



Titulares

Diseño en Aragón

- Innovación para laboratorios de Industrias Altea. [\[leer\]](#)
- Calor accesible. [\[leer\]](#)
- Videopantallas Mondo. Tecnología electrónica personalizada. [\[leer\]](#)
- Diseño de gama de climatizadores inteligentes. [\[leer\]](#)
- Termostato táctil. [\[leer\]](#)
- Equipamiento avícola. [\[leer\]](#)
- Estanterías extensibles de Araven. [\[leer\]](#)
- Prototipo de nuevo semáforo. [\[leer\]](#)
- El ITA diseña una mochila medicalizada para refugios del Pirineo español y francés. [\[leer\]](#)
- Nuevas pastillas de lejía. [\[leer\]](#)
- Packaging con premio. [\[leer\]](#)
- Almizate: Branding para elaborados del pato. [\[leer\]](#)
- Nuevas bolsas de basura no contaminantes. [\[leer\]](#)
- Harineras Villamayor. Nuevos envases. [\[leer\]](#)
- Carrefour: ampliación gama papel higiénico. [\[leer\]](#)
- Balneario de Paracuellos de Jiloca: envase de regalo navideño. [\[leer\]](#)
- Atades presenta el Vino de la Amistad. [\[leer\]](#)
- Etiquetado de cava con tecnología "sleeper". [\[leer\]](#)
- Nuevo vino Ecce Homo. [\[leer\]](#)
- Nueva gama de vinos con sabor a frutas Sweeter. [\[leer\]](#)
- Estrategia de marca para joyería. [\[leer\]](#)
- Eltac. Rediseño de marca. [\[leer\]](#)
- Teatro con personalidad. [\[leer\]](#)
- Doctor Vacaciones: nuevo concepto de agencia de viajes "Low Cost". [\[leer\]](#)
- Mécame. [\[leer\]](#)
- Rediseño de identidad visual Metromecánica. [\[leer\]](#)
- Beatriz Gimeno galardonada en los Premios Internacionales Letra Roland. [\[leer\]](#)
- Farándula. Un restaurante diferente. [\[leer\]](#)
- Nueva marca Aragón. [\[leer\]](#)
- Nace Tourbook Manager, una aplicación de gestión de eventos musicales. [\[leer\]](#)
- Ilustraciones para cafés. [\[leer\]](#)
- "Plantar cara" de Isidro Ferrer, en la Aljafería. [\[leer\]](#)
- Cartel festival de cine de Zaragoza [\[leer\]](#)
- Antológica de Arturo Elena en la Sala CAI Luzán. [\[leer\]](#)
- Encuentrazos 2013. [\[leer\]](#)

Comunidad Diseña

- El viajero consciente. [\[leer\]](#)
- Juegos Ambar 2012. [\[leer\]](#)
- Scati inaugura sede central y plataforma logística en

PLAZA. [\[leer\]](#)

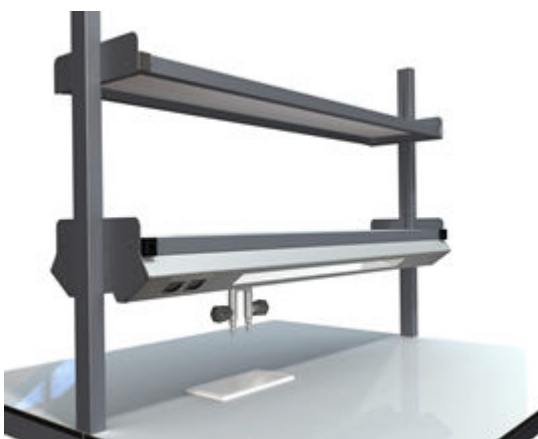
- Cuadernistas en la Ciudad de los gremios. [\[leer\]](#)
- Nueva serie de animaciones. [\[leer\]](#)
- El sitio web de Loquillo se renueva. [\[leer\]](#)

Diseño Nacional e Internacional

- Entrevista a Ana Bendicho, presidenta de la Asociación de Empresarios Diseñadores Industriales de Aragón, DIN-A. [\[leer\]](#)
- Premios Nacionales de Innovación y de Diseño [\[leer\]](#)
- Design for Growth & Prosperity: 21 recomendaciones a la CE en materia de diseño. [\[leer\]](#)
- Abierta la convocatoria para optar a los Premios Internacionales Design for All Foundation 2013. [\[leer\]](#)
- Materfad impulsa el proyecto europeo DAMADEI: Diseño y Materiales Avanzados. [\[leer\]](#)
- La BCN Design Week vuelve a posicionar Barcelona como capital internacional del diseño. [\[leer\]](#)
- BID 12. Diseño emergente: Innovación y futuro. [\[leer\]](#)
- Nuevo diseño para los billetes de Euro. [\[leer\]](#)
- Clausura del proyecto CEM en España. [\[leer\]](#)

Eventos

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

Innovación para laboratorios de Industrias Altea

Imágenes virtuales del diseño seleccionado.



Imagen del producto final en uso.

Con el fin de evolucionar la línea de mesas de laboratorio, Activa Design ha desarrollado una novedad que proporciona mejoras funcionales, ergonómicas, y una nueva imagen más tecnológica.

El nuevo diseño se ha basado en la incorporación en la mesa de las tomas de corriente y de datos, y el posicionamiento de luz de apoyo para los manipuladores. Esta integración de elementos que antes los instaladores y usuarios colocaban "donde podían" optimizan la funcionalidad de la mesa, siendo esta racionalización la que genera la estética integrada y tecnológica.

Un sistema de carril de extrusión de aluminio que se acopla a la estructura de estanterías de la mesa de laboratorio integra todas las tomas, y la luz de apoyo, evitando que se monten sobre las mesas otros carriles estándar pensados para canalizaciones eléctricas en paredes, y que crean estéticas poco cuidadas.

La incorporación en la mesa de tomas de luz y de datos supone una gran ventaja funcional y ergonómica, evitando la disposición de las tomas en zonas inferiores poco ergonómicas, o colocadas sobre la mesa donde convivían con líquidos, probetas y utensilios, generando sensación de "desorden".

La iluminación integrada mejora el trabajo del operador de laboratorio: proporciona mayor visibilidad en el área de trabajo, evitando que los usuarios coloquen lámparas añadidas para esta función.

El mismo perfil se instala a ambos lados de la estantería, por lo que se optimiza el proceso de fabricación y de logística.

Las estanterías se cierran con piezas de terminación para cumplir con la normativa del producto, evitando derrames accidentales, e integran su estética en el conjunto.

La nueva mesa de laboratorio transmite una imagen de tecnología, innovación y cuidada estética. En definitiva, se consigue mejorar el posicionamiento de Altea en el mercado de mobiliario de laboratorio.

www.industriasaltea.es

www.activa1.com

[inicio] [titulares de grupo]



Imágenes de la nueva estufa de biomasa.

Consciente de los cambios que están acaeciendo en el sector, Lasian está realizando una apuesta clara por el desarrollo de productos basados en la biomasa como combustible para la producción de calor.

El pasado mes de octubre y durante la celebración del certamen Expo-bioenergía, Lasian presentó su nueva gama de estufas de biomasa. Una de las particularidades de estos productos es la capacidad de usar como combustible pellets, cáscara de almendra o hueso de oliva indistintamente gracias a su sistema exclusivo y patentado de recogida de cenizas.

Fruto de la colaboración con AM Desarrollo se han realizado dos nuevos modelos de estufa "Brava" y "Llaima". Estos productos están orientados a ser instalados en el hogar, por lo que pertenecen a una gama de productos en la que se tiene que tener muy en cuenta la integración con los espacios donde se instala.

En un sector marcado por productos de imagen tradicional, se ha tratado de dotar a estas nuevas estufas de una imagen más actual y una personalidad propia, pero sin perder algunos de los rasgos característicos que identifican a estos productos.

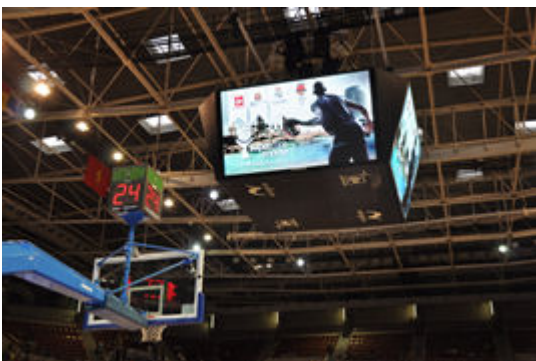
Un aspecto importante en la concepción de las nuevas estufas ha sido la optimización para ser fabricadas con los medios productivos de que dispone Lasian, lo que permite un correcto posicionamiento en precio, ya que se trata de los dos modelos de menor potencia calorífica y por lo tanto deben ser muy competitivos en precio. Para ello AM Desarrollo ha trabajado estrechamente con el equipo técnico, participando en la resolución de aspectos constructivos y de ensamblaje.

www.lasian.es

www.amdesarrollo.com

[inicio] [titulares de grupo]

Videopantallas Mondo. Tecnología electrónica personalizada



El Pabellón Príncipe Felipe de Zaragoza se ha convertido en el mejor escaparate de la tecnología electrónica de última generación desarrollada por Mondo Ibérica, gracias a la instalación una nueva videopantalla, pero además sirve de ejemplo del grado de personalización de un producto a la medida de un cliente.

Gracias a su estructura modular y a pesar de su envergadura y complejidad, la instalación se realizó en apenas una semana, cumpliendo así con la condicionante que suponía la celebración de la Supercopa Endesa. Sin embargo, su modularidad es tan solo una de las características distintivas de este tipo de videopantallas. Para Ignacio Mercado Navarro, director de Producción e I+D+i de equipamiento Deportivo de Mondo Ibérica, este Pabellón es un excelente ejemplo de un proyecto totalmente desarrollado a medida para un cliente. "Una de nuestras fortalezas es que somos capaces de personalizar este tipo de productos a las necesidades de cualquiera de nuestros clientes".

Y es que para su desarrollo, se contó con un equipo de dos

La nueva videopantalla instalada en el Príncipe Felipe.

ingenieros y cuatro técnicos valorando diferentes factores del pabellón: cantidad de público, distancias desde donde se verá la pantalla, su formato y la iluminación, entre otras.

"Otro de los parámetros es la altura del pabellón, ya que es muy importante saber las limitaciones de cada deporte", explica Mercado. "Por ejemplo, en baloncesto se necesita una altura mínima de siete metros. Lo que nosotros hicimos para este cliente fue instalar un sistema versátil con el que se pudiera variar la altura dependiendo del evento que se va a disputar". De esta manera, la distancia de los puntos de visión se redujo de 70 metros con los marcadores en las esquinas, a 30 metros en el centro del pabellón. Esto, a su vez, condiciona el tamaño del pixel y la cantidad de LEDs.

En este caso, se optó por un pixel de 12 mm y una tecnología LED 3 en 1 SMD, es decir, que en cada uno de los LEDs hay una única cápsula, en la que están integrados los tres colores: el rojo, el azul y el verde. Esto da una gran calidad de imagen a la videopantalla, lo cual "combinado con el software Mondovideo le da enormes posibilidades a la hora de poder retransmitir todo tipo de imágenes", afirma Mercado.

El sistema Mondovideo instalado está certificado por la Federación Internacional de Baloncesto para competiciones internacionales del máximo nivel.

Las videopantallas Mondo se caracterizan por su alta calidad, su coste reducido y su bajo consumo eléctrico. De hecho, la utilización de LEDs de alto rendimiento aumenta la durabilidad de sus componentes, obteniéndose una vida útil real de 100.000 horas de funcionamiento.

www.mondoworldwide.com

[inicio] [titulares de grupo]





Gama de climatizadores con teclado de silicona y Lexan.

Diseño de gama de climatizadores inteligentes

Electrónica Keld es una empresa puntera en el desarrollo de soluciones tecnológicas del sector industrial. Con un know-how líder en el control de temperatura, amplía su gama de productos con la nueva línea Keld Clima destinada al control inteligente del confort en autobuses. Para el diseño de los nuevos climatizadores se ha colaborado con el estudio Activa Design.

Los controles de confort se instalan en los salpicaderos de autobuses y permiten controlar las condiciones de temperatura y ventilación óptimas de forma independiente para conductor y zonas de pasajeros. Para evitar distracciones en la conducción, el diseño de los controles y mandos se ha proyectado sencillo e intuitivo. Considerando el entorno de uso, las teclas están situadas de forma que facilitan al máximo su identificación y uso, tanto de día como de noche, mediante su disposición, forma, identificación y retroiluminación por LED, que facilita la lectura de mandos en conducción nocturna. Al ser un producto que se usará en gran número de países, la gráfica se ha definido con iconos reconocibles internacionalmente, sin necesidad de crear versiones por idiomas.

La gama de climatizadores se ha diseñado en teclados de silicona y de Lexan para cubrir las necesidades específicas dentro del sector, configurando una identidad común, una imagen de gama que los unifica. Una estética sencilla y elegante que busca la integración formal con los elementos del salpicadero: controles del vehículo y auto radio.

www.keld-electronics.com

www.activa1.com

[inicio] [titulares de grupo]



Termostato táctil

Otro proyecto desarrollado por el estudio Activa Design para Electrónica Keld ha sido el diseño del nuevo frontal táctil, creando un producto compacto e integrado, que sintetiza los valores de alta tecnología en el control de temperatura y humedad.



Nuevo frontal táctil para cámaras de frío.



El nuevo comedero para alimentación avícola.

Este tipo de termostatos se instala en cámaras de frío, y la forma de limpiarlas suele ser mediante mangueras de agua dirigidas frontalmente. El uso de tecnología táctil para este tipo de controles supone una mejora funcional cualitativa, evitando vías de entrada de agua desde el frontal.

Sus dimensiones están normalizadas, así como la obligatoriedad de cumplir la IP65.

Su diseño completamente plano por el interior permite ser utilizado con distintas ubicaciones de pulsadores, dando mayor flexibilidad al producto. Los iconos y la gráfica son fácilmente interpretables, y transmiten una imagen sobria y de tecnología punta.

www.keld-electronics.com

www.activa1.com

[inicio] [titulares de grupo]

Equipamiento avícola

Continuando con la política de innovación impulsada desde la dirección, Eurogan está realizando una serie de mejoras en su gama de productos para el sector avícola.

Un hito importante ha sido el diseño de un comedero para la alimentación de pavos, con lo que se pretende acceder a un nuevo sector de mercado. Este nuevo producto ha sido desarrollado por AM Desarrollo, interviniendo desde la concepción inicial hasta la definición final de las diferentes piezas en cuanto a especificaciones técnicas, productivas y materiales.

Para el desarrollo del proyecto se ha contado con la colaboración de técnicos especializados en la alimentación avícola, siendo éste un aspecto de gran importancia, ya que ha permitido conocer y analizar toda la problemática que rodea la alimentación de estos animales con las diferencias existentes desde que son pequeños hasta la edad adulta.

Un elemento importante a considerar fue el tamaño de los pavos que llegan a superar los 25 kg de peso, por lo que las piezas que configuran el comedero deben ser muy resistentes a los golpes. Por otra parte los pavos son animales con una alta capacidad de aprendizaje, por lo que los diferentes sistemas de anclaje entre piezas deben ser sólidos e inaccesibles a sus picos.

Eurogan es una empresa con una clara vocación exportadora, por lo que las piezas que componen este nuevo producto son apilables y encajables con el fin de optimizar el espacio en transporte y mejorar la logística.

Con toda esta labor se ha conseguido abrir una nueva línea de productos que aportan una identidad propia y ayudan a la compañía a afianzar su posicionamiento en el mercado.

www.eurogan.com

www.amdesarrollo.com

[inicio] [titulares de grupo]



Esquema de configuraciones de la estantería.

Estanterías extensibles de Araven

Las nuevas estanterías Araven están diseñadas en base a las recomendaciones establecidas por el código internacional de buenas prácticas en materia de higiene y sanidad alimentarias CODEX ALIMENTARIUS. Resultan idóneas para incorporarse en cuantos programas y planes de autocontrol APPCC/HACCP que se lleven a cabo en los establecimientos que manejen producto alimentario.

