

mayo - agosto 2023



Titulares

Diseño en Aragón

- Aitiip logra fabricar una turbina termoplástica 100% reciclable mediante inyección para las aeronaves del futuro. [\[leer\]](#)
- Alpargatas Syrq: de Jarque de Moncayo al mundo. [\[leer\]](#)
- Araven amplía sus reconocidos contenedores para hostelería con un formato cuadrado que optimiza el almacenamiento. [\[leer\]](#)
- Comoyo: comida sensata, gourmet... y sorpresa. [\[leer\]](#)
- Diseño, dirección de arte y producción: creative tools. [\[leer\]](#)
- Diseños únicos de Mos. [\[leer\]](#)
- El Armani de los aceites es aragonés. [\[leer\]](#)
- El Pabellón Social en el Estadio-Miralbueno El Olivar, Seleccionado en la XVI Bienal Española de Arquitectura y Urbanismo. [\[leer\]](#)
- El vino blanco de moda que se toma en lata. [\[leer\]](#)
- Electrodomésticos Serie Cristal de Balay. [\[leer\]](#)
- EsCoolers: una vuelta de tuerca a iconos del calzado femenino. [\[leer\]](#)
- Espaciosutil amplía en un nuevo estudio. [\[leer\]](#)
- HELACS, el proyecto europeo que optimizará un ciclo integral para el reciclaje de aviones. [\[leer\]](#)
- Huesca anuncia las Fiestas de San Lorenzo 2023 con un cartel de color rosa. [\[leer\]](#)
- Ingenios, ya disponible en Kickstarter. [\[leer\]](#)
- La Cátedra SAMCA de Desarrollo Tecnológico de Aragón presenta Eco Think Lab, un proyecto sobre plásticos compostables y biodegradables. [\[leer\]](#)
- La empresa zaragozana Vamos Estudio se alza con un Laus de Plata en los "Goya" de diseño. [\[leer\]](#)
- Los nuevos portahuevos de Araven refuerzan la seguridad contra la salmonella en la cocina profesional. [\[leer\]](#)
- Nola Smoke acerca a Zaragoza el restaurante del futuro. [\[leer\]](#)
- Proyectos emergentes 2023: ingeniería de diseño, ¿qué es?. [\[leer\]](#)
- Shop&Roll revoluciona los lineales comerciales con Duplo, el primer empujador automático modular y convertible. [\[leer\]](#)
- Últimos proyectos de Beatriz Gimeno Diseño Gráfico. [\[leer\]](#)
- Una apuesta saludable por sustituir snacks ultraprocesados. [\[leer\]](#)

Comunidad Diseña

- El proceso creativo detrás de la campaña disruptiva de promoción turística de Huesca: "No vengas a Huesca, ..., no". [\[leer\]](#)
- La realidad virtual como herramienta para el diseño de parques infantiles. [\[leer\]](#)
- Mz del Río lanza Mz Box. [\[leer\]](#)

Diseño Nacional e Internacional

- Entrevista a Alessandro Manetti, comisario de la BDW'23. [\[leer\]](#)
- Así es la nueva columna de recarga portátil para coches eléctricos de E-GAP, diseñada por Pininfarina. [\[leer\]](#)
- Así son las Apple Vision Pro, las gafas de realidad mixta para reinventar el modo en el que nos relacionamos con la tecnología. [\[leer\]](#)
- Cruz Novillo, Laus de Honor 2023. [\[leer\]](#)
- El Ayuntamiento de Madrid presenta el nuevo contenedor de la ciudad. [\[leer\]](#)
- El revolucionario invento para jubilar al aire acondicionado: enfría edificios sin gastar luz. [\[leer\]](#)
- La gran esfera led aragonesa ya luce en Las Vegas y se inaugurará con U2. [\[leer\]](#)
- Los 50 años de BcD, explicados por Isabel Roig en RTVE. [\[leer\]](#)
- París 2024 desvela su antorcha para los Juegos Olímpicos y Paralímpicos. [\[leer\]](#)
- Porsche, lista para surcar olas gigantes con una tabla de surf de desarrollo propio. [\[leer\]](#)
- Rei desarrolla una nueva gama de botelleros decorativos. [\[leer\]](#)

Eventos

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



Piezas e inyectora Aitiip.

Aitiip logra fabricar una turbina termoplástica 100% reciclable mediante inyección para las aeronaves del futuro

El equipo de Aitiip Centro Tecnológico, en colaboración con la multinacional Liebherr, se ha despedido del proyecto europeo INN-PAEK, que han coordinado durante tres años, tras haber alcanzado prometedores resultados científico-técnicos. Aitiip ha logrado desarrollar una innovadora tecnología propia que viabiliza la producción de piezas con geometrías complejas en material termoplástico, mediante procesos de inyección que han concluido exitosamente, con la fabricación de la turbina que compone los sistemas de refrigeración de los aviones, que es además 100% reciclable. Se trata de un demostrador revolucionario, pues hasta ahora tan solo se había logrado dar solución mediante materiales metálicos, y que contribuye a mejorar la sostenibilidad de la industria de la aviación.

