trofeo de la Vuelta a España, acudieron, además de la propia Ágatha Ruiz de la Prada, el Director General de Deportes de la Diputación de Alicante, Luis Castillo, y el Director General de la Vuelta, Javier Guillén, entre otros.

La espiral de cristal, fabricada por Cristal Sevres, tiene 5 kilos de peso, el 30 por ciento de plomo. El esmalte del rojo característico del "maillot" de la Vuelta aparece en altorrelieve.



Imagen de Ruiz de la Prada con el trofeo.

Ruiz de la Prada explicó que el trofeo representa "la rueda, circulación, movimiento y todo acaba en el corazón, como casi



siempre". "La Vuelta es pasión. A ver si con la Vuelta convencemos a Gallardón para que se use más la bici en Madrid. Porque la bici es ecológica, un símbolo de lo que hay que hacer. Yo, si fuera político, no me bajaría de ella", manifestó.

www.agatharuizdelaprada.com

[inicio] [titulares de grupo]

Iñaki Alday, nombrado Catedrático y Director del Departamento de Arquitectura de la Universidad de Virginia

Iñaki Alday, arquitecto y socio fundador con Margarita Jover de aldayjover arquitectura y paisaje, tomará posesión como Ellwood R. Quesada Professor of Architecture (Catedrático con plaza permanente) y Chair of the Department of Architecture el día 1 de agosto de 2011. Así mismo, abrirá con Margarita Jover una nueva oficina en Charlottesville que trabajará en coordinación con la oficina principal en Barcelona. Tanto el nombramiento académico como la apertura de la nueva oficina americana atienden a la necesidad de una nueva actitud ante los retos profesionales y académicos a abordar en el movimiento de transformación contemporánea. El rol de la arquitectura y los arquitectos, el trabajo interdisciplinar y de integración de escalas, el abordaje de programas no tradicionales como las infraestructuras o la energía o la ética social y ambiental son algunos de los retos a plantear desde una visión global.

Con aldayjover arquitectura y paisaje, Iñaki Alday y Margarita Jover han sido autores de obras emblemáticas de paisaje como el Parque del Agua (Zaragoza, 2008) y la Recuperación de las Riberas del Gállego (Zuera, 2001), de espacio público urbano como la Integración del Tranvía (Zaragoza, 2011) y de arquitectura como el Centro Cultural El Molino (Utebo, 2004) o la Central de Energía DHC (Zaragoza, 2008). En la actualidad están iniciando las obras del Parque de Aranzadi y el Centro de Interpretación del Meandro (Pamplona), la Fase 2 de la Integración Urbana del Tranvía de Zaragoza y la peatonalización del ensanche histórico de Ibiza. En Barcelona acaban de ganar el concurso del Parc de la Sagrera junto con RCR arquitectes y WEST8, un espacio verde de 40 Ha y 4 km de longitud sobre la cubrición de las vías del ferrocarril.

Entre otros, han sido galardonados con el Premio Europeo de Espacio Público Urbano (2002), el Premio FAD Ciudad y Paisaje (2009) o el García Mercadal del COAA (2001 y 2005) además de ser finalista de la Bienal Europea de Paisaje (2008), de la Bienal de Arquitectura Iberoamericana (2004) y de la Bienal de Arquitectura Española (2005 y 2009).

La Universidad de Virginia, con sede principal en la ciudad de Charlottesville, es la primera universidad pública fundada en Estados Unidos, y fue impulsada por Thomas Jefferson a principios del siglo XIX. El propio Jefferson, presidente de la Unión y arquitecto, diseñó el campus original, declarado Patrimonio de la Humanidad. En la actualidad, la Universidad de Virginia es, con Berkeley, la universidad pública líder y una de las instituciones educativas de referencia de Estados Unidos. En el campo de la arquitectura, el urbanismo y la arquitectura del paisaje, la Escuela de Arquitectura de la UVA

se posiciona entre las mejor valoradas a partir de su tamaño reducido, un carácter fuertemente selectivo y la apuesta por la atracción de talento nacional e internacional. Con la elección de Iñaki Alday como Director del Departamento de Arquitectura, la Universidad de Virginia aborda una decidida renovación basada en el perfil de una obra de prestigio internacional y una experiencia académica interdisciplinar en los campos de la arquitectura, el urbanismo y el paisajismo.