En su diseño se han tenido en cuenta criterios de seguridad alimentaria e higiene, por ejemplo en la calidad de los materiales utilizados (polipropileno y aluminio anodizado) inalterables en condiciones de humedad y completamente aptos para su uso en los ámbitos descritos.

Sus baldas perforadas favorecen la recirculación del aire, y se pueden desmontar para su lavado en el lavavajillas, evitando la potencial acumulación de restos en las zonas en contacto con contenedores y otros envases de alimentos.

Activa Design ha participado en la adaptación de este diseño a las estanterías extensibles Araven, con largueros telescópicos que permiten cubrir distintas medidas que van desde los 83 cm hasta los 2 m. La principal ventaja del producto es la adaptabilidad de la estantería al espacio disponible evitando tener que encargar estanterías a medida, optimizando el coste y el espacio lo que nos supone un ahorro. Además, el sistema facilita el transporte al ir completamente desmontada en una caja de medidas ajustadas.

Estas son algunas de las características principales:

- Baldas de polipropileno perforadas para la circulación del aire.
- Baldas completamente desmontables para una cómoda limpieza.
- Carga repartida, desde 120 Kg hasta 150 Kg por altura de estante, según modelo.
- Fácil montaje y desmontaje, permite el mantenimiento, la limpieza, la desinfección y la vigilancia. No se necesitan herramientas para montaje.
- Permite el lavado de las baldas en el lavavajillas.
- Estructura de aluminio anodizado de gran resistencia mecánica y a la corrosión.
- Tornillería en acero inoxidable.
- Estantes regulables en altura cada 150 mm.
- Patas regulables y ajustables para una total estabilidad.

www.araven.com

www.activa1.com

[inicio] [titulares de grupo]

Prototipo de nuevo semáforo

Las empresas aragonesas Cerma & Arriaxa y Renovalte presentan un nuevo prototipo de semáforo. Está diseñado pensando en las nuevas ópticas LED, líderes en eficiencia energética, consiguiendo un aspecto más aerodinámico,



Vista frontal y trasera de los nuevos semáforos.



Prototipo de mochila medicalizada.

ayudado por la ausencia de viseras.

El nuevo semáforo está construido en policarbonato, material termoplástico que soporta muy bien los cambios climáticos y los impactos. Destaca también la ausencia de herrajes, bridas y tornillería visibles dándole su aspecto compacto y limpio.

Como complemento y gracias a su diseño, se ha habilitado la superficie trasera del mismo para incorporar anagramas corporativos de las ciudades donde se instale, señalética tipo callejero o un pequeño espacio publicitario. Hasta ahora se han instalado unas unidades en periodo de pruebas en la vía pública con permiso del Servicio de movilidad del Ayto. de Zaragoza que serán retiradas en breve para su estudio, y posterior presentación a los organismos oficiales interesados.

www.cermayarriaxa.com

www.renovalite.com

[inicio] [titulares de grupo]

El ITA diseña una mochila medicalizada para refugios del Pirineo español y francés

El Instituto Tecnológico de Aragón ha diseñado una mochila medicalizada que da información detallada de cómo está el herido en cada momento para que cuando, por ejemplo, llegue el helicóptero, para su evacuación, el centro médico de referencia tenga todos los datos posibles. "Es una solución de intervención en montaña. La información se transmitirá a través de wifi a los centros de salud o de emergencia", explica Sergio Mayo, quien ha trabajado en este proyecto en colaboración con Vega Rodríguez, ambos técnicos del ITA.

La mochila cuenta con dispositivos de control de las constantes del paciente (herido en accidente de montaña, afectado por un infarto, etc.) y de transmisión de dichos datos al centro de salud. Con esta herramienta se consigue una asistencia a los heridos, antes de la llegada de los socorros, por equipamientos de teleasistencia en alta montaña y una captura de datos médicos transfronteriza. Este dispositivo se ha probado durante el mes de septiembre y octubre con la colaboración del Hospital de Barbastro y el Hospital San Jorge de Huesca, y las conclusiones han sido un éxito. En un futuro habrá cinco, tres de ellas estarán en refugios españoles y dos en franceses.

La mochila pertenece al proyecto STIPP, que dispone de un portal web en el que se integra toda la información meteorológica proporcionada por Meteo France y Aemet como los datos que envía el bastón, desarrollado por Escuela Universitaria Politécnica de La Almunia, y la actualidad que los



La información se integra en un portal web.



Identidad corporativa de la nueva marca.



usuarios de montaña a través de sus dispositivos móviles den de alta sobre el terreno. "Toda esta información se actualizará automáticamente y se cruzará en el portal para que haya una reseña precisa", indica Sergio Mayo.

De esta manera, los resultados de STIPP han dado sus frutos: Un bastón informativo que está instalado cerca del refugio Casa de Piedra en el Balneario de Panticosa (a través de telefonía móvil se conecta con este refugio y da información de la velocidad y dirección del viento, la temperatura y humedad relativa y el espesor de nieve); un sistema de alerta geolocalizado por satélite, dando el acceso a números de emergencia (112) en las zonas no cubiertas por el GSM; y la mochila medicalizada.

Este proyecto está integrado por socios españoles y franceses, pertenece a Poctefa que se inició en 2009 y ha finalizado en noviembre de 2012. En este trabajo han participado: Mede, ITA, GCS Telesanté Midi-Pyrénées, Salud, Enit, Eupla, Meteo France, Aemet y Ayuntamiento de Jaca.

www.stipp-project.eu

www.ita.es

www.eupla.unizar.es

[inicio] [titulares de grupo]

Nuevas pastillas de lejía

Envasados del Pirineo, especializada en la fabricación y distribución de soluciones innovadoras para tratamiento de aguas, ha lanzado una nueva línea de fabricación de pastillas de 3,35 gramos sustitutivas de la lejía de disolución rápida en un nuevo envase de 160 gramos, equivalente a cuatro litros de su versión líquida.

Estas pastillas reducen el riesgo. Una botella de lejía se puede pinchar y derramarse el líquido, mientras si se rasga el envase de estas pastillas no ocurre nada. Asimismo, estas pastillas permiten al usuario poder trasladar más cantidad con un peso inferior y ocupan menos espacio.

Se trata de un claro ejemplo de como innovar y exportar, porque el cien por cien de esta línea va a ir destinada a la exportación, siendo la innovación y la internacionalización dos de las piezas clave de cualquier empresa. Envasados del Pirineo cuenta con un volumen de negocio de unos 4 millones de euros al año y de la inversión de la empresa el 5,5 por ciento, aproximadamente, se destina a I+D+i.

Las líneas de productos de Envasados del Pirineo son químicos para piscinas, químicos para agua de ganadería, con los que empezaron en el año 2005, y detergencia, productos que empezaron a comercializar en 2009.

Envasados del Pirineo ya exporta en 70 países, pero la empresa espera que en el año 2015 sus productos se comercialicen en unos cien países, a través de un plan de internacionalización que empezó en 2009 y finalizará en 2015.

Toda la fabricación de la empresa se realiza en Sabiñánigo, con una planta de 6.000 metros cuadrados de instalaciones

Envases para pastillas de lejía.

cubiertas y 12.000 metros cuadrados sin cubrir, "gracias a un equipo joven, Envasados del Pirineo afronta el futuro con optimismo", ha concluido Sergio Mayenco, director de Envasados del Pirineo.

www.envasadospirineo.com

[inicio] [titulares de grupo]



Packaging con premio

Un producto diseñado por Batidora de Ideas ha sido el ganador del premio al mejor envase de alimentación y bebidas, en la categoría de Marketing. Este premio lo otorga la AIMCAL (Association of International Metallizers, Coaters and Laminators).

Se trata de un saco diseñado para contener alimentación canina de última generación. Un producto creado para la marca Land of Sybaris, que ha lanzado al mercado un novedoso producto a base de exclusivos ingrediente aptos para el consumo humano, con carne fresca y huevos, sin cereales ni harinas de carne.

Según el jurado "La capa metalizada, el uso de tintas especiales perladas y el aspecto satinado mate crea la imagen de exclusividad deseada" ... "el resultado es hermoso, con apariencia de lujo y de gran elegancia para ese tipo de producto".



El packaging de alimentación canina premiado.



Rediseño de la marca Almizate.



Aplicación a latas de producto.

www.landofsybaris.com

www.aimcal.org/awards/product-competition.aspx

www.batidoradeideas.com

[inicio] [titulares de grupo]

Almizate: Branding para elaborados del pato

Se trata de un proyecto completo de "branding", donde se rediseñó la marca Almizate, sus aplicaciones básicas en papelería, catálogo y elementos de comunicación, haciendo notable hincapié sobre sus envasados.

La metodología utilizada en esta empresa familiar es entregar el producto bajo pedido, por lo que se asegura la máxima frescura del mismo. El lema que lo resume es: "Calidad y servicio. Producto muy fresco, entregado lo antes posible". Para la elaboración de sus productos, no utilizan ningún tipo de aditivo, conservante o colorante. No utilizar este tipo de materia demuestra que se trata de productos de altísima calidad, con lo que el posicionamiento de los productos es "gourmet". Este punto dio las pistas necesarias para la utilización de materiales metálicos que ayuden a posicionar dichos productos.

En el desarrollo del etiquetado para los productos, se realizó una división cromática que colabora a reunir las diferentes gamas y calidades de productos, ayudando al consumidor final a diferenciarlos. La premisa de utilizar papeles metálicos ayudó enormemente al posicionamiento deseado. La selección de una gráfica con un enfoque "vintage", pero con una estructuración moderna y actual confiere al conjunto general una imagen de gama sólida y duradera dentro del sector.

Este tipo de producto no solo está dirigido al mercado español, también se vende en mercados como el canadiense, ruso y centroamericano, por lo que las etiquetas deben tener la posibilidad de realizar un reimpresión con el tipo de producto y los ingredientes en el idioma del mercado al que va dirigido. Todo esto está contemplado desde el principio en el proyecto, y así el resultado son unas etiquetas genéricas que luego son

reimprimidas dentro de la propia empresa, evitando sobre costes.

www.activa1.com

[inicio] [titulares de grupo]



Nuevas bolsas de basura no contaminantes

Los hábitos ecológicos de los aragoneses en cuanto al uso de bolsas respetuosas con el medio ambiente son los peores de toda España. Es la comunidad española que menos dinero se gasta en este tipo de productos, ya que un 56,95% de los encuestados confirma que emplea como bolsa de basura las del supermercado, sean del material que sean y sin atender a sus características medioambientales (frente al 42% de la media española). Así lo demuestra el "Primer Estudio Sphere sobre hábitos de consumo ecológicos" publicado por Sphere, grupo pionero en la investigación y desarrollo de productos bioplásticos.

Para dar respuesta a esta tímida pero creciente sensibilidad de los aragoneses hacia el uso de bolsas no contaminantes, Sphere lanza la primera bolsa elaborada a partir de caña de azúcar, cuyo proceso productivo reduce las emisiones de CO2 en un 100% .

Esto se debe a que el carbono absorbido durante la fotosíntesis de la caña de azúcar durante su crecimiento compensa los gases de efecto invernadero que se generan durante el proceso de fabricación (obtención del polietileno vegetal y fabricación de la bolsa final).

El Polietileno Vegetal es el primer bioplástico reciclable que no contamina, con la enorme ventaja de que sus principales características (resistencia, rigidez, dureza, flexibilidad y elasticidad) son las mismas que las del Polietileno que deriva del carbono fósil (petróleo).

Alfapac Vegetal Origin es la marca con la que Sphere



Bolsas de basura Alfapac Vegetal Origin.

comercializa sus productos bioplásticos en los principales canales de distribución. Por el momento, en España están disponibles las bolsas de congelación, las bolsas de basura y el film estirable.

www.sphere-spain.es

[inicio] [titulares de grupo]



Harineras Villamayor. Nuevos envases

La empresa Harineras Villamayor realizó en el año 2007 un rediseño de identidad visual. Este trabajo, realizado por Activa Diseño, dio como resultado un manual de aplicaciones básicas entre las que se encontraban papelería, vehículos, uniformes y la aplicación de la marca a los envases de gran formato que venden a las panaderías y pastelerías, siendo un producto de altísima calidad y de contrastado reconocimiento por los propios profesionales.

Una nueva estrategia de la empresa, amplía los formatos de alguna de las harinas emblemáticas, estas son la harina "Especial Cocina" y "Repostera". Bajo el slogan "La harina de tu panadero, ahora en tu cocina", se plantean estos dos nuevos formatos de harina. Las especificaciones de este proyecto eran transmitir lo mejor posible que se trata de el mismo producto envasado en sacos de 25-40 kg.; para ello se planteó utilizar el mismo aspecto gráfico, colores, y elementos que contiene los sacos de gran formato, aunque tratándose de formatos para amas de casa, se debía transmitir el aspecto que este producto tiene en los lineales de los supermercados. Por todo esto, a los elementos comunes ya existentes, se añadió el concepto fotográfico en la cara principal emulando los paisajes de la comarca, y el concepto "panadero-repostero" artesano en uno de los laterales. Con todo esto se unió la tradición de la harina de prestigio de "toda la vida" con una identidad atemporal y duradera.

Envase de harina para pizza

El reto de este otro proyecto fue realizar un envase con aspecto totalmente italiano, que no pareciese harina española, pero que siguiera teniendo elementos comunes al resto de la gama. Se tomaron varias decisiones importantes al principio del proyecto, la más esencial era la utilización del italiano como



Nuevos envases para harina de 1 kg.



Envase de harina para pizza.

idioma principal, dejando un tercer lugar el castellano. Tras una investigación de mercado sobre productos similares en el mercado italiano y francés, se optó como mejor referencia, por la utilización de los colores de la bandera italiana, y por unos elementos fotográficos que reflejen una pizza "fatta per la mamma".

El resultado hace hincapié en la calidad real de este producto, añadiendo elementos que dan confianza al consumidor (y que son totalmente reales) como por ejemplo el de tipo grano, y que esta misma harina es utilizada por pizzerias en sacos grandes.

www.harinerasvillamayor.com

www.activa1.com

[inicio] [titulares de grupo]

Carrefour: ampliación gama papel higiénico

Para la realización de este proyecto se trabajó estrechamente con el departamento de marketing de Carrefour Francia y de ICT Ibérica. Las especificaciones eran muy claras, existiendo un manual para todos los productos de la marca Carrefour muy estricto, se debía ampliar un color dentro de una horquilla precisa, y utilizando las indicaciones generales de la compañía, se debía añadir la diferenciación de la propia innovación del producto. La innovación consiste en que el cartón interior del rollo de papel absorbe los malos olores.

Para reflejar este punto se añadió a la norma de envasado de la empresa unas nubes de fondo, y un "flash" que contiene ilustración icónica de las nuevas propiedades más una fotografía a modo de símbolo para transmitir la suavidad necesaria.

www.carrefour.es

www.activa1.com

[inicio] [titulares de grupo]



Gráfica desarrollada para la nueva gama.



Balneario de Paracuellos de Jiloca: envase de regalo navideño

El Balneario de Paracuellos de Jiloca lanza un nuevo envase de cara a estas navidades. El proyecto se ajusta a una ampliación de la gama de envases existente. El concepto gráfico se sustenta en la utilización de un lazo, siendo éste el elemento



Envase para productos de regalo.



Vino amigo 2012 Atades 50 Aniversario y detalle de ilustración de Eva Armisén.



más representativo de un regalo.

Caja realizada con microcanal mas encolado, que asegura una correcta implantación de toda la gráfica en cuatricomía a un coste muy controlado y con resultados óptimos. Para difundir toda la gama de productos del balneario, en la cara inferior del envase, se inserta una imagen de familia, más pequeñas explicaciones de cada producto.

www.balneariodeparacuellos.com
www.activa1.com

[inicio] [titulares de grupo]

Atades presenta el Vino de la Amistad

Atades ha presentado en la Confederación de Empresarios de Aragón (CREA) el Vino de la Amistad, un vino que ha contado con la colaboración de Bodegas Enate y la ilustradora zaragozana Eva Armisén. A la presentación han asistido Jesús Morte, presidente de la Confederación de Empresarios de Aragón, Fernando García Vicente, Justicia de Aragón, Luis Miguel Albarrán, director general de alimentación y fomento agroalimentario del Gobierno de Aragón y Jesús Soto, presidente de Atades, entre otras personalidades.