www.aldayjover.com

[inicio] [titulares de grupo]

La Gastrocroquetería de Chema

Se llama "La gastrocroquetería de Chema" y está en la zona La Latina (C/ Segovia. en Madrid.) Por fuera aparece un gran cartel con un cocinero jugando con una croqueta, es el propio cocinero del local que pretende mostrarnos cómo hace las croquetas con la receta de su mamá. Estudio Novo ha diseñado la imagen y la identidad corporativa, tarjetas de visita, carta de menús. Como el nombre indica, el "enganche" son las croquetas (originales, de formas y sabores curiosos...) la que más éxito tiene es la de chocolate con sobrasada, pero también tienen de las tradicionales (las llaman en el menú "como las que hace mi mamá"). Además, sirven tapitas vanguardistas y medias raciones.

Una decoración cuidada y llena de pequeños detalles como una vajilla de piezas curiosas rescatadas de sus viajes, de ésta forma María y Chema sirven sus ensaladas en macetas, las croquetas en hueveras de cerámica y otras curiosidades.

El diseño novedoso y actual ha mejorado su presentación y su distinción dentro de la hostelería, en la que pretender ser una referencia impartiendo cursos e investigando nuevas presentaciones.

<http://ca-es.facebook.com/pages/Gastrocroqueteria-De-Chema/176189059103899>

www.estudionovo.es

[inicio] [titulares de grupo]



Identidad corporativa y aplicación en menús.



Barcelona Design Festival

Barcelona Design Festival es un gran evento que situa Barcelona como una de las capitales internacionales del diseño.

El Barcelona Design Festival incluye dos epicentros de actividad: el FADfest como pistoletazo de salida, que tendrá lugar entre el 28 de junio y el 14 de julio, y la Barcelona Design Week como clausura, que se desarrollará entre el 17 y el 21 de octubre. Ambos eventos estarán unidos en el tiempo por multitud de actividades, exposiciones y rutas para disfrutar del diseño en la ciudad.

El Barcelona Design Festival quiere hacer visible el potencial de las empresas y los profesionales catalanes y ayudarles a competir a escala internacional, y convertirse en un evento de ciudad que promueva el diseño en los ámbitos ciudadano, profesional y empresarial, y que cubra las dimensiones económica y cultural del diseño.

La programación conjunta y coordinada entre BCD y el FAD tiene como resultado un extenso programa de gran interés estratégico para la ciudad. Premios, ciudad, empresa, negocio, emprendimiento, debate, fiesta y exposiciones articulan un programa con más de 50 actividades que debe contribuir a posicionar Barcelona en la pugna por la capitalidad en materia de diseño.

www.bcd.es

www.fad.cat

[inicio] [titulares de grupo]

Bilbao optará a capital mundial del diseño Publicado en www.elpais.com el 22/06/2011

Bilbao fue seleccionada el pasado 21 de junio entre las tres ciudades que competirán por convertirse en Capital Mundial del Diseño 2014. Dublín y Ciudad del Cabo son las otras finalistas, una distinción a la que aspiraban 56 ciudades.

El alcalde de Bilbao, Iñaki Azkuna, se mostró "muy esperanzado" sobre la posibilidad de imponerse a las otras dos finalistas y lograr esta capitalidad, que concede cada dos años el Consejo Internacional de Sociedades de Diseño Industrial. En los próximos meses, el comité organizador del certamen visitará las tres urbes finalistas (en el caso de Bilbao será en agosto) y a finales de octubre nombrará la ciudad ganadora en el transcurso de la Exposición Internacional del Diseño que se celebrará en Taiwán. "Es importante estar entre los tres primeros en una tesitura mundial de este calibre. Que Dios reparta suerte, pero si puede ser, que nos reparta a nosotros y que en Taipei (Taiwán) podamos ser designados Capital Mundial del Diseño", ha deseado Azkuna. "Si no lo somos, ha merecido la apuesta".

Tanto el alcalde como el diputado general de Vizcaya en funciones, José Luis Bilbao, y el secretario general de la Presidencia del Gobierno Vasco, Manu Salinero, coincidieron en destacar que "todas las instituciones vascas" han impulsado la



Laus 2011



candidatura de Bilbao, que también ha contado con el apoyo de entidades como la Cámara de Comercio, la patronal vizcaína Cebek, las tres universidades vascas y la BBK. Azkuna recordó que la candidatura de Bilbao también ha sido avalada por los ministros de Industria y de Exteriores, Miguel Sebastián y Trinidad Jiménez, respectivamente; el diseñador Philippe Starck y los arquitectos Norman Foster y Toshiko Mori.

Salinero recalcó el compromiso del Gobierno con la candidatura porque "en tiempos difíciles hay que hacer apuestas de futuro", dijo, "y el diseño lo es".

www.bilbao.net

[inicio] [titulares de grupo]

Noche Laus, entrega de los premios de Diseño Gráfico y Comunicación Visual

El pasado 30 de junio tuvo lugar la ceremonia de entrega de los Premios Laus 2011, la Nit Laus, en la que se entregaron un total de 30 Oros y los 6 Grand Laus al mejor trabajo de cada categoría. A esta edición de los Laus se han presentado un total de 1088 piezas de las que, además de los Oros y los Grand Laus, hay 86 Platas y 151 Bronces.

En 1964 ADG-FAD creó los Premios LAUS en reconocimiento a la creatividad y la calidad de la comunicación audiovisual y gráfica. Este año se ha celebrado la 41ª edición. Los Laus están divididos en las categorías de Diseño gráfico, Interactivos, Creatividad publicitaria y Audiovisuales.

<http://www.fad.cat/adg/Laus11/index.html>

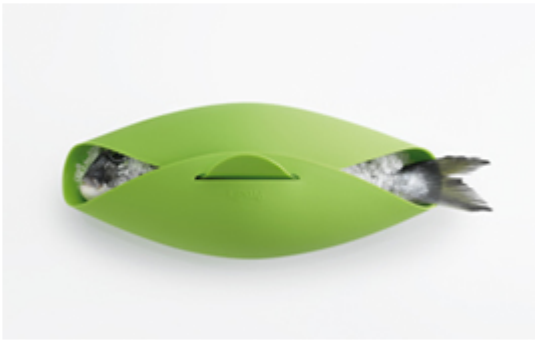
[inicio] [titulares de grupo]

Entrega de los Premios Delta de Diseño Industrial y de la Medalla ADI

El pasado 7 de julio se entregaron en el auditorio del MACBA los Premios Delta, los galardones de diseño industrial que otorga la Asociación de Diseño Industrial del FAD (ADI-FAD) cada dos años desde 1961. Se trata de premiar al mejor diseño industrial desde los últimos dos años. También se concedieron los premios Medalla ADI para estudiantes de Diseño.

El Delta de oro fue para el Asador al vapor de Lékué, del estudio de diseño Compeixalaigua. El asador destaca por un diseño multifuncional adaptado a cada etapa: precocción, cocción y pospreparación. Su material y diseño hacen que sea un producto funcional a la vez que atractivo, apto para lavavajillas y resistente hasta 220°C.

En cuanto al Delta de Plata fueron varios los productos que se llevaron este galardón: El cochecito convertible mono-dúo-mono Bugaboo Donkey de Max Barenbrug y Aernout Dijkstra-Hellinga; el modelo You-Turn, sistema compacto de iluminación de Delta Light; el aparato (pica de lavabo y wáter) para el ahorro de agua W+W de Gabriele & Oscar Buratti y fabricado por Roca Sanitario; la embarcación de motor eléctrico Silennis



Producto premiado con el Delta de Oro.



S.020, diseñado por Igor Esnal Olsagasti y producido por Silennis Boats; la colección de asientos Get Up de Martín Azúa y producido por Estudio Azúa QUE + Arteblanc; y la Table B del diseñador Konstantin Grcic producida por BD Barcelona.