En el salón de actos de la CREA se ha dado a conocer este proyecto cuya recaudación será para los proyectos sociolaborales de Atades que conmemora este año su 50 aniversario. En palabras de Jesús Soto, presidente de Atades, "Regalando este vino regaláis una hora de trabajo con nuestros chicos, una hora de diversión con ellos, una hora de aprendizaje... Tantas horas, tantos progresos. En Atades nos gusta decir que entre todos, haremos todo. Pero no podemos hacerlo sin la ayuda de la sociedad aragonesa. Sin vuestra ayuda".

El vino de Bodegas Enate es un Tempranillo 2011, un vino de corte desenfadado e informal, muy agradable de beber y que se muestra versátil en el maridaje ofreciendo infinidad de posibilidades. Atades lo ha puesto ya a la venta.

La etiqueta del vino es obra de la ilustradora zaragozana Eva Armisén, quien ha cedido de manera desinteresada la obra "Por nosotros" en el que se plasma una imagen festiva de una pareja que brinda con una copa de vino en un día luminoso en el campo.

Además de este, Bodegas Enate también ha presentado un vino en colaboración con Atades Huesca como Vino Amigo 2012 y en la etiqueta se ha reproducido un cuadro que el artista José Beulas ha pintado en homenaje a su amigo Manuel Artero, benefactor de la Entidad.

www.atades.com
www.enate.es
www.evaarmisen.com
www.cdan.es

[inicio] [titulares de grupo]



Cava Mirada de Burbuja.

Etiquetado de cava con tecnología "sleever"

El proyecto ha consistido en el diseño de 5 etiquetas para cava realizados con "sleever". En el desarrollo del mismo se contempló como base inicial la utilización de los cinco sentidos. Partiendo de esta premisa, se planteó el naming de cada uno de los envases, así como el tipo de ilustraciones y elementos gráficos que los acompañan.

En el desarrollo del proyecto se valoraron las múltiples posibilidades que puede tener esta tecnología, utilizando cuatricomía, tintas planas, transparencia, barnices con volumen, tintas metálicas, etc. consiguiendo unos resultados espectaculares.

Mirada de Burbuja: Etiquetado de cava rosado, básicamente enfocado al público femenino. Se busca una seducción a través de la mirada, jugando con el surrealismo del nombre y la ilustración. El enfoque del envase es la respuesta a un mercado festivo e informal.

Pequeño Susurro de Cava: Etiquetado para un Brut seleccionado con un enfoque sofisticado, jugando con la representación de las burbujas. La utilización de tintas metálicas sobre un gris oscuro mate le otorga al conjunto la elegancia deseada. A estas burbujas metálicas, se les añade un barniz "braille" simulando pequeños brillantes; para reforzar el carácter festivo de este envase, se utilizan las burbujas como "fuegos artificiales".

Caricia de Uva: Esta botella, basada en el sentido del tacto, propone una gráfica barroca inspirada en cuadros del Siglo XVIII, e intentando ser lo más fidedigno posible al trazo y texturas de los cuadros de la época. Para la ejecución de esta etiqueta se utiliza una flexografía de mucha precisión en cuatricomía.

Bouquet de Vendimia: En este caso se busca jugar con la transparencia del material utilizado, dejando visualizar el color del Cava Rosé. Este cava está enfocado a un mercado más tradicional.

Sabor de Viña: Divertido, desenfadado, festivo, son los adjetivos que definen este envase. Un producto enfocado a un mercado de bajo coste, que busca la sonrisa de sus consumidores por el propio surrealismo de las imágenes. Es muy interesante el juego visual que realizan los rombos en la zona superior al estrecharse el diámetro del cuello. Esta etiqueta se realizó en cuatricomía.

Todo este proyecto se realizó en Graficas Z.

www.activa1.com

www.graficasz.com

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen de la gama completa.



Etiquetas de los dos vinos Ecce Homo.

Nuevo vino Ecce Homo

Bodegas Aragonesas ha lanzado al mercado dos nuevos vinos elaborados con la variedad garnacha y los ha vestido con el nombre y la referencia gráfica de lo que ha sido la noticia de este verano en todo el mundo: La polémica restauración de la pintura del 'ecce homo', del Santuario de la Misericordia de Borja.

Esta iniciativa de Bodegas Aragonesas, de la Denominación de Origen Campo de Borja, tiene un fin social, ya que el beneficio íntegro de la venta de estos vinos se destinará al Centro Ocupacional de la comarca.

Para la elaboración de los dos vinos de garnacha cien por cien, la bodega zaragozana ha utilizado las uvas procedentes de sus propios viñedos, con una antigüedad de 40 años en el caso del vino joven, Garnacha 2011, y de 50 años en el Garnacha Selección 2009. Se trata de viñedos en vaso, cultivados a la manera tradicional y localizados en las faldas del Moncayo a 600 metros de altitud, sobre suelos pedregosos de pizarra y arcillo-ferrosos.

El pasado mes de noviembre Bodegas Aragonesas ha hecho entrega de 10.136 €, obtenidos gracias a la venta del vino, al Centro Ocupacional de Agón.

El presidente de Bodegas Aragonesas, Luis Jesús Aznar, ha entregado el cheque al presidente de la comarca de Borja, Eduardo Arilla.

En total, se han vendido 20.000 botellas del vino joven y 5.000 del de selección. La comercialización de los vinos empezó el 1 de octubre y se están vendiendo en hipermercados y supermercados y también en restaurantes.

Nueva gama de vinos con sabor a frutas Sweetter

Se ha presentado una nueva gama de vino con sabor a fruta realizado para Bodegas Valdepablo. El desarrollo del proyecto incluye la realización de un naming y toda la gama de sabores enfocados al mercado exterior. Estas nuevas bebidas dulces están elaboradas a partir del vino, con una graduación no superior a 7 grados, y dirigidas a mercados muy dispares. Dichos mercados son India, China, Japón, EE.UU, etc. Esta amplitud tan diferente de público objetivo, obligaba a diseñar primero un nombre que tuviese una alta reconocibilidad dentro de todos los mercados, razón por la que se optó por un nombre de tendencia anglosajona, que fuese una palabra inventada, pero con una adecuada sonoridad. El resultado final es Sweetter.

La propia marca tiene las connotaciones de suavidad y dulzura que aporta una tipografía gestual.

Para el desarrollo de las etiquetas, y tratándose de los mercados mencionados, se optó por el uso de referentes españoles festivos muy reconocibles, mezclados con la fruta correspondiente al sabor propuesto. Como para los consumidores a los que se dirige estos productos, el consumo de estas bebidas se asocia a un momento festivo, el aspecto de las etiquetas busca una sonrisa, un guiño con el consumidor, y un estilo de gráfica adecuada para los "vinos del nuevo mundo", donde la gráfica es más atrevida en todos los aspectos. Para definir mejor cada sabor, se añade una codificación cromática de cada uno, reforzando el sabor que contiene.

www.valdepablo.com

www.activa1.com

[inicio] [titulares de grupo]



Botellas de vino de sandía.



Gama completa.



Estrategia de marca para joyería

Argyor es una empresa dedicada a la fabricación de joyería desde el año 1954, cuando comenzó con la producción de orfebrería en plata. Desde entonces hasta hoy la evolución de la empresa ha supuesto el paso desde procesos artesanales a una visión más dinámica, ampliando no sólo las capacidades de diseño y fabricación de joyería en oro y plata, sino también los mercados donde Argyor está presente hoy día, ofreciendo sus productos de contrastada calidad en más de 30 países.

El catálogo en todo este tiempo no ha dejado de ampliarse, abarcando desde las iniciales medallas religiosas a la joyería con piedras preciosas y perlas, acuñando medallas conmemorativas, arras matrimoniales, pulseras, etc., llegando a convertirse en el productor más importante de alianzas de España, y un referente en la especialidad de joyería en oro.

A comienzos de año, la empresa encargó a la consultora Marketing Gabinet la realización de una auditoría de marca, que le permitiera posicionar más adecuadamente sus productos en el mercado, y mejorar la estrategia de sus marcas, identificando a los públicos objetivos y los atributos o valores que cada una debería comunicar.

Durante esta auditoría se realizaron entrevistas con mayoristas y agentes, focus group con clientes finales, encuestas y mystery shopping en tiendas, entre otras técnicas de investigación.


ARGYORDIAMONDS


ARGYOR18KILATES


ARGYOR9KILATES


AMPSA


ARGYORMEMORIAL


ARGYORSILVER&GOLD


ARGYORLABORATORY

Identidad corporativa de la marca principal y submarcas de producto.


siamo
JEWELLERY YOUR WAY

La conclusión principal de este estudio fue la idoneidad de mantener una marca genérica, Argyor, para el producto más general y sus distintas líneas de producto, y crear nuevas marcas, en concreto dos, dirigidas a públicos muy concretos y con un producto diferenciado.

Así, se decidió rediseñar la marca Argyor, ordenando y jerarquizando además las submarcas de producto que la integran, con una imagen más actual y que comunicara los atributos de experiencia, fabricación, calidad, confianza y garantía. Además, se acordó acometer el diseño de dos nuevas marcas. La primera, Siamo, que engloba los productos de plata, dirigida a un público femenino, independiente, que busca la innovación en las piezas. La segunda, una marca especializada en joyería para bodas, no solamente para los novios, sino también para los invitados.

Línea Diseño ha sido la encargada de desarrollar el proyecto de identidad corporativa. La marca Argyor conserva algunos aspectos gráficos que la hacen reconocible, mejorando aspectos de legibilidad y aplicación. Así mismo, se ha desarrollado un completo manual de aplicación que asegura el uso correcto de la nueva marca y sus submarcas, de manera coherente. El nuevo claim propuesto hace además hincapié en la idea de tradición y experiencia.

La marca Siamo se ha rediseñado utilizando códigos visuales que apelen mucho más al público objetivo. El símbolo está compuesto por un corazón alado, que evoca la independencia femenina, la personalidad. Este mensaje se refuerza además por el eslogan utilizado: "joyas a tu manera".

Por último, se ha diseñado el nombre y marca que identifica a los productos para bodas. Primero se realizó un trabajo de naming, tratando de transmitir los valores de calidad, durabilidad, compromiso, etc. Con las primeras propuestas se llevó a cabo un test de concepto, seleccionando finalmente el nombre de Promessa. La identidad corporativa de Promessa se ha diseñado siguiendo estas pautas, con una tipografía elegante, sobria y elaborada, que transmite la idea de calidad, y un símbolo a modo de sello que comunica la especialización en bodas de la marca.

Argyor se encuentra en estos momentos dando los primeros pasos en la implantación de las nuevas marcas a través de las primeras acciones de marketing.

www.argyor.com

www.siamo.es

www.mkgabinet.com

www.linea-online.es

[inicio] [titulares de grupo]



Desarrollo de la marca Siamo y una aplicación.



Marca para productos de bodas y aplicación a catálogo.



Identidad corporativa de Eltac.

Eltac. Rediseño de marca

Para la realización de este trabajo se partió de varias particularidades que se debían mostrar en la nueva identidad visual: se trata de una empresa de iluminación hortofrutícola, industrial y decorativa, que además desarrolla nuevos sistemas inteligentes de cultivo basados en el autoabastecimiento. Todos estos puntos pueden parecer antagónicos o difíciles de aglutinar en una sola imagen. Para ello se realizó por parte de Activa Design una síntesis inicial de cuales eran los puntos esenciales a transmitir. Dichos puntos son: "somos una ingeniería que desarrolla nuevos conceptos de iluminación" y "uno de nuestros mercados principales es el hortofrutícola".

El resultado es un símbolo que busca reflejar estos dos puntos principales. Se realizó un programa de aplicaciones gráficas a los elementos básicos de la compañía: papelería, uniformes, vehículos, aspecto general de la web, etc.

www.eltacnet.com

www.activa1.com

[inicio] [titulares de grupo]



Aplicación a elementos de papelería.

**TEATRO
DE LAS ESQUINAS**

escena
TEATRO DE LAS ESQUINAS

escuela
TEATRO DE LAS ESQUINAS

café-teatro
RESTAURANTE FARÁNDULA

Teatro con personalidad

El Teatro de las Esquinas es el nuevo espacio escénico de Zaragoza, un modelo pionero de gestión cultural de un espacio público dirigido por empresas privadas del mundo del teatro (Teatro del Temple y Teatro Cheymoche), un espacio de mediana capacidad donde convive un restaurante, un auditorio polivalente y una escuela de artes escénicas.

La programación está muy abierta y pretende ser dinámica y audaz basándose en teatro, música, danza contemporánea y prestando especial atención al público familiar.

Teatro de Las Esquinas se ha querido posicionar como un espacio de actualidad y vanguardista, ser un referente en la ciudad, a través de una marca flexible, capaz de funcionar sobre distintos soportes sin distorsiones, previendo múltiples necesidades de aplicación: señalética, comunicación, cartelería gran formato, mupis, prensa, web, redes sociales, etc.

Línea Diseño trabajó en la creación de una identidad visual corporativa que mostrara estos atributos mediante una marca

Nueva identidad corporativa del Teatro y sus actividades.



Aplicación a mupi y programa de mano.

minimalista, donde destaca integrado en la tipografía un símbolo, mediante la personalización de la letra E. Este símbolo representa los dos puntos de vista del escenario desde dentro de él y mirando a él, (el actor y el espectador), este cambio de orientación muestra una forma de entender este arte más vanguardista e innovadora.

Por otro lado los elementos gráficos del símbolo dan pie a la composición de otras marcas auxiliares que comunican las distintas actividades del teatro, manteniendo una identidad gráfica coherente.

Además de la logomarca se ha creado un sistema de elementos de comunicación que ayudan a la gestión y organización de la programación, teniendo como último objetivo hacer de la marca y el teatro un ente reconocible y memorable, ayudando a segmentar los públicos específicos de sus programaciones de una forma casi intuitiva. El espectador encontrará en los soportes comerciales, una información muy estructurada por zonas gráficas muy claras y diferenciadas. El tratamiento de color organiza los espectáculos por tipologías en: teatro, música, danza y familiar (infantil).

La versatilidad de los elementos de comunicación está compensada por la estandarización y organización de los recursos gráficos, facilitando la operativa de la dirección de comunicación del teatro, equipo de diseño y proveedores.

También se ha diseñado la señalética exterior del espacio, buscando la máxima optimización de recursos económicos, así como la página web del Centro, que busca mantener un compromiso de imagen atrayente al usuario manteniendo las necesidades operativas del sistema de compra online.

www.teatrodelasesquinas.com

www.linea-online.es

[inicio] [titulares de grupo]



Algunos de los carteles desarrollados.



Doctor Vacaciones: nuevo concepto de agencia de viajes "Low Cost"

El enfoque de este proyecto está basado en un nuevo concepto de agencia de viajes de bajo coste, al que se le añade la venta de complementos para viajes como maletas, planos, guías de ciudades, etc.

Para el desarrollo del concepto se mantuvo una serie de reuniones donde se buscaban los argumentos sólidos necesarios para asentar este proyecto. Un año antes, casi como una broma entre compañeros de la propia agencia, se planteó un nuevo nombre para realizar una web de viajes de bajo coste, y entre bromas y risas surgió el nombre "Doctor Vacaciones". Dicho nombre se comunicó a la empresa de diseño con cierto recelo, pero ésta vio la oportunidad de darle el posicionamiento adecuado y deseado con ese nombre, sobre todo por el enfoque "low cost" indicado. A partir de ese instante surgió la idea del personaje, que además se parece al propio gerente de la compañía. Con el hilo argumental marcado, desarrollar el resto de aplicaciones fue algo casi espontáneo.

A la identidad gráfica se le añadieron las aplicaciones de



La nueva identidad y algunas aplicaciones.



La nueva identidad corporativa.



papelería básica, bolsas, agencia, cartelería, etc.

www.doctorvacaciones.com
www.activa1.com

[inicio] [titulares de grupo]

Méceme

El proyecto ha consistido en la creación de marca, identidad visual corporativa y elementos decorativos para la comunicación del centro de musicoterapia, maternidad y crianza, de Teruel.

En primer lugar se buscó el nombre más adecuado para comunicar el contenido de las actividades del centro.

Dentro de Novo se realizó un taller para la creación de la nueva marca dónde se valoraron todas las posibilidades de proyección de la misma, destacando el valor emocional sumado a la originalidad de la terapia por medio de la música.