También hubo un premio Delta de la Opinión que fue para la pieza WC Lagares In de RCR Arquitectos y producida por Lagares Producciones de Diseño.

La exposición con los proyectos seleccionados y los ganadores se puede visitar en la sede del FAD (plaza de Àngels, 6) hasta septiembre. Después pasarán a formar parte del fondo patrimonial del MADB (Museu de les Arts Decoratives de Barcelona) ampliando su catálogo con estos innovadores productos.

www.delta-awards.com

[\[inicio\]](#) [\[titulares de grupo\]](#)

Mercado de ideas

Del 28 al 30 de septiembre, y en el marco del Barcelona Design Festival, BCD organiza en Palo Alto la primera edición del Mercado de Ideas, un espacio dirigido a creadores, emprendedores, empresas e inversores que podrán intercambiar ideas y proyectos, y encontrar financiación para las iniciativas más innovadoras.

El Mercado de Ideas busca jóvenes graduados y profesionales hasta 35 años vinculados al diseño, la moda, y a las TIC, para que durante tres días expongan sus ideas y sus proyectos - no comercializados -, tanto productos como servicios, en los que el diseño tenga un papel destacado. El objetivo es generar oportunidades de negocio entre los participantes y las redes de bussines angels, las empresas de capital riesgo, y las empresas prescriptores.

Con este nuevo proyecto, BCD quiere crear una red de talento, promocionando a jóvenes creativos. Con este propósito, y para potenciar las sinergias entre los participantes, la exposición se combinará con un programa de actividades formativas y de networking.

El escenario del Mercado de Ideas, Palo Alto, es un espacio referente que concentra empresas creativas del ámbito del diseño y la arquitectura de Barcelona.

www.bcd.es

[\[inicio\]](#) [\[titulares de grupo\]](#)

Bienetec presenta Human Lamp

Bienetec acaba de sacar al mercado la última innovación en dispositivos multitáctiles, se trata de Human Lamp, un avanzado dispositivo table top portátil que permite convertir cualquier tipo de superficie en multitáctil e interactuar con ella. Incluso, a diferencia de otros table top que hay en el mercado, permite la interacción con objetos físicos.



"Human Lamp" puede ser utilizado en campos tan diversos como la medicina, la educación, el ocio o el marketing empresarial, entre otros muchos. Por ejemplo, en el ámbito educativo, el pupitre que usa el alumno a diario se puede convertir en una superficie multitáctil en la que puede resolver, de forma virtual, problemas, como por ejemplo ejercicios de visión espacial. Actualmente se está utilizando ya en diversos colegios de la provincia de Valencia, como el Colegio "Domus" de Godella, el Colegio Público "El Garbí" en L'Eliana y el Colegio Público "Camp De Túria", en Bétera y fuera de nuestras fronteras en la Universidad de Corea del Sur.

www.bienetec.es

[inicio] [titulares de grupo]

El logotipo más alto de España

236 son los metros de altura, aproximadamente, a los que se situará el logotipo de PwC en la antigua Torre Sacyr -ahora Torre PwC-: el más alto de España. 10,3x8,1 metros (ancho por alto) lo que mide cada uno de los tres logotipos que se instalarán en las tres caras de la Torre de PwC. El logotipo gigante esta hecho en parte de aluminio en volumen y de lona impresa, con iluminación interior.

Es la primera vez en España que se instala un logotipo con estructura exterior a esta altura. La falta de estudios de viento en nuestro país en edificios de esta envergadura es uno de los factores que hacen esta labor más complicada

El equipo de montaje que instalará el logotipo de PwC a esa altura estará formado por cinco personas y pertenece a la empresa Signes. Para ellos se utilizarán tres escaladores, que serán los que instalen las redes de protección, y otras dos personas que serán los que procedan a la instalación específica desde las góndolas desplegadas en la fachada del edificio.

Cada uno de los logotipos se tardará en instalar unos diez días, dependiendo de las condiciones meteorológicas. Para su instalación se han extremado las medidas de seguridad tanto en la propia Torre PwC como en los alrededores.

www.pwc.com

www.signes.es

[inicio] [titulares de grupo]



Formación

12/09/2011- 21/09/2011

Gestión empresarial para diseñadores

Curso para activos.

Organizado por el ITA bajo la dirección técnica del CADI (Centro Aragonés de Diseño Industrial) del Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de Aragón.

Más información: www.ita.es
cadi@aragon.es

19/09/2011- 26/09/2011

Gestión empresarial para diseñadores

Curso para desempleados.

Organizado por el ITA bajo la dirección técnica del CADI (Centro Aragonés de Diseño Industrial) del Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de Aragón.

Más información: www.ita.es
cadi@aragon.es

03/10/2011- 04/10/2011

Diseño y pensamiento creativo

Organizado por el ITA bajo la dirección técnica del CADI (Centro Aragonés de Diseño Industrial) del Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de Aragón.

Más información: www.ita.es
cadi@aragon.es

17/11/2011- 16/12/2011

Innovación y diseño de servicios

Organizado por el ITA bajo la dirección técnica del CADI (Centro Aragonés de Diseño Industrial) del Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de Aragón.

Más información: www.ita.es
cadi@aragon.es

04/11/2011- 25/11/2011

Laboratorio de Fabricación

A lo largo de los meses que se desarrolla el LABORATORIO DE FABRICACIÓN conoceremos a través de una serie de conferencias y debates los últimos avances en el campo de



fabricación digital y sus aplicaciones en diferentes disciplinas. Las conferencias se documentarán y pasarán a formar parte de la estructura de contenidos de la exposición, donde podrán ser consultadas por los visitantes.

Más información: <http://www.dhub-bcn.cat/es/dhubsessions/laboratorio-de-fabricacion>

22/07/2011- 24/07/2011

Safari residual

Curso programado en Urueña con Pepe Gimeno. En él se trabajarán partes del diseño a través de la propia obra que Gimeno lleva años creando con "Graffía callada" y "Diario de un naufrago" mediante la recogida de residuos de la playa.

Experiencia en la que se propone dejar de lado las herramientas que utiliza habitualmente el diseñador gráfico para encontrarse cara a cara con la esencia de la disciplina.

Más información: www.di-lab.com



Concursos

Bartcelona.org design edition

Fecha tope de presentación de trabajos: 31/07/2011

Bartcelona.org design Edition convoca un concurso para profesionales y estudiantes de diseño con el objetivo de favorecer la creación, abrir nuevos canales para jóvenes diseñadores y darles la oportunidad de convertir sus ideas en realidad y para hacer una reflexión sobre la aplicación del diseño en la experiencia del Centro Comercial, desde sus aspectos más prácticos hasta los más intangibles.

Más información: www.bartcelona.org



Premio Cambra a la Gestión del Diseño

Fecha tope de presentación de trabajos: 14/09/2011

El Premio Cambra a la Gestión del Diseño es el único premio en todo el estado que reconoce la gestión del diseño, empleada

Premi Cambra Gestió Disseny



para mejorar la estrategia empresarial, los productos o servicios, y la comunicación con los públicos.

Más información: www.bcd.es

Libros y publicaciones

Anatomía de la Creatividad

Autor: Llorenç Guilera

Editorial: ESDI

El director de ESDi, Llorenç Guilera, publica el primer volumen de la colección Design, Knowledge & Future. "Anatomía de la creatividad" aborda un aspecto crucial para el diseñador, la creatividad, y lo hace desde el análisis de todas las vertientes posibles.

http://www.esdi.es/continguts/noticia.php?llengua=2&id_fitxa=318&opcio=

More is More

Autor: Alex Trochut

Editorial: IndexBook

Trochut habla de sus influencias profesionales como Dalí y Miró y por supuesto de sus trabajos pero también del proceso de su creación. En este libro encontraremos toda una serie de bocetos y de las transformaciones que van sufriendo las ideas desde su cabeza hasta el papel.

<http://indexbook.es/libro.php?idLibro=1227&ln=en>

Eventos

¿Qué me pongo?