La palabra méceme corresponde a las expectativas iniciales, es dulce, acogedora y con connotaciones de danza, transmite el sentimiento de estar acunados y protegidos. Después de comprobar el registro del nombre en los distintos dominios de Internet, se comenzó a trabajar en la gráfica corporativa.

Para la identidad visual se construyeron unas siluetas que formaban ese conjunto de cosas que la marca Méceme engloba dentro de sus actividades, el color, la tipografía realizada al uso con la intención de simular notas musicales que enfatizaran ese acunamiento de quienes trabajan ahí, de quienes van a mecerte en sus brazos.

Finalmente el resultado da confianza y ha llenado de expectativa esta actividad haciendo que las personas que trabajan bajo esa identidad de marca se sientan seguros del resultado.

<http://meceme.wordpress.com/>
www.estudionovo.es

[inicio] [titulares de grupo]



Variaciones y aplicaciones en volumen.



La nueva identidad se ha aplicado a múltiples formatos.

Rediseño de identidad visual Metromecánica

Metromecánica es una empresa dedicada a la prestación de servicios de metrología industrial desde el año 2003. Su primordial objetivo es responder a las necesidades de control dimensional solicitado en la industria. En el plano nacional son la segunda empresa más importante capaz de dar este tipo de servicios. Este tipo de servicio se realiza en las propias instalaciones del cliente, ya que se trata de sectores como el aeronáutico o energías renovables, que precisan realizar mediciones de las piezas de gran tamaño que fabrican o los reglajes de las grandes líneas de producción de las mismas.

La imagen gráfica de la empresa fue realizada internamente, al inicio de la actividad de la misma. Se realizaron cambios en función de las necesidades puntuales de la empresa. Como la compañía tiende a una apertura a mercados externos, se plantea la necesidad de dotar a la empresa de una identidad visual propia del ámbito internacional. Debe transmitir claramente su capacidad y potencial, ya que muchos de los clientes de la compañía son multinacionales.

Metromecánica tiene una excelente posición en el sector, dato que es necesario aprovechar y consolidar. Es imprescindible dotar a la marca de un "aspecto visual" que transmita el valor de líder nacional tan complicado de obtener.

Se dió una respuesta de identidad gráfica uniforme, simplificando el mensaje a transmitir, pero albergando a todas las áreas estratégicas de la empresa. Se contempló la inclusión de un "claim" que ayude a entender la oferta de productos y servicios al cliente final (esta frase ya está siendo utilizada por la empresa: Metrología Industrial). Conseguir que la nueva identidad de marca transmita un concepto de grupo, y no de una empresa de "medición", así como el concepto de resolución de problemas para los sectores de mercado a los que se dirige. Para dotarle del espíritu internacional se optó por utilizar el idioma inglés en el "claim".

www.metromecanica.com

www.activa1.com

[inicio] [titulares de grupo]

Beatriz Gimeno galardonada en los Premios Internacionales Letra Roland



La diseñadora Beatriz Gimeno recibiendo el premio Letra Roland.



Aplicación de identidad corporativa a vehículos.

La diseñadora barbastrense Beatriz Gimeno ha obtenido un accésit en los Premios Letra Roland, dedicados a destacar anualmente las propuestas más creativas e innovadoras en el campo de la Comunicación Visual y la Gráfica del Entorno.

El jurado, formado por reconocidos profesionales del diseño y la comunicación, ha querido distinguir el trabajo de Beatriz Gimeno que realizó para la flota de vehículos de la Autoescuela San Lorenzo de Barbastro.

La rotulación es un juego basado en la identidad corporativa de la empresa, que relaciona el nombre con los colores y la forma de las luces de un semáforo. A partir del logo surgen los tres colores que indican las luces del semáforo y recorren el vehículo. Al tratarse de un coche de autoescuela, en la parte anterior y posterior la franja de color ámbar aumenta su grosor protagonizando el espacio, proporcionando así una señal de precaución al circular.

El diseño de estos coches hace meses que puede verse circulando por las calles de diversas localidades del Altoaragón. La rotulación se realizó en la empresa Rami, también de Barbastro.

Beatriz Gimeno desempeña su trabajo en el campo del diseño gráfico y la fotografía. Obtuvo el Premio Nacional de Diseño Anuario en 2005 y sus trabajos han sido seleccionados por los premios de la Asociación Española de Profesionales del Diseño y publicados en libros como Basic Logos, Basic Brochures o Book of the Year de Design and Design.

Trabaja estrechamente con empresas e instituciones en su imagen y su comunicación gráfica.

www.beatrizgimeno.com

www.ramiweb.com

[inicio] [titulares de grupo]



Farándula. Un restaurante diferente

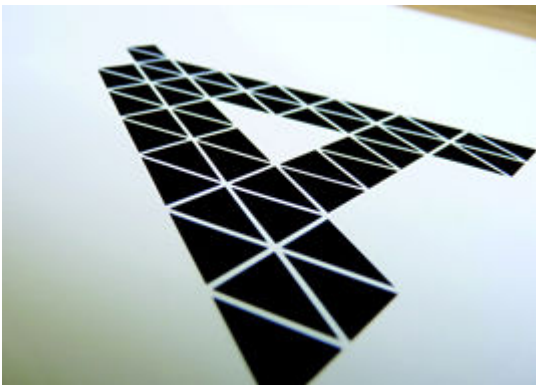
Farándula es un nuevo espacio ecléctico y multifuncional que aglutina una variada e interesante oferta culinaria y de ocio. Situado dentro del complejo del Teatro de las Esquinas, completa esta nueva oferta cultural y de ocio.



Identidad corporativa del restaurante.



Imagen del interior del espacio.



Esquema de construcción de la marca.

Para el desarrollo de este proyecto, se tomaron como punto de partida los elementos y personajes que conforman el mundo del espectáculo en general, de ahí viene el nombre; todo ello conjugado con el enfoque pretendido al negocio de restauración. Estos dos conceptos dieron como frase descriptiva: "Comidas y Comedias". Tratándose de un concepto ecléctico y surrealista, mezclando con la funcionalidad y versatilidad necesarias, dio como resultado la utilización de diferentes materiales como el plástico, la madera y el acero; lámparas realizadas con tapas de cacerolas, botellas, flaneras, sillas recuperadas, la realización de ilustraciones que muestran los diferentes personajes de este universo, configuran un ambiente cálido y agradable.

En el proyecto se ha llevado a cabo la recuperación de mobiliario, mezclado con el diseño de modernas mesas, bancadas, taburetes, etc. de aspecto sobrio y con gran funcionalidad. El mobiliario del restaurante es totalmente móvil y adaptable a las exigencias de cada momento. Se pueden conjugar cenas íntimas de parejas con grandes banquetes gracias a la adaptabilidad del mismo.

En este proyecto, Activa Design ha realizado la totalidad del proyecto, tanto diseño industrial, de interiores y gráfico.

www.farandularestaurante.com

www.activa1.com

[inicio] [titulares de grupo]

Nueva marca Aragón

El pasado mes de agosto se presentó la nueva logomarca Aragón, seleccionada en un concurso de convocatoria pública organizado por el Gobierno de la Comunidad Autónoma. Paco Bonel, diseñador gráfico aragonés, ha sido el ganador del concurso de ideas.

Esta marca será utilizada por el ejecutivo autonómico en patrocinios deportivos, promoción turística, campañas de difusión de productos agroalimentarios y en otros diversos ámbitos.

El Gobierno ha destacado el carácter diferencial del logo si se tiene en cuenta las marcas de otras comunidades españolas, y también que se trata de un símbolo muy potente que permite en un futuro utilizar la marca de forma aislada para hacer referencia a Aragón.

Bonel ha sido el ganador del concurso de ideas para la creación de la logomarca, un premio dotado con 9.000 euros y al que se presentaron más de cien propuestas.

En palabras del propio diseñador: "¿Qué es Aragón? ¿Cómo representarlo sin dejar ningún territorio fuera? Cuando nos enfrentamos a este trabajo las dos primeras preguntas que tuvimos fueron estas. Analizando el caso rechazamos usar ningún elemento que lo representase puesto que ningún elemento, ninguno que no hiciese referencia a la historia como la bandera o algún elemento heráldico, representaría a todos los aragoneses. Nos centramos en crear un logotipo basado en una tipografía contundente con un colorido que nos evocase los



Aplicación a tótem de señalización.



Manual de identidad corporativa.

colores de la bandera de Aragón de una forma más moderna."

La principal característica del logotipo es la A contundente que le da la fuerza a la logomarca. Es una composición con la tipografía Nexa, que es una tipografía con unos caracteres muy bien realizados, armónica y sobria en las mayúsculas. Se crea, partiendo de la tipografía, una trama triangular con múltiples cortes que nos sirva de plantilla para realizar diferentes texturas dentro de la A. Al trabajar la trama decidimos darle un punto diferencial a la A añadiéndole una tilde que rompe la estructura y le da una personalidad propia.

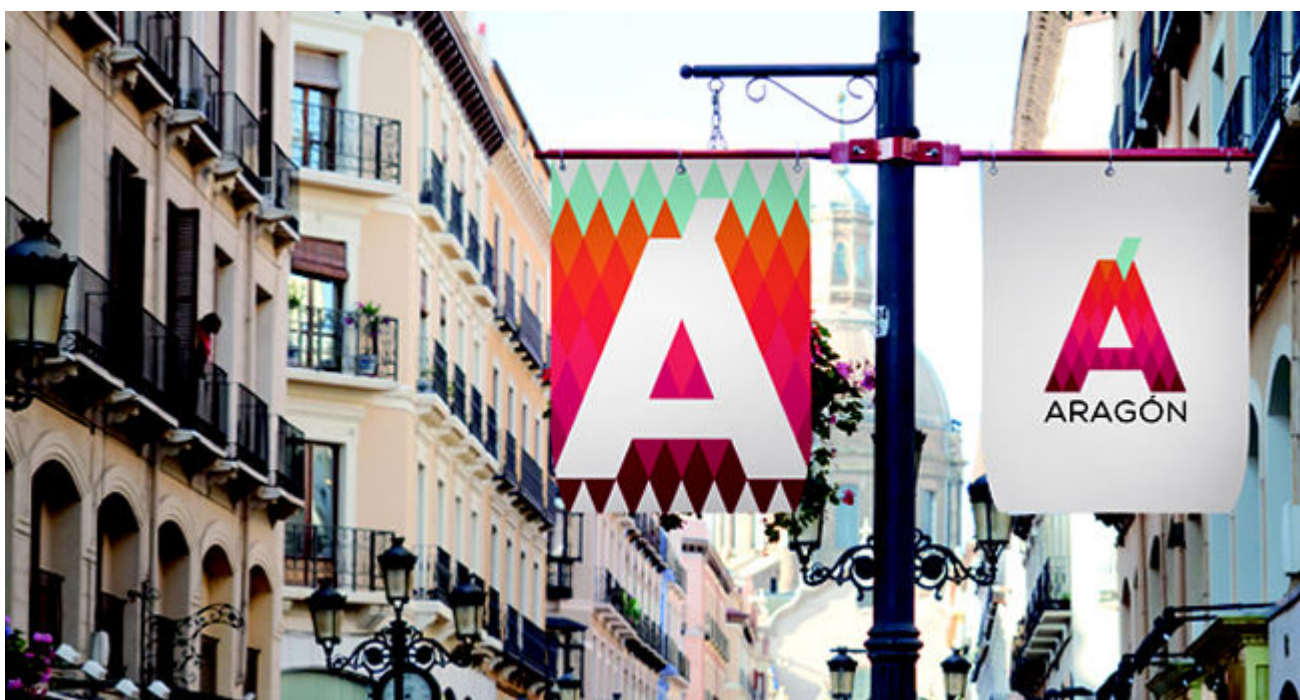
Los colores elegidos para la logomarca se basan en el rojo y el amarillo de la bandera pero usados de una forma diferente, más actual y evitando una referencia evidente a la bandera. Partiendo de esa base el diseñador comenzó a colorear llenando los triángulos de la trama de diferentes colores. Finalmente la opción elegida es un degradado de rosa a amarillo que se complementa con un azul en la tilde.

Al trabajar las opciones e ir coloreando se observó la posibilidad que ofrecía la trama, así que se presentaron algunas otras versiones que pueden ser utilizadas para las submarcas del Gobierno de Aragón y que comparten con la versión original la morfología.

www.aragon.es

www.profesormoriarty.com

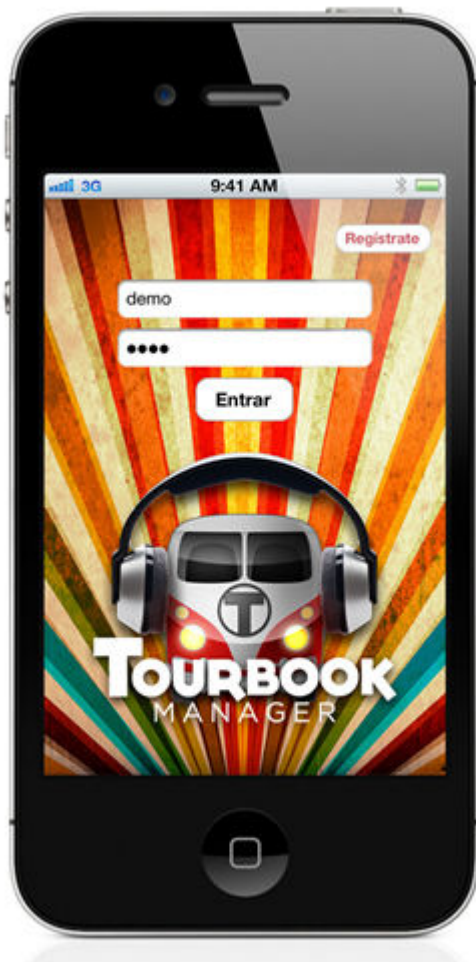
[inicio] [titulares de grupo]



Propuesta de cartelas para vías públicas.



Identidad corporativa de la aplicación.



Pantalla de Tourbook Manager.

Nace Tourbook Manager, una aplicación de gestión de eventos musicales

Quelinka, una agencia de comunicación creativa de Zaragoza, ha colaborado en la creación de una plataforma llamada Tourbook Manager, ideada para la gestión de eventos musicales y que permite que todas las personas que intervienen en la organización de un concierto o una gira estén al tanto de forma inmediata y en tiempo real de toda la información relativa al evento.

Su utilidad es facilitar la comunicación entre todos aquellos que toman parte en eventos de estas características, sin importar cual sea su puesto. En esta aplicación son los managers de eventos musicales quienes generan el contenido sobre tourbooks o conciertos en los que están involucrados. Lo ponen en relación con salas y esa información se convierte en pública para todo aquel que tiene un usuario en la página. De esta forma se comparte información entre todos los interesados, convirtiéndose Tourbook Manager en su medio de comunicación.

La información a la que los usuarios acceden abarca mucho más que el grupo encargado de la actuación y el local donde esta tendrá lugar. Es también posible publicar en Tourbook Manager los horarios día a día, desde las pruebas de sonido, ensayos generales, etc. hasta la cena de grupo y el lugar donde esta se celebrará. También se comparten datos sobre alojamientos y otras cuestiones, para lograr el máximo entendimiento entre todos los involucrados en cada evento musical.

Esta plataforma se lanzó en primer lugar para sistemas operativos iOS y Android, y recientemente ha sido lanzada la plataforma en forma de web.

www.tourbookmanager.com

www.quelinka.com

[inicio] [titulares de grupo]

Ilustraciones para cafés



El pintor Pepe Cerdá trabajando en su taller.



Aplicación de las ilustraciones a producto.

La empresa Cafés El Criollo ha lanzado un nuevo café de calidad, una mezcla 100 % de cafés arábica de tueste natural, hecha para disfrutar de su olor fragante, de su sofisticado perfil aromático, de su sabor dulce, acorpadado y de su delicada acidez.

En el lanzamiento y comunicación han querido acompañar al producto con una serie de ilustraciones de alta expresión del artista Pepe Cerdá que ha sabido plasmar de manera genial el momento de saborear y disfrutar el primer sorbo de un café inigualable.