Organiza: Disseny Hub Barcelona

Lugar: DHUB Museu. Barcelona

La complejidad que comporta el acto de vestirse es mayor de lo que se percibe a primera vista. El Disseny Hub Barcelona realiza una reflexión en torno a la propia identidad a través de la exposición ¿Qué me pongo?, formada por una cincuentena de prendas escogidas del guardarropa de Maria Brillas, todas ellas creadas por Pedro Rodríguez, gran maestro de la Costura del siglo XX.

18/03/2011-28/08/2011



<http://www.dhub-bcn.cat/es/exposicion/que-me-pongo>

27 Obras /18 Autores

Organiza: Fundació Suñol

Lugar: Fundació Suñol. Barcelona

La Fundació Suñol ha reunido 27 obras de la Colección Josep Suñol con el objetivo de profundizar en el conocimiento del arte del siglo XX, a partir de una muestra de 18 artistas muy significativos en el desarrollo de las artes visuales de los últimos años, caracterizadas por un distanciamiento de anteriores convenciones de representación.

10/02/2011-31/12/2011

<http://fundaciosunol.org/exposicions/exposicions.php?lang=1>



Los sentidos de las máquinas (Laboratorio de interacción)

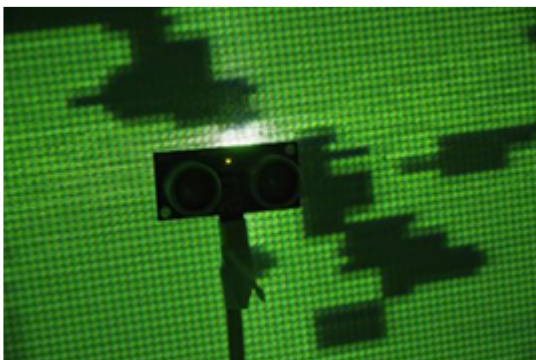
Organiza: Disseny Hub Barcelona

Lugar: DHUB Museu. Barcelona

Propone una mirada didáctica y experimental sobre la relación entre los hombres y las máquinas, en un momento en que las interfaces de nueva generación incluyen funciones interactivas naturales y conductas y comportamientos sociales. Una exploración de los nuevos territorios en los que el diseño de la interacción se desarrolla y genera nuevas necesidades, disciplinas y experiencias.

22/06/2011-31/08/2012

<http://www.dhub-bcn.cat/es/exposicion/laboratorio-de-interaccion-los-sentidos-de-las-maquinas-ioi>





Premios Delta. 50 años de diseño

La muestra se prorroga hasta el próximo 31 de octubre debido al éxito que ha tenido.

De las 135 piezas que forman parte de este recorrido, 48 han sido dadas por el Museu de les Arts Decoratives – Disseny Hub Barcelona, entre las cuales destacan, por ejemplo, el exprimidor Citromatic (Delta de Oro 1970) o la Chimenea Capilla (Delta de Oro 1964) entre otros.

06/10/2010-31/10/2011

www20.gencat.cat

FADfest Expo. El mejor diseño del año

El Convent dels Àngels, la sede del FAD, este verano estará ocupada al completo por la muestra que, por primera vez, reúne en una sola exposición las obras finalistas y ganadoras de los distintos premios: los Laus, los ARTFAD, los Sebastià Gasch d'Arts Parateatrals, los City to City, FAD de Arquitectura y Interiorismo, los ADCE Awards y los MODA-FAD.

28/06/2011-31/08/2011

<http://fad.cat/activities/view/257>

Diario de un naufrago. Pepe Gimeno

En la exposición que Espacio DiLab albergará hasta finales del mes de septiembre podremos ver 86 obras, en las que el lenguaje de los "residuos" nos hablarán de poesía, insectos, bailes y seres voladores... un emocionante viaje a través de la naturaleza partiendo de los objetos inanimados.

09/07/2011-30/09/2011

www.di-lab.org

CENTRO ARAGONÉS DE DISEÑO INDUSTRIAL

C. Monasterio de Samos s/n
(Edificio antiguo matadero)
50013 Zaragoza

El Centro Aragonés de Diseño Industrial en cumplimiento con la Ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSICE) y de la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos española (LPD), garantiza la total privacidad de los datos personales de nuestros usuarios. Para darse de baja de la suscripción [\[haga click aquí\]](#)