Pepe Cerdá y el oficio de pintar. "La pintura es un vehículo que sirve para contar cosas, y yo soy de esos artistas que siempre quiere dejar hablar a la pintura" cuenta a Antón Castro en una entrevista para el Heraldo coincidiendo con su exposición en Utrecht (Holanda).

Afincado entre Francia y España sus obras pasan de paisajes de luces extremas a retratos de personajes diversos. Sus acuarelas desprenden expresividad por su pincelada ancha y firme.

El envasado hermético en recipiente metálico con capacidad para 3 kilos de café y que gracias a la válvula unidireccional mantiene las cualidades organolépticas de café en óptimas condiciones durante un prolongado período de tiempo, es un plus de calidad que aporta además este producto.

A todo el conjunto le acompaña una exclusiva vajilla decorada con los mismos motivos pictóricos, debido al convencimiento de la empresa de que un producto único y exclusivo ha de ser acompañado por unos complementos a su misma altura.

Además la campaña se acompaña con una exclusiva y restringida colección de pósters reproduciendo los cuatro dibujos que componen la arquitectura creativa y artística del producto.

www.cafeselcriollo.es

www.pepe-cerda.com

www.estudionovo.es

[inicio] [titulares de grupo]



"Plantar cara" de Isidro Ferrer, en la Aljafería

El diseñador Isidro Ferrer exhibe desde el pasado noviembre en el Palacio de la Aljafería, sede de las Cortes de Aragón, una colección de carteles y máscaras con las que cerró su colaboración de cinco años con el Centro Dramático Nacional, un "guiño" a su pasado como actor y un reto creativo al servicio de lo dramático.

La exposición recoge los carteles diseñados por Isidro Ferrer para la programación del Centro Dramático Nacional durante la temporada 2011-2012. La muestra, que también incluye las piezas originales de los diferentes procesos creativos, supone el regreso expositivo de Ferrer a Zaragoza, justo cuando se cumple una década de la concesión del Premio Nacional de Diseño a este artista estrechamente vinculado con Aragón.

En todo cartel hay una creación y el deseo firme de comunicar un mensaje. Una respuesta, una pregunta, un dato o una idea pueden ser ese mensaje. Y el protagonismo de los carteles en la sociedad actual no ha sufrido ninguna disminución o merma.

El resultado visual que producen los carteles de Isidro Ferrer nos aporta una transformación de lo real, el triunfo de lo mágico, el trazo de lo que permanece en la memoria tras ser contemplado por un espectador. Hay mensajes que no se desvanecen. Y las máscaras que contienen los carteles de Isidro Ferrer propician la permanencia.

La exposición permanecerá abierta hasta el próximo 10 de febrero de 2013.

www.isidroferrer.com

[inicio] [titulares de grupo]



Uno de los carteles expuestos.



Cartel festival de cine de Zaragoza

Clack! Acción, de la aragonesa Noemí Pueyo ha sido el cartel elegido para ser la imagen de la decimoséptima edición del festival de cine de Zaragoza.

El fallo del jurado del III Certamen Nacional de Carteles fue presentado el pasado septiembre en el Espacio Ámbar de la Zaragozana por el gerente de la Sociedad Municipal Zaragoza Cultural, Juan José Vázquez, junto al director del Festival, José Luis Anchelegues, y el director de Comunicación y Relaciones Institucionales de La Zaragozana, Enrique Torguet.

El cartel ganador, en blanco y negro, con una cinematográfica composición de una silla de director y una claqueta, se presentó con los dos accésits, "Caudal", del asturiano Manuel Sayar y "Sobre la alfombra roja", del castellanomanchego Maestro Fábula.

Este año, como novedad, se ha creado el Accésit del Público, elegido a través del perfil del Festival en Facebook. El cuarto ganador escogido por los seguidores de la red social fue "Nos vemos en Berlín", obra de La contrata asesina, de origen gallego. Como indicó el director del festival este año la cantidad de participaciones ha disminuido, 30 han sido los trabajos presentados pero "la calidad ha aumentado".

www.festivalcinezaragoza.com

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen del cartel elegido.

Antológica de Arturo Elena en la Sala CAI Luzán

La Sala Luzán de Caja Inmaculada de Zaragoza acogió del 26 de septiembre al 25 de octubre la exposición antológica "Ilustración de moda", del artista aragonés Arturo Elena, considerado uno de los mejores dibujantes de moda del



Ilustraciones de moda que han formado parte de la exposición.



mundo. La muestra reunió una selección de las ilustraciones originales realizadas por el autor entre 1995 y 2012 para las campañas de grandes firmas e importantes revistas especializadas. El resultado fue excepcional, tanto por la respuesta del público como por la excelente crítica que obtuvo.

Tras finalizar sus estudios de bachillerato en Toledo, Valencia y Zaragoza, Arturo Elena comienza a trabajar a principios de los años 80 como asistente de diseño en Barcelona, diseñando colecciones de ropa para firmas como Bambú y Daniel G. Continúa su trabajo en Sevilla, y es allí donde recibe de Victorio & Lucchino su primer encargo como ilustrador de moda. Estos mismos diseñadores le solicitan luego ilustraciones para las carpetas de prensa de su primer desfile en la Pasarela de Moda Cibeles de Madrid y para la presentación de su primer perfume.

Desde este momento abandona su trabajo como diseñador para dedicarse exclusivamente a la ilustración y comienza su colaboración con firmas como Loewe, Chanel España, Roberto Verino, Lemoniez, L'Oreal París, Carrera y Carrera, Audemars Piguet (España y América), The Extrême Collection, Tejidos Rafael Matías o Custo Barcelona, entre otras. Y fuera del circuito de la moda, Citroën, Lucky Strike, Reynolds, Drambuie, Bodegas Viñas del Vero o Moët Hennessy y España (Grupo LVMH).

Sus trabajos han aparecido en revistas españolas (Elle, Telva, Mujer Hoy, Yo Dona) y de otros países como Portugal, Francia, Ucrania, Noruega, China, Taiwán, México, Colombia, Vietnam, etc. Entre 1992 y 2009 sus ilustraciones han sido publicadas mensualmente por la revista Cosmopolitan España.

Arturo Elena ha alcanzado una maestría en sus dibujos que le lleva a representar como nadie personajes, vestidos, peinados, complementos, maquillajes..., tratados de forma minuciosa, con un estilo característico, fácilmente reconocible, que ha hecho escuela, convirtiéndole en un referente ineludible en el panorama español e internacional.

La personalidad del autor aflora en todos sus dibujos. A partir de una formación autodidacta ha alcanzado una técnica personal, perfeccionista y rigurosa. Llama la atención en sus trabajos el realismo, la atención a los menores detalles, las texturas, el movimiento y la riqueza del colorido y un espectacular dominio del claroscuro y la composición.

Ha participado en exposiciones colectivas dedicadas a los artífices de la moda española ("Tras el espejo", en el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía) y a los ilustradores de moda ("Paper Chic", en el Círculo de Bellas Artes de Madrid, 2003). Y entre sus exposiciones individuales destaca la realizada en 2009 en el Museo del Traje de Madrid con el título de "Arturo Elena. 25 años de ilustración".

Paralelamente ha impartido clases como profesor de ilustración en el Instituto Europeo di Design en sus sedes de Madrid y Barcelona y en otros centros y universidades españolas.

www.arturoelena.com

www.cai.es

[inicio] [titulares de grupo]



Encuentrazos 2013

Encuentrazos es el primer encuentro de ámbito estatal, entre profesionales de diversas ramas de la ilustración y el diseño gráfico con alumnos y profesores de Escuelas de Arte y Escuelas Superiores de Diseño a celebrar en Zaragoza. Es una iniciativa de la Escuela de Arte de Zaragoza en colaboración con la Escuela Superior de Diseño de Aragón. Se celebrará en Zaragoza, 21 y 22 de Marzo de 2013.

Desde Encuentrazos se pretende:

- Brindar la oportunidad a los alumnos de los Ciclos Superiores de Ilustración y Gráfica Publicitaria y del Grado en Diseño Gráfico de conocer directamente experiencias vitales, reales, del día a día del ilustrador y el diseñador gráfico profesional. Anécdotas, consejos, recomendaciones, chascarrillos...
- Mostrar al alumnado un gran repertorio de posibilidades técnicas y formales, así como la amplia gama de géneros y sectores en los que se mueve el ilustrador y el diseñador gráfico actualmente, presentándole en primera persona diferentes opciones y alternativas profesionales como futuras salidas.
- Superar la rígida barrera académica ligando a las Escuelas y a su alumnado con el ámbito profesional y con las últimas tendencias, atendiendo así a las necesidades de continua actualización del profesorado de este ámbito profesional.
- Fomentar el intercambio de experiencias académicas y extracadémicas entre las diferentes Escuelas de Arte y Escuelas Superiores de Diseño. Promover el establecimiento de vínculos entre alumnos, profesores y profesionales de la



ilustración y el diseño gráfico creando un foro para futuros encuentros.

Algunos de los diseñadores gráficos e ilustradores que participarán en el encuentro son: Iban Barrenetxea, Alberto Aragón, Víctor Meneses, Eva Vázquez, Rafa Sañudo, David Guirao, Alberto Gamón o Enrique Tortosa.

Las inscripciones están abiertas hasta el 21 de enero de 2013.

www.esda.es

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

El viajero consciente

Estudio Novo ha participado en el diseño y la realización de un taller relacionado con la movilidad de todo tipo de personas, dentro del entorno de la ciudad.

Este taller consistió en analizar diferentes personajes del barrio, tanto que van a trabajar allí como que viven, y su relación con el respeto por el entorno en cuanto a su modo de moverse por la ciudad, cuantas veces coge el coche, transporte público, bicicleta...cómo se desplaza y cómo eso repercute en su entorno, calculando y reflexionando sobre el impacto ambiental.

El objetivo del taller era pararse a pensar en cómo es nuestra movilidad día a día y adquirir conciencia acerca de ella. Sensibilizar, a través de un trabajo realizado de forma personal y creativa, de la movilidad real de cada participante en el taller. Se pidieron unas conclusiones finales, tras realizar el trabajo, y un objetivo de mejora personal a la hora de realizar los trayectos por la ciudad.

Para ello se creó un formato estándar, en el que se imprimió información general y un plano de la zona urbana de Zaragoza. Sobre este modelo cada persona marcó sus datos y sus recorridos fijos, o su viaje habitual, por la ciudad, con diferentes colores que identificaban sus rutas diarias.

A través de rutas que cubren los distintos ámbitos del día a día (estudio, trabajo, médico, compras, ocio...) se marcó el recorrido real realizado por cada persona. Cada recorrido tenía un color diferente, según fuese la finalidad del mismo. A través de iconos (etiquetas impresas para los diferentes medios de transporte) cada persona marcó el transporte utilizado para los recorridos.

Se realizó también un panel en el que se indicaban las cantidades emitidas de CO₂ por km en cada transporte (coche, coche compartido, autobús urbano, metro, bici, moto, patines, bici eléctrica), para que cada uno pudiera saber, calculando los kilómetros totales realizados y el medio utilizado, cuánto CO₂ emite a la atmósfera.

Este diseño se realizó con material reciclado, cartón recuperado y papel libre de cloro.

Con los resultados se pretende realizar una exposición en el Aula de Medio ambiente Urbano así como un taller que haga que los que participen se conciencien de la repercusión del viaje urbano que realiza, a la hora de movilizarse en su día a día.

www.lacalleindiscreta.es

www.estudionovo.es

[inicio] [titulares de grupo]



Imágenes de varios soportes para el taller.



Imagen de jugadores de fútboln personalizados.

Juegos Ambar 2012

Este verano pasado, la cervecera aragonesa convirtió las plazas y calles más céntricas de doce ciudades de Aragón y la costa mediterránea en una enorme zona de juegos de más de mil metros cuadrados que hizo las delicias de todos los ciudadanos que se acercaron a participar. El Estadio Ambar disponía de seis futbolines, cuatro pinballs, seis dianas, cinco máquinas de marcianos y una barra para jugar a las chapas y lanzar posavasos para que los participantes disfrutaran de una experiencia sin igual.

Esta original iniciativa hizo posible que más de 25.000 participantes disfrutaran este verano de un día diferente, recordando los juegos con los que tantas tardes pasamos compitiendo con los amigos en el bar de forma completamente gratuita.

El compromiso de Ambar con Aragón le ha llevado a invitar a una serie de artistas aragoneses a formar parte de un novedoso proyecto consistente en personalizar los diferentes jugadores de un fútboln. De esta manera, se consigue dar un valor añadido al fútboln y convertirlo en un objeto único e irreplicable. Para ello se ha contado con la participación de algunos de los destacados pintores y diseñadores aragoneses que aceptaron desde el primer momento el reto de convertir una pieza tradicional como es el fútboln en un objeto de diseño.

Están representados algunos de nuestros pintores más internacionales como José Luis Cano, Carmen Molinero, Enrique Larroy, Isabel Butini, José Luis Tomás, Nacho Rúa y Vicente Almazán. También Pepe Cerdá, Ignacio Mayayo y Mari Burges.

Además, también ha participado un grupo de diseñadores de prestigio nacional e internacional: Alexandra Alda, David Puertas, Hugo Catalán, Javier Millán, María Latorre, Mique, Morgan Even, Paco García Barcos, Patricia Peralta, Ruth Martínez y Mónica López, así como Ana Bendicho, de Estudio Novo y Nieves Añaños, de Versus.

www.futbolinesval.com

www.cervezasambar.com

www.estudionovo.es

www.estudioversus.com

[inicio] [titulares de grupo]



José Luis Cano.



Pepe Cerdá.



Carmen Molinero.



Enrique Larroy.

Scati inaugura sede central y plataforma logística en PLAZA



Recreación de las nuevas instalaciones.

Scati traslada su sede central a unas nuevas y modernas instalaciones ubicadas en la Plataforma Logística de Zaragoza (PLAZA). La nueva sede dispone de oficinas, salas de formación, showroom para la exposición de productos, fábrica, almacén y un potente centro de control desde donde se realizarán demostraciones a sus clientes.

Las oficinas centrales de Scati son un claro ejemplo de instalación singular en donde conviven y se gestionan distintos sistemas de seguridad: sistemas de incendios, control de accesos, reconocimiento de matrículas, protección perimetral, sistemas de eficiencia energética...etc, desde el Centro de Control.

Este cambio de ubicación responde a una imperiosa necesidad de crecimiento que Scati ha experimentado durante los últimos años gracias a la creación de filiales en Latinoamérica y Europa así como su proyección internacional en la región EMEA.

Scati desarrolla, fabrica y comercializa sistemas de video vigilancia, que permiten la gestión de múltiples cámaras de seguridad para el control y supervisión de instalaciones locales y remotas. Basados en una investigación tecnológica propia la empresa produce avanzadas aplicaciones de software, escalables, accesibles vía web y fácilmente integrables con sistemas externos en proyectos de seguridad. Estas soluciones dan respuesta a la complejidad de controlar grandes instalaciones a través de sistemas de video vigilancia integrados con cámaras IP de alta definición. Las soluciones han sido implementadas con éxito en grandes proyectos de sectores como el financiero, logístico, organismos públicos, industrias, distribución y grandes infraestructuras.

www.scati.com

[inicio] [titulares de grupo]



Imagen del evento y algunos de los cuadernos creados.



Cuadernistas en la Ciudad de los gremios

La Plaza de los Sitios es un lugar muy relacionado con el arte y la artesanía durante décadas. Una plaza para el arte rodeada de edificios emblemáticos con diferentes arquitecturas claro ejemplo de los palacios aragoneses del Renacimiento. Coincidiendo con las fiestas del Pilar y con la muestra de artesanía y el oficio artesanal, se propuso hacer un homenaje a la plaza y a la artesanía reuniendo el oficio de dibujante de cuadernos del arte en la calle, del viajero que recorre lugares dejando a su paso el recuerdo de los dibujos de lo que ve, al igual que Delacroix y otros dibujantes históricos. Durante los días 8, 9 y 10 de Octubre se celebró "cuadernos en la calle" con Pepe Cerdá, Nacho Rúa, Ignacio Mayayo de profesores y Choni Naudin que realizó el cuaderno para pintar. El taller consistió en charlas, que se completaron con el dibujo en vivo de talleres artesanos, el entorno del museo, el edificio de Ibercaja, la Escuela de arte, etc. También hay que tener en cuenta que es una plaza con una naturaleza particular que la rodea, árboles, jardines... y una fuente dentro de un paisaje que interactúa con las personas y en éste caso con los artesanos que mostraban su trabajo al público haciendo conocer sus oficios y sus utensilios de trabajo. Todos los dibujos fueron expuestos en la sala Don Juan 14 con el título "Cuadernistas en la ciudad de los gremios". Los cuadernistas de hoy son urbanos y retratan el momento social que vivimos de una manera espontánea mostrando su habilidad manual al igual que los artesanos muestran su trabajo. Con esta actividad del aula libre de Estudio Novo se ha pretendido acercar a la gente los valores del trabajo manual. Durante esos tres días los dibujantes interactuaron con la plaza y con la muestra de artesanía de Aragón y la gente pudo disfrutar de su oficio.

www.artearagon.com

www.estudionovo.es

[inicio] [titulares de grupo]

Nueva serie de animaciones

Ozonemotion y Volumen2, han desarrollado una serie de animaciones enfocadas al marketing virtual en redes sociales para "La Plataforma Tecnológica en Logística Integral, Intermodalidad y Movilidad, Logistop".

El proyecto audiovisual comprende un planteamiento secuencial de capítulos a modo de miniserie para comunicar los distintos aspectos de Logistop, sus clientes y su desarrollo futuro.

Se recrea un mundo en el que el máximo exponente en



Algunas imágenes de la animación creada.



Página web de Loquillo.

logística está formado por un equipo de marcianos, Logistop, que muestran distintas enseñanzas logísticas con cierto tono humorístico.

El trabajo ha consistido en la estrategia de marketing online, guión, diseño de personajes y animación.

www.logistop.org
www.ozonemotion.com
www.volumen2.es

[inicio] [titulares de grupo]

El sitio web de Loquillo se renueva

Coincidiendo con el lanzamiento de su nuevo disco, "La Nave de los Locos", el cantante Loquillo ha confiado a la agencia creativa Quelinka la renovación de su sitio web, tanto a nivel estético como funcional.

Como premisas iniciales, la línea gráfica del proyecto debía basarse en la estética rockera evitando caer en el tópico, y al mismo tiempo apoyarse en la gráfica del nuevo disco que está centrado en las fotografías de Manuel Esclusa realizadas en el puerto de Barcelona.

Finalmente, la agencia optó por la utilización de colores y texturas de inspiración industrial que sirvieran de base a las piezas desarrolladas para el nuevo disco sin interferir en las mismas, sin sobrecargar la web con tonos oscuros y sin comprometer futuras actualizaciones. Materiales como el cuero y el acero se usan de forma discreta en la home para apoyar la idea básica.

El sitio web está orientado sobre todo a los seguidores del artista y sirve como punto de encuentro de una vasta comunidad de usuarios, aprovechando al máximo el potencial de las redes sociales y fomentando la participación del público mediante todo tipo de mecanismos de interacción, y es aquí donde Quelinka va a centrarse en la siguiente fase de desarrollo del proyecto, que se traducirá en la próxima puesta en marcha de "La Comunidad de los Locos", que ha conseguido atraer a un gran número de seguidores que ya se han registrado como usuarios.

www.loquillo.com
www.quelinka.com

[inicio] [titulares de grupo]

Entrevista a Ana Bendicho, presidenta de la Asociación de Empresarios Diseñadores Industriales de Aragón, DIN-A.



Entrevista a Ana Bendicho, presidenta de la Asociación de Empresarios Diseñadores Industriales de Aragón, DIN-A.



¿Qué es la DIN-A y a quién representa?

Es la asociación de diseñadores industriales de Aragón y representa a todos aquellos que desarrollan proyectos de diseño industrial, así como a todos los estudios de diseño de producto ubicados en Aragón.

Hace más de 10 años que se creó la asociación que vd. preside, ¿Han variado mucho los objetivos de la DIN-A en estos años?

Desde que fundamos la asociación hasta ahora el diseño ha evolucionado. Existe una formación más completa y actualizada, han surgido nuevas herramientas de trabajo para el diseñador y las empresas industriales han experimentado un cambio generacional que entiende los beneficios diseño.

Aunque nuestros objetivos desde el principio son los mismos, debemos ser conscientes del momento social que vivimos y que ha de formar parte de nuestro modo de trabajar.

¿Cuáles son estos objetivos?

Principalmente el objetivo por el cual decidimos constituir esta asociación fue consolidar el diseño en Aragón, crear una cultura del diseño, además de apostar por un método de diseño de calidad que garantiza resultados a la hora de que las empresas se planteen sacar nuevos productos. Queríamos mostrar que el proceso de nuestro trabajo es muy elaborado y a veces incluso sorprendente. Queríamos crear una marca de diseño made in Aragón, para aunar fuerzas a la hora de seguir creciendo en nuestra profesión.

Para nosotros también es importante colaborar desde la asociación en la formación relacionada con el diseño, ya que apostamos por la calidad y el prestigio.

¿Quién puede pertenecer a la DIN-A?

Cualquier diseñador que se dedique a este mundo profesionalmente. También cualquier estudiante puede entrar como colaborador o participar en nuestras jornadas.

¿Qué se encuentra allí quien quiera asociarse?

Se encontrará un grupo de profesionales que ya cuentan con la experiencia de haber montado un estudio y que constantemente piensan en como mejorar la situación del diseño dentro de las empresas a los que podrá consultarles dudas.

DIN-A es un lugar dónde poder contrastar el mercado actual y

establecer un modo de trabajo común. También encontrará a unos entusiastas del diseño que promueven la difusión de su cultura.

¿Cómo valora la situación actual del diseño industrial en nuestra Comunidad Autónoma?

Actualmente se puede estudiar Diseño industrial dentro de la comunidad autónoma y las escuelas han ido formando nuevos diseñadores muy preparados para iniciar su andadura.

Nuestra industria necesita refrescarse y actualizarse, actualmente las empresas buscan exportar y salir al exterior. Es imprescindible que tengan una buena imagen y unos productos competitivos, si no su esfuerzo será en balde.

¿Y la de los profesionales del sector?

La situación actual no es fácil, algo común en casi todos los ámbitos, debemos ser prudentes con la forma de actuar para que nuestro trabajo siga siendo de calidad ya que en la actualidad las inversiones en diseño son mínimas. Una revisión sobre nuestro coste no hará sino hacer perder calidad a nuestro trabajo, ya que no será suficiente para nuestra supervivencia. Nuestros presupuestos suelen ser bastante ajustados, estamos años luz con respecto a otras comunidades autónomas y otros países de nuestro entorno.

¿Ha variado a lo largo de estos años la percepción de la importancia de los servicios de diseño en las empresas?

Me gustaría pensar que sí. Lo que puedo decir es que aquellos que han empezado a trabajar con diseñadores han repetido y en casi todos los estudios hemos ido acumulando clientes, que podríamos llamar fijos, que consumen diseño anualmente para poder sacar a flote nuevos productos. Si repiten es porque nuestra intervención les es provechosa.

La nueva generación de empresas entiende mejor este servicio y busca mejorar. Aunque en la era del ordenador, algunos se creen diseñadores y surgen algunas empresas "yo me lo guiso yo me lo como" que acaban haciendo de todo, lo que evidencia una falta de profesionalidad que el mercado suele detectar.

¿Cuáles son los principales escollos que se encuentran a la hora de comercializar sus servicios?

Pienso que es importante tener una visión de futuro y ver por dónde pueden moverse nuestra profesión, deberemos seguir alimentando la idea de que nuestro trabajo es asequible y necesario.

¿Existe realmente cultura del diseño en Aragón?

Sobre todo en diseño de identidad gráfica y de marca. Hay buenos ilustradores que han ido destacando en el mercado y creando una cultura de diseño gráfico. En el diseño de producto, las cosas son más complejas, ya que la mayor parte de los proyectos pasan desapercibidos para la sociedad, al ser productos que pertenecen a lo cotidiano y en los que las mejoras aportadas por el diseñador son muchas veces casi imperceptibles, salvo para sus usuarios. El mejor diseño es aquel que satisface las necesidades del usuario.

¿Podemos decir que el diseño aragonés se caracterice





por algo en particular?

Principalmente se caracteriza por reflejar fielmente las necesidades del cliente, es un diseño pausado y tranquilo basado en la confortabilidad del usuario y la adaptación a los procesos de fabricación de las empresas. Pero si que puedo decir que, en alimentación, tenemos diseños que han ganado varios premios y muchos de nuestros productos están empezando a posicionarse a nivel mundial.

¿Cómo valoraría la promoción que se viene haciendo desde la Administración del diseño industrial, y el apoyo que se ofrece al sector?

Pienso que ayuda a valorar la metodología de trabajo del diseñador y a concienciar a las empresas de que hay un diseño de calidad. También es importante la labor de integración de los diseñadores dentro de las empresas.

Este año ha concluido la primera promoción del Grado en ingeniería de diseño industrial y desarrollo de producto de la Universidad de Zaragoza, ¿Están las nuevas generaciones preparadas para lo que el mercado está pidiendo? ¿Qué consejo les daría?

Es un momento difícil. Cada día llegan más currículos a nuestros estudios y a veces no se sabe como gestionar la entrada de nuevos profesionales dentro de las empresas. Les diría que no paren de estudiar y de formarse, que se metieran en líos, que se ofrecieran a las empresas para ayudar como fuese. Creo que es muy importante iniciar una labor profesional en prácticas ya que nadie nace aprendido y hay un abismo entre ser estudiante y trabajar profesionalmente, que no se sientan estafados, que todos hemos empezado así, pero un porcentaje alto ha encontrado un trabajo dentro de esa empresa o ha aumentado su currículum y adquirido experiencia.

Pese a la crisis, ¿Veremos un nuevo encuentro de diseñadores en Aragón el próximo año? ¿Qué eventos están preparando?

Estoy segura de que sí, porque queremos escapar del pesimismo general ya que nuestra vocación mueve montañas. El año pasado contamos con el apoyo de los estudiantes recién salidos del Grado y fue una grata experiencia, esperamos poder repetir este año, acompañándoles con una exposición de nuestros estudios. Es un buen momento para juntarnos y vernos las caras.

Un deseo para el 2013...

Poder continuar trabajando en lo que nos gusta y ser más solidarios, aunar todos los ámbitos del diseño y mostrar nuestro trabajo al exterior arropados por la marca Aragón.

www.din-a.org

[inicio] [titulares de grupo]

Premios Nacionales de Innovación y de Diseño

El Ministerio de Economía y Competitividad ha convocado los Premios Nacionales de Innovación y de Diseño. Para esta edición 2012 se contemplan cuatro categorías: Premio Nacional a la Trayectoria Innovadora, Premio Nacional de Internacionalización, Premio Nacional al Diseño para la categoría de profesionales y Premio Nacional al Diseño para la categoría de empresas.

Los Premios Nacionales al Diseño en la modalidad empresas tienen carácter honorífico. La cuantía en la modalidad Premio Nacional al Diseño para la categoría de profesionales es de 30.000 €.

En la categoría de profesionales, se requiere una trayectoria constante, reconocida y notoria durante al menos 15 años, con una aportación ampliamente reconocida a la cultura del diseño y la innovación, mediante publicaciones, actividades de investigación o docencia. También se valora la responsabilidad profesional en el progreso del diseño y la cultura contemporánea.

En la modalidad empresas, se requiere una trayectoria consolidada y ampliamente reconocida en el campo del diseño de al menos 10 años. En este caso se valora la utilización del diseño para la innovación, la coherencia en la estrategia empresarial y resultados positivos en el mercado, la calidad conceptual y técnica en sus productos y gestión, los beneficios medioambientales logrados a través de un uso eficiente del diseño y su proceso, la capacidad para transmitir valores a la sociedad contribuyendo a la promoción y valorización del diseño.

El plazo de presentación de solicitudes comenzará el 28 de noviembre y finalizará el 27 de diciembre de 2012. La evaluación de las candidaturas presentadas se realizará por un jurado formado por personas de reconocido prestigio de ámbito nacional pertenecientes al mundo profesional de la innovación y el diseño, empresarial, académico y de la comunicación.

<https://sede.micinn.gob.es/premiosinnovacion/>

[inicio] [titulares de grupo]

Design for Growth & Prosperity: 21 recomendaciones a la CE en materia de diseño

El pasado mes de septiembre, el vicepresidente de la Comisión Europea, Antonio Tajani, recibió el documento "Design for Growth & Prosperity – Recomendaciones a la Comisión Europea en materia de diseño" de manos de los 15 miembros del European Design Leadership Board (EDLB), grupo de trabajo del cual forma parte Isabel Roig, directora general de Barcelona Centro de Diseño (BCD).

El encuentro, que tuvo lugar en el marco del European Design Innovation Summit celebrado en Helsinki, significó un paso más en el objetivo del EDLB de conseguir que en el año 2020 el diseño esté totalmente integrado en el sistema europeo de innovación, reconocido como factor facilitador del crecimiento sostenible, la competitividad y el bienestar de la sociedad.

El informe Design for Growth & Prosperity incluye 21



recomendaciones sobre el rol del diseño en las políticas europeas, para una mayor competitividad de las empresas y una mejor calidad de vida para los ciudadanos europeos. Las propuestas se agrupan en seis áreas estratégicas de acción: Diseño europeo en la escena global; Diseño en el sistema europeo de innovación; Diseño en las empresas europeas; Diseño en el sector público; Diseño en el sistema europeo de investigación y Diseño en el sistema educativo.

Destaca, entre otras recomendaciones, la inclusión del diseño como factor de innovación para las PYMES en el programa Horizon 2020, cuyo presupuesto es de 80 billones de euros. Otras propuestas precisarán de un marco temporal más largo, como la creación de un Tribunal Europeo para tratar los casos de Propiedad Intelectual y trabajar para lograr tolerancia cero a las infracciones, o el desarrollo de una política europea de compra pública con un enfoque más sofisticado de búsqueda de soluciones innovadoras a través del diseño.

Tal y como se indica en el documento entregado a Tajani, "nunca antes ha existido una oportunidad tan clara para la Comisión Europea, los Estados Miembros y sus regiones para dar un gran paso adelante y elevar el nivel de comprensión de la importancia del diseño como dinamizador de la innovación centrada en el usuario. Y esto a pesar de las presiones por la austeridad y la complejidad de los retos que Europa está enfrentando".

Según Isabel Roig, las propuestas entregadas al comisario Tajani por los miembros del EDLB pretenden "potenciar el rol del diseño responsable en las empresas europeas, especialmente en las PYMES y en sectores tradicionales, ofreciendo nuevas oportunidades tanto en el mercado local como el global". En este sentido, Roig añade que "es fundamental que Europa se posicione por una economía y una sociedad orientadas al diseño".

El European Design Leadership Board (EDLB), creado por la CE, es un grupo de trabajo formado por 15 expertos de diferentes ámbitos del diseño, la industria y la universidad, cuyo reto es potenciar la contribución del diseño para el crecimiento sostenible e inclusivo de Europa, el incremento de la competitividad y la mejora de la calidad de vida de todos los europeos.

www.bcd.es

[inicio] [titulares de grupo]

Abierta la convocatoria para optar a los Premios Internacionales Design for All Foundation 2013

Ya se pueden presentar las candidaturas a los Premios Internacionales Design for All Foundation 2013, hasta el 17 de febrero de 2013.

El objetivo principal de estos premios es reconocer aquellas empresas, profesionales, entidades y administraciones de todo el mundo que promuevan la participación igualitaria de todas las personas en la construcción de nuestra sociedad y difundir a nivel internacional las buenas prácticas implementadas en los diferentes ámbitos del Diseño para Todos.



Las categorías que engloba la presente edición son:

- Proyecto de Entidad sin ánimo de lucro.
- Proyecto de Administración o empresa pública.
- Proyecto de Empresa privada o profesional.
- Iniciativa de Diseño centrada en los usuarios en los Living Labs.

La ceremonia de entrega tendrá lugar el día 20 de marzo de 2013 en el marco de la Bienal Internacional de Diseño de Saint-Étienne, organizada por la Cité du design, que se celebrará del 14 al 30 de marzo bajo el lema "La empatía o la experiencia del otro".

www.designforall.org

[inicio] [titulares de grupo]

Materfad impulsa el proyecto europeo DAMADEI: Diseño y Materiales Avanzados

Materfad Barcelona, en colaboración con el Central Saint Martins College of Arts and Design de Londres, Happy Materials de Praga y el Danish Design Centre de Copenhague, ha iniciado ya el desarrollo del proyecto DAMADEI ('Design and Advanced Materials As a Driver of European Innovation') en el marco del programa Cultura 2007-2013 de la Unión Europea.

El informe de la Comisión Europea "European Competitiveness Report 2010" identifica el sector de las industrias creativas como uno de los principales agentes en la creación de empleo, además de desempeñar un papel determinante en las cadenas de valor globales y estimular la innovación. Las industrias creativas tienen un reconocido papel en la transformación de la economía de la UE; el mencionado informe muestra que estas industrias constituyen los principales motores de la innovación y presentan incluso un mayor potencial global.

Entre las Tecnologías Facilitadoras ('Key Enabling Technologies', KETs) detectadas en el informe destacan los materiales avanzados, con un volumen actual de mercado de \$100.000 millones. Con su potencial para conseguir productos o servicios adaptados al usuario, el diseño "cierra el círculo" desde la investigación primaria hasta las innovaciones comercialmente viables y, como tal, tiene la capacidad de incrementar la eficiencia de la inversión destinada a I+D e innovación.

En este contexto surge el proyecto 'Design and Advanced Materials As a Driver of European Innovation' (DAMADEI), con la intención de derribar las barreras mencionadas y desarrollar todo el potencial del diseño como un agente fundamental en la aplicación de Materiales Avanzados y otras KETs relacionadas, desde una perspectiva centrada en el usuario. Con el fin de alcanzar este objetivo, se definen Plataformas Colaborativas como herramientas para estimular la educación continua y el aprendizaje de los profesionales del diseño, fomentando la constante transferencia de conocimiento entre el mundo





académico, los profesionales y las empresas.

<http://blog.materfad.com/tag/damadei/>

[inicio] [titulares de grupo]

La BCN Design Week vuelve a posicionar Barcelona como capital internacional del diseño

El pasado octubre cerró sus puertas la séptima edición de la BCN Design Week, un evento internacional organizado por BCD Barcelona Centro de Diseño que ha conseguido posicionarse como la cita de referencia del diseño en Barcelona y como una de las semanas del diseño más importantes de la agenda internacional, reuniendo más de 2.000 participantes provenientes de más de 12 países.

Bajo el eslogan "Porque el diseño crea oportunidades", la BCN Design Week 2012 se ha centrado en la relación entre el conocimiento, la innovación, las oportunidades y el progreso, conceptos claves de la estrategia Europa 2020 y de la nueva política de innovación aprobada por la CE, la Unión por la Innovación - Innovation Union.

Esta nueva edición de la BCN Design Week ha contado con ponentes de referencia internacional de empresas como Ikea, Nokia, Volvo, Samsung o Tuenti, entre otros, que han hablado sobre diversas temáticas, tales como el diseño y las smart cities, el ecodiseño y la sostenibilidad, el diseño de interacción, la experiencia de usuario, el diseño aplicado a las redes sociales, la innovación social, el diseño de sonido o el diseño de servicios, entre otros.

Una de las novedades más destacadas de esta séptima edición de la BCN Design Week ha sido la actividad "País invitado", una iniciativa que tiene como objetivo generar oportunidades de negocio y crear vínculos con profesionales y empresas del país participante. El invitado de esta segunda ha sido Suecia.

Un año más, la última jornada de la BCN Design Week incluyó la actividad Puertas Abiertas, que permitió a los participantes visitar estudios de diseño y arquitectura y ver en primera persona el día a día de los creativos de la ciudad.

www.barcelonadesignweek.com

[inicio] [titulares de grupo]

BID 12. Diseño emergente: Innovación y futuro

El pasado mes de noviembre se ha celebrado el Cuarto encuentro BID de enseñanza y diseño, con el lema Diseño emergente: Innovación y futuro.

A lo largo de estos años la BID ha consolidado un modelo que incorpora a sus actividades un Encuentro de Enseñanza porque el diseño iberoamericano y su desarrollo están intrínsecamente ligados al desarrollo de su enseñanza.



III bienal
ibero-americana
de design

III bienal
iberoamericana
de diseño

En esta edición se ha querido nuclear la reflexión y el debate alrededor de dos ejes:

1. Aprender a crear

El primero de ellos es un tema tan íntimo a la profesión del diseñador como a la tarea del enseñante y tiene que ver con el interior del propio proceso creativo, con las acciones y las estrategias que llevan a un diseño de éxito.

Se han compartido experiencias en los procesos, tradicionales o alternativos, desde el dibujo o desde cualquier otra herramienta, ensimismadas o absolutamente interconectadas. También se han conocido y compartido las narraciones de estos procesos, con sus intuiciones, sus pantanos y sus salidas. En esta reflexión son más importantes los procesos que los resultados.

2. Carencias, bordes y fronteras

El segundo grupo de aportaciones en este 4º Encuentro ha sido radicalmente distinto. Se trataba de conocer experiencias en todos aquellos aspectos de la profesión a los que los programas formativos llegan poco o si llegan lo hacen de modo insuficiente.

Identificar carencias estructurales en el ámbito formativo, vistas desde el ámbito profesional, y compartir estrategias para aliviarlas parece un excelente servicio a todo el colectivo.

La formación empresarial del diseñador es uno de estos aspectos clave. Es necesario tanto para establecer un diálogo fecundo con el cliente como para desarrollar su propia actividad empresarial con éxito. Además, supone la base para formar perfiles profesionales largamente demandados como son los gestores de diseño.

Otra limitación de los programas formativos actuales es la formación continuada, formación a lo largo de la vida, o "long life learning". Casi la totalidad de la oferta formativa es inicial. Los posgrados, habitualmente asociados a perfiles profesionales consolidados, ofrecen poco a los diseñadores que ya están desempeñando esos mismos perfiles.

www.bid-dimad.org

[inicio] [titulares de grupo]

Nuevo diseño para los billetes de Euro

Los nuevos modelos se darán a conocer en los próximos meses. La nueva serie, llamada «Europa», muestra un retrato de Europa (princesa fenicia de la mitología griega raptada por Zeus que ha dado nombre al continente) en la marca de agua y en el holograma. Los nuevos billetes se introducirán de forma gradual a lo largo de varios años, comenzando por el billete de 5 euros en mayo de 2013.

Los tres elementos de seguridad nuevos son: la marca de agua con retrato, el holograma con retrato y el número verde esmeralda.



La serie Europa se ha beneficiado de los avances realizados en el ámbito de la tecnología de billetes desde la introducción de la primera serie hace más de diez años. Sus elementos de seguridad se han mejorado, lo que contribuirá a incrementar la inviolabilidad de los billetes.

Mantienen el diseño «épocas y estilos» de la primera serie y muestran los mismos colores dominantes, si bien se han modificado para incorporar los elementos de seguridad mejorados, según el BCE.

Los billetes de la serie Europa tendrán las mismas denominaciones que la anterior: 5 euros, 10 euros, 20 euros, 50 euros, 100 euros, 200 euros y 500 euros, y se introducirán en orden ascendente, por lo que el billete de 10 euros seguirá al de 5.

El diseño definitivo del nuevo billete de 5 euros de la serie Europa se dará a conocer el 10 de enero de 2013 y las entidades de crédito comenzarán a ponerlo en circulación en sus ventanillas y en máquinas distribuidoras de efectivo en mayo del año que viene.

Fuente: EFE

[inicio] [titulares de grupo]

Clausura del proyecto CEM en España

El CEM es un proyecto europeo de cooperación transfronteriza en el sector de la moda subvencionado por fondos europeos dentro del Programa de Cooperación Territorial entre España, Francia y Andorra.

Las perspectivas del Proyecto CEM (Centro de Excelencia de la Moda), una vez finalizado el periodo financiado, residen en la capacidad que se abre a las empresas adheridas al mismo y a otras empresas del sector de la moda de utilizar los recursos, información, contactos, experiencias y sinergias generados en el transcurso del desarrollo del proyecto.

A través de una herramienta online, el portal CEM (www.cem-moda.org, www.cem-mode.org) está dotado de mecanismos que permiten a las empresas adheridas seguir resolviendo sus demandas, al mismo tiempo que permite la adhesión de nuevas empresas. De esta forma, el aprovechamiento de los recursos generados en el desarrollo del proyecto será óptimo. En definitiva el Portal CEM es un sistema de interacción entre los usuarios que desean reforzar y desarrollar modelos de negocio.

Los actos de clausura del Proyecto CEM, celebrados a finales del mes de septiembre, vinieron a poner de manifiesto el trabajo realizado en un proyecto que ha permitido crear sinergias en el sector de la moda entre las regiones de Aragón, Cataluña, Midi-Pyrénées, Languedoc-Rosellón y Aquitania, potenciando la competitividad e internacionalización de las empresas adheridas al mismo. FITCA ha actuado en él como jefe de "filas", siendo sus socios en el proyecto CCI de Pau (Chambre de Commerce et d'Industrie Pau Béarn), ICAM (Institut Catholique d'Arts et Métiers) y GIH-MODE (Gpt Interprof Industries Habillement).





La pasarela Marca-Brand, celebrada en el Centro de Artesanía de Aragón, se repartió en dos desfiles aportando cada uno un valor diferente. Por la mañana desfilaron las marcas francesas adheridas al proyecto: Riz de Soie, Moura, Adishatz, Thalassa y Marthe Aimé. Estuvieron acompañadas por las marcas españolas Cantonada y Montserrat Jimeno, especializadas en vestimenta de mujer.

Por la tarde desfilaron destacadas marcas españolas introducidas, la mayor parte de ellas, en mercados internacionales, como Escola, Old Taylor, con su total look

para mujer y hombre, y Javier Arnaiz. También participaron otras marcas que han comenzado su andadura con paso firme, como JGH Hanmade, especializada en sastrería industrial; Vagum, con moda casual para mujer; y el Gremio de Sastres, especialistas en trajes a medida y uniformes.

XII Certamen de Jóvenes Diseñadores

Este mismo día, la pasarela fue ocupada por las creaciones de los diseñadores más jóvenes. Al final de la jornada se entregó el galardón al XII Certamen de Jóvenes Diseñadores, que en esta ocasión fue para Amabel García y su colección Ruinas. Las creaciones destacaban por la mezcla de texturas y tonos coordinados, siendo máximo protagonista el punto. La paleta cromática se componía principalmente de marrones, grises y negros. Ruinas es una desconstrucción de prendas cotidianas: medias camisas, faldas asimétricas con distintas larguras, pantalones con aberturas... La diseñadora muy emocionada dedicó el premio a su familia por toda la "paciencia que han tenido en todo momento".

Amabel García con su colección ha ganado la realización de prácticas en empresas del sector y la posibilidad de tener un stand en el escaparate de diseño joven EGO en la futura edición de la semana de la moda en Madrid; algo que alegró de importante manera a la galardonada.

Además recayó sobre ella un cheque de 3.000 euros para su formación y un curso en la reconocida Escuela Guerrero de Barcelona.

www.cem-moda.org

www.fitca.com

[inicio] [titulares de grupo]



Imágenes de la pasarela Marca-Brand.



Formación

Diseño de Espacios Interiores Contemporáneos

Del 14 de enero de 2013 al 13 de junio de 2013.

Duración: 120 horas lectivas.

Frecuencia: martes y jueves

Horario: de 19:30h. a 22:30h.

Organiza: IED

Este curso intenta proporcionar un acercamiento a las principales herramientas de investigación y reflexión, tanto teóricas como prácticas, sobre las múltiples y profundas relaciones que vinculan al ser humano con el espacio interior contemporáneo.

<http://www.ied.es/barcelona/escuela-design/cursos-especializacion/disen-de-espacios-interiores-contemporaneos/DCD001S>

Diseño de espacios para la infancia

Del 15 de enero al 13 de junio de 2013

Frecuencia: martes y jueves

Horario: de 19:30h. a 22:30h.

Organiza: IED

Los espacios en los que los niños crecen y se desarrollan son cada vez más considerados en la actualidad. Arquitectos, diseñadores y artistas son solicitados para sintetizar y plasmar conceptos en ideas claves para la evolución de la educación infantil. La escuela, los espacios de ocio y el hogar son entendidos como lugares de interacción entre mundos diversos en los que se mezcla lo real y lo imaginario, entornos que lleven a soñar, descubrir y experimentar; espacios que asienten las bases para el aprendizaje y la comunicación, a través del diálogo, el encuentro y el intercambio.

Estos entornos educativos deben estimular las capacidades expresivas y creativas de sus "habitantes", a la vez que exigen soluciones funcionales muy concretas. El diseño de espacios para la infancia exige entender estos lugares como un todo complejo, un territorio integrado por paisajes interiores y exteriores, mobiliario, objetos y elementos gráficos. Para ello es necesaria una formación especializada, que desarrolle la sensibilidad y consciencias imprescindibles para este tipo de proyectos.

<http://www.ied.es/barcelona/escuela-design/cursos-especializacion/disen-de-espacios-para-la-infancia/DCD1901S>



Diseño de iluminación de espacios

Del 14 de enero al 13 de junio de 2013
De lunes y miércoles de 19.30h a 22.30h
Organiza: IED

En el curso de diseño de iluminación de espacios el alumno conocerá la importancia de la luz como materia efímera y su interacción con las personas y con los objetos que nos rodean. Para ello el alumno realizará un estudio profundo de las características expresivas de la luz, así mismo aprenderá a utilizarla como esencia de su labor.

Actualmente, con la continua evolución de las nuevas tecnologías y el uso cada vez mayor que se hace de ellas, la incorporación de la figura del diseñador de iluminación, relativamente reciente, resulta indispensable en el diseño de cualquier espacio. La figura del diseñador de iluminación que desde IED proponemos es la imagen misma de la innovación en el campo de la Iluminación y que da un valor añadido este curso de diseño de Iluminación de Espacios.

<http://www.ied.es/barcelona/escuela-design/cursos-especializacion/disen-de-iluminacion-de-espacios/DCA015I>

Diseño y producción de espacios expositivos

Frecuencia: martes y jueves
Horario: de 19:30h a 22:30h
Organiza: IED



El curso de diseño y producción de espacios expositivos de IED ofrece al alumno la oportunidad de desarrollar la capacidad de proyectar sus ideas; diseñar y crear stands o espacios de exposición teniendo en cuenta todos los matices esenciales en la creación de espacios efímeros. En el mercado actual los espacios dedicados a la exposición en ferias, salones, congresos, etc, son uno de los medios más importantes de comunicación de marcas y productos. Es por ello que aparece la figura del Exhibit Designer, la persona encargada de diseñar y producir espacios expositivos que transmitan las ideas y principios que inspiran a las marcas.

<http://www.ied.es/barcelona/escuela-design/cursos-especializacion/disen-y-produccion-de-espacios-expositivos/DCA023I>

Project management para empresas creativas – Weekend

Del 5 de abril al 1 de junio de 2013
Duración: 120 horas lectivas
Horario: Viernes de 15 a 21h y Sábado de 9h a 15h
Organiza: IED



En el entorno de las industrias creativas, de diseño, comunicación e innovación, el project management es la herramienta que facilita la coordinación adecuada de los actores involucrados y las actividades interrelacionadas para cumplir con los objetivos del proyecto.

La figura del project manager es fundamental desde la gestión, planificación, ejecución, supervisión e

implementación de proyectos desde una perspectiva de liderazgo, para poder balancear los puntos claves: alcance, tiempo y presupuesto.

Garantizar la calidad, la rentabilidad y la creación de valor para todos los "stakeholders" en proyectos creativos, de diseño y/o innovación, son algunos de los desafíos del project manager en una industria cada vez más competitiva y profesionalizada, donde las "buenas ideas" como tal no son suficientes si no se llevan a cabo desde una perspectiva estratégica.

<http://www.ied.es/barcelona/escuela-management/cursos-especializacion/project-management-para-empresas-creativas-weekend/CCD2124S>

El Recicladero. Jugando a reciclar

04 de enero, 11 - 20h

05 de enero, 11 - 14.30h

Un lugar donde aprender jugando sobre la segunda vida de los objetos para promover un consumo responsable y un desarrollo sostenible, a través de un montón de actividades:

- Talleres de marionetas con prendas y retales, de customización de camisetas, de realización de muñecos con telas, de bolsas con camisetas, de creación de juguetes a partir de objetos usados y reciclados, y muchos más.

- Intercambio de juguetes y libros, recogida de ropa, calzado y juguetes

- Espacio para los más pequeños

Organizado por Humana, Madresfera, Wikimums, Lanao Handmade y Babytendence y Matadero Madrid.

<http://www.mataderomadrid.org/ficha/1954/el-recicladero.html>

TIPOS DE LO MÁS FAMILIAR

Taller de Tipografía para niños y Narración tipográfica

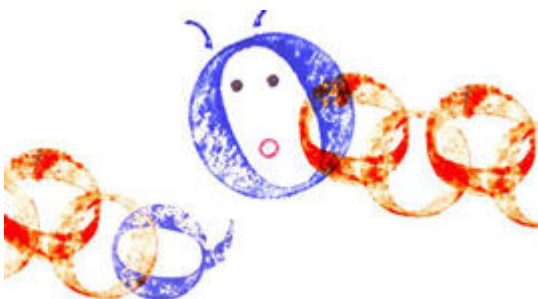
Desde el 26 de diciembre al 27 de diciembre

Hora: De 12:00 a 13:30 h o de 17:00 a 18:30 h.

Las autoras Margarita del Mazo, Premio Lazarillo 2011, y Paula Carbonell nos presentan este taller con el que enseñar, a los más pequeños, a diferenciar los distintos tipos de letras, a jugar y a darles vida... porque con las letras se pueden crear algo más que palabras.

Los participantes jugarán y experimentarán con las diferentes familias de letras (Romanas, Egipcias, De palo, Caligráficas y Ornamentales) para conocerlas y reconocerlas. Disfrutarán de la magia que será convertir las letras en animales con vida propia y explorarán las posibilidades de expresión plástica que ofrecen los distintos tipos.

<http://www.mataderomadrid.org/ficha/1932/tipos-de-lo-mas-familiar.html>



Metodología de diseño para el desarrollo de producto

Fecha Inicio: 14 de Enero de 2013.

Fecha Fin: 31 de Enero de 2013.

Duración 30 horas: 12 horas presenciales y 18 horas online.

Clases presenciales: 15, 22 y 30 de Enero de 2012.

Horario: de 16:00 a 20:00.

En proyectos de desarrollo de producto de elevada complejidad tecnológica, que requieren recursos humanos y tecnológicos de carácter multidisciplinar, es necesario la aplicación de metodologías de diseño robusto e innovación que ayuden a alcanzar las especificaciones y objetivos del proyecto, minimizar los costes asociados al desarrollo del proyecto y asegurar la calidad final del resultado.

Dirigido a: Gerentes, responsables de proyectos y técnicos de empresas que desarrollen producto, máquinas, etc.

<http://www.ita.es/ita/?curso&1077>

Pensamiento Creativo: técnicas de creatividad individuales y en equipo

Fecha Inicio: 22 marzo 2013.

Fecha Fin: 10 abril 2013.

Duración 20 horas: 8 horas presenciales y 12 horas online.

La creatividad sin método es locura. Resulta ineficiente y poco eficaz. Por ello es necesario:

Adquirir el hábito de la creatividad.

Enfocar en qué queremos ser creativos.

Aprender a cuestionarnos "casi todo" con el fin de descubrir lo que estaba oculto en la realidad.

Y entrenar nuestra libertad de combinar conceptos, ideas y atributos.

Ser capaces de buscar alternativas, al menos dos a cada idea que tengamos.

Dejar que nuestro cerebro se vea sorprendido y estimulado, dando la oportunidad a nuevas rutas neuronales que nos enciendan áreas nuevas y por ende sorprendentes y creativas

Dirigido a: todas aquellas personas que quieran desarrollar sus competencias profesionales y personales en aras de generar nuevas y diferentes ideas.

<http://www.ita.es/ita/?curso&1076>

Concursos

VIII Concurso Internacional de Mobiliario de Exterior

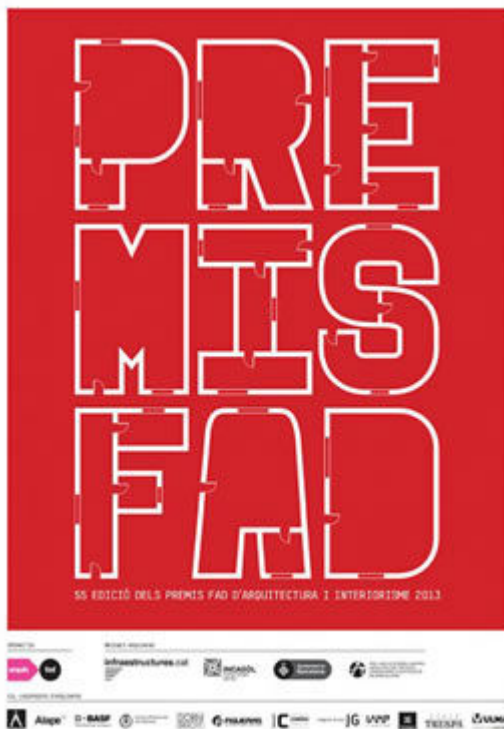
Fecha tope de presentación de trabajos: 28/06/2013

Por octavo año consecutivo la empresa Gandía Blasco pone en marcha el Concurso de Diseño de Mobiliario Exterior. El trabajo a realizar consistirá en el diseño de una mesa extensible para exterior.

Más información: www.gandiabrasco.com



VIII CONCURSO
INTERNACIONAL DE DISEÑO DE
MOBILIARIO EXTERIOR



Premios FAD de arquitectura e interiorismo 2013

Fecha tope de presentación de trabajos: 30/01/2013

Ya está abierta la 55a edición de los Premios FAD de Arquitectura e Interiorismo. El ámbito de los Premios es la Península Ibérica y las islas. Pueden optar los trabajos realizados entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2012.

Las categorías son: Arquitectura, Interiorismo, Ciudad y Paisaje e Intervenciones Efímeras. Más información:

Más información: <http://arquinfad.org/blog/2012/11/26/oberta-inscripcio-premis-fad-2013/>

Jump the gap

Fecha tope de presentación de trabajos: 31/01/2013

La nueva edición de este concurso internacional, organizado por Roca, se presentó el pasado 13 de septiembre en el Roca Barcelona Gallery en el marco de la segunda edición del Barcelona Design Festival. Se abre así el proceso de inscripción de un certamen que tiene como objetivo principal apoyar a los jóvenes talentos de todo el mundo y darles la posibilidad de darse a conocer en el ámbito internacional.

Más información: www.jumpthegap.net

Concurso BASF 2013



Fecha tope de presentación de trabajos: 30/01/2013

BASF presenta el nuevo concurso de diseño industrial "Sit down. Move" con el objetivo de diseñar nuevos conceptos e ideas innovadores para el asiento del futuro, utilizando los materiales de la marca.

El tema es libre, pudiendo presentar proyectos conceptuales que ofrezcan soluciones para el asiento de los automóviles que están por llegar.

La empresa BASF es el mayor proveedor mundial de productos químicos en el sector del automóvil y sus materiales son esenciales para el desarrollo de interiores y asientos.

Más información: www.basf.com/group/corporate/designfabrik/de/function/conversions:/publish/content/microsites/designfabrik/sitdownmove/index.html

Libros y publicaciones

Select K. Diseño Gráfico en España

Autor: Index Book

Editorial: Index Book

La 11ª edición del anuario de diseño español, editado por Index Book. Como anuario de referencia en el sector del diseño gráfico, Select se perfila como la herramienta indispensable para estar al corriente de la creatividad que se hace en España, año tras año. Como seleccionadores de Select K hemos contado con la colaboración de: Pablo Abad, Eduard Duch (Atipus), Thiago Monteiro (Soon in Tokyo), Alberto Cienfuegos (Lavernia & Cienfuegos), Rubén Córdoba (kotoc), Ricardo Fernández (Canal +), David Duprez (Cocoe), Paco Salabert (Escuela Superior de Diseño de Valencia), Jürgen Salenbacher (IED Barcelona Escola Superior de Disseny) y Fernando Suárez (Universidad Pontificia de Salamanca).

www.indexbook.es/libro/select-k-diseno-grafico-en-espana-1340/

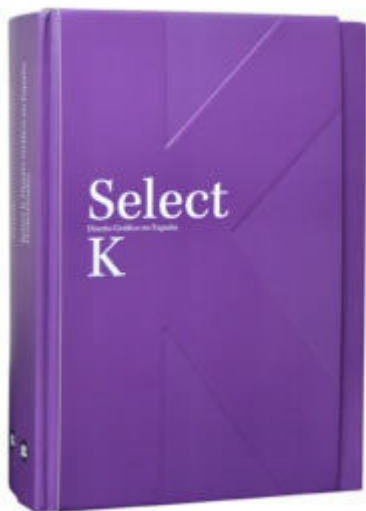
Basic Stationery

Autor: Index Book

Editorial: Index Book

Basic es una serie de libros sobre todas las disciplinas básicas del diseño gráfico con numerosos ejemplos de cada ámbito. Los libros anteriores fueron sobre Logos, Packaging, Corporate Identity, Brochures, Promotion y Señalización. Este nuevo libro, Basic Stationery, muestra proyectos de papelería e identidad de una gran variedad de diseñadores y estudios. El libro está dividido en 4 capítulos: tipografía, formas, ilustración y fotografía. En cada uno de ellos, encontrarás ideas innovadoras y originales.

www.indexbook.es/libro/basic-stationery-1355/





Nueva impresión tipográfica

Autor: Charlotte Rivers

Editorial: Gustavo Gili

La impresión tipográfica está experimentando un renacimiento en el ámbito del diseño gráfico gracias a las propiedades únicas que los diseñadores han redescubierto en ella. Esta técnica de impresión tradicional proporciona a la obra diseñada una cualidad táctil que convierte cada diseño en un objeto que va más allá del mero pedazo de papel. Apreciado por su historia y su tradición y valorado por el tiempo, cuidado y dedicación que requiere, es un método que produce resultados de gran belleza.

Este libro arroja una mirada al estado actual de la impresión tipográfica por medio de una selección de más de cien trabajos realizados con esta técnica. El diseñador encontrará en estas páginas una valiosa instantánea de una disciplina que se ha convertido en foco de atención permanente.

www.indexbook.es/libro/nueva-impresion-tipografica-1342/

Structural Displays (English)-Second Edition

Autor: Josep Maria Garrofé

Editorial: Index Book

Esta obra muestra un conjunto de envases expositores sencillos, frescos y diferentes, que presentan desde un troquel único hasta nueve estructuras diferentes, pero siempre basados en la creatividad. Con el objetivo de facilitar la presentación y la búsqueda de contenidos, los expositores se muestran ordenados y clasificados según tres niveles de dificultad técnica. Como sus antecesores Structural Packaging y Structural Greetings, Structural Displays pretende convertirse en un referente para los profesionales del diseño.

www.indexbook.es/libro/structural-displays-english-second-edition-918/

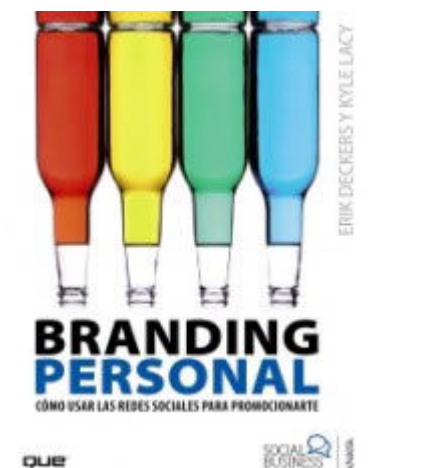
Branding Personal

Autor: Erik Deckers y Kyle Lacy

Editorial: Anaya

Esta obra nos enseña a usar los medios sociales para atraer nuevas oportunidades de negocio. Desde Facebook y Pinterest hasta el uso de vídeo compartido, este libro está repleto de nuevas técnicas e ideas que son prácticas, fáciles y eficaces. El lector descubrirá cómo impulsar el potencial de sus negocios y las relaciones personales, y en definitiva, cómo convertirse en una marca rentable.

www.amlibros.com/libros/orientacion/branding-personal.html



The Package Design Book 2

Autor: Pentawards



Editorial: Taschen

El envoltorio es lo primero que ve el consumidor al considerar un producto, y de él depende en buena medida que se produzca o no la venta. Cada año, los Pentawards reconocen la faceta artística del embalaje premiando diseños procedentes de todo el mundo.

www.ambilbros.com/libros/packaging/the-package-design-book-2.html

D&AD 2012

Autor: D&AD

Editorial: Taschen Llega la edición de 2012 del exclusivo y codiciado anuario de D&AD que presenta los mejores trabajos creativos del año. El jurado de los premios D&AD evalúa más de 20.000 obras de estudios de diseño, agencias de publicidad, consultorías de branding, agencias fotográficas y de producción cinematográfica, pioneros de los medios digitales y otras empresas creativas de todo el mundo. Los ganadores reciben el legendario premio Yellow Pencil D&AD o, en el caso de trabajos excepcionales, el destacado premio Black Pencil.

www.taschen.com/pages/es/catalogue/design/all/02826/facts.dad_2012.htm



Eventos

Jornada Diseño y Empresa en Zaragoza

Organiza: Centro Aragonés de Diseño Industrial (Cadi), Consejo Superior de Cámaras de Comercio y Confederación de empresarios de Zaragoza (CEZ),

Lugar: CEZ, Plaza Roma

Diseñar con método. Diferenciación y valor para la empresa. Difusión del posicionamiento CADI en cuanto a la importancia de la metodología en el diseño entre las Pymes aragonesas.

24/01/2013

Plantar Cara. Isidro Ferrer

Organiza: Cortes de Aragón

Lugar: Palacio de la Aljafería, Zaragoza

Exposición que agrupa y nos muestra los carteles que Isidro Ferrer ha preparado para la programación del Centro Dramático Nacional durante la temporada teatral 2011-12, exponiendo las piezas originales de ese proceso creativo.

29/11/2012-10/02/2013



Zinc Shower 2013

Organiza:

Lugar: Central de Diseño. Matadero. Madrid

Un vivero de propuestas creativas en busca de un manguerazo de financiación, un festival del que brotará un torrente de ideas a presión dispuestas a sacudir los resquebrajados cimientos de nuestro panorama cultural. Zinc Shower regará el terreno propicio para el crecimiento de proyectos culturales, creará sinergias entre creativos e inversores e impulsará start-ups en un espacio abierto a nuevas ideas.

Todo ello en un ambiente festivo de conferencias, co-working, networking, conciertos (...) en Matadero Madrid durante tres días.

11/04/2013-13/04/2013

www.zincshower.com

Inflables imaginarios que tienen los pies en el suelo

Organiza:

Lugar: Macba. Barcelona.

¿Es posible crear una ciudad inflable para vivir en ella?

Taller en el que se intenta encontrar la respuesta a este interrogante a través de la exposición La utopía es posible - ICSID. Eivissa, 1971. Inventaremos, construiremos, sorprenderemos, cuestionaremos y demostraremos las posibilidades de acción que nos pueden ofrecer materiales como el plástico. Intentaremos dar continuidad al espíritu del ICSID y de la Instant City, donde conceptos como intercambio, discusión, sostenibilidad, participación, solidaridad, juego y una mirada abierta a la confluencia de distintas disciplinas nos permitirán repensar de forma diferente los elementos y los espacios que conforman nuestra vida cotidiana.

17/11/2012-05/01/2013

www.macba.cat

Cerámicas de Picasso

Organiza: Ayuntamiento de Barcelona

Lugar: Museu Picasso de Barcelona

Esta exposición conmemora el trigésimo aniversario de la donación de Jacqueline Picasso a la ciudad de Barcelona de 41 cerámicas únicas. Estos platos, jarrones y tazas fueron algunos de los regalos que Jacqueline recibió de Picasso a lo largo de las dos décadas que pasaron juntos.

26/10/2012-01/04/2013

www.bcn.cat/museupicasso/es/exposiciones/encurso.html



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 [\[haga click aquí\]](#)

 **GOBIERNO DE ARAGON**
Departamento de Industria e Innovación