El termoplástico es un tipo de material polimérico, cuyas propiedades resultan altamente ventajosas para el sector de la aeronáutica y del transporte en general: además de ligero y versátil, que se puede reciclar al final de su vida útil, y reutilizarse para la fabricación de nuevas piezas. La solución tecnológica de INN-PAEK permite sustituir el proceso convencional de fabricación de las actuales turbinas metálicas, donde las distintas partes se sueldan, por el moldeo por inyección. Un proceso que favorece la producción "one-shot", es decir, en un solo paso, optimizando por tanto el propio proceso en tiempos, consumos de energía y reducción de costes. Aitiip ha conseguido adaptar ese proceso de inyección a la particular y compleja geometría que requiere la producción de estas piezas, además en un material más sostenible.

La investigación de INN-PAEK, pionera en el mundo, ha recibido casi 800.000 euros de financiación de la Clean Sky 2 Joint Undertaking, dentro del programa marco de Horizonte 2020 de la Unión Europea.

Los resultados del proyecto INN-PAEK se ofrecen como un sistema de producción avanzado, más sostenible y ecológico, del que puede beneficiarse la industria de la aviación del futuro. Una industria que está siendo redirigida por Europa hacia la circularidad y que precisará en los próximos años de estructuras y componentes alternativos, para alcanzar el objetivo de reducir en un 20% el consumo de combustible y las emisiones de CO2. Se estima que en las próximas dos décadas se precisarán unas 40.000 nuevas aeronaves para satisfacer las necesidades de transporte.

www.aitiip.com

[inicio] [titulares de grupo]



Alpargatas de Syrq.

Alpargatas Syrq: de Jarque de Moncayo al mundo

Una marca reciente muy pegada al terreno y con la vocación de "abanderar el talento que hay en los pueblos".

Llevar unos meses en el mercado las alpargatas Syrq. Un proyecto que no se entendería sin su lugar de procedencia, Jarque del Moncayo, un pequeño pueblo zaragozano donde viven sus dos creadores, los hermanos Raúl y José Gran Gran.

Pertenecen ambos a una familia de larga tradición zapatera, en la que ellos representan una nueva generación en busca de una "reinención" y de proyectos en sintonía con las nuevas tendencias y valores de la moda, como la sostenibilidad y el "diseñado en España". "Se hace a mano todo lo posible, mínima maquinaria y materiales reciclados, mirando por el planeta", explica Raúl.

Syrq, además, es una marca muy pegada al territorio desde el mismo nombre, una antigua acepción de la localidad moncaína. También, en este punto, la firma tendrá pronto una puerta abierta para la que es su primera línea de calzado.

De hecho, ese es uno de los principales "leit motivs" de Syrq, el de "abanderar el talento que hay en estos pueblos, ensalzar a la gente joven que hay aquí y la idea de que desde los pueblos también podemos vestir a los de la ciudad".

Ese guiño urbanita ("al final, donde está el mercado") se sustancia en la campaña de lanzamiento donde las Syrq pisan las calles de Zaragoza.

De momento, la firma presenta tres modelos -uno de ellos con cordones-, la mayoría para hombre (aunque también hay de mujer, una línea que crecerá en un futuro próximo).

Cada modelo se ofrece en varios colores y estampados, con tejidos muy originales, lanzados pero sin ser estrafalarios, lo que los hace muy combinables, con mucha apuesta por las rayas. Fieles a ese espíritu aragonés y de la tierra, cada uno de los diseños tiene nombres como Acher, Urbez, Lorién, Climén y, claro, el de su propio pueblo, Jarque.

Amén de la próxima apertura de una flagship store, las Syrq se venden en su tienda "online".

(Fuente: Heraldo de Aragón)

www.syrqbrand.com

[Inicio] [titulares de grupo]

Araven amplía sus reconocidos contenedores para hostelería con un formato cuadrado que optimiza el almacenamiento



Un tirador facilita la apertura.



Optimizan el espacio en el almacenamiento, sin desperdiciar huecos.



Disponible en siete capacidades distintas.

La empresa Araven, con la colaboración de Activa Design, vuelve a mostrar su liderazgo en el equipamiento profesional para hostelería ampliando su reconocida gama de contenedores y herméticos para alimentos con 14 nuevas referencias en formato cuadrado, que mantienen todas las características exclusivas del artículo estrella de la firma y, además, optimizan el espacio en el almacenamiento, sin desperdiciar huecos.

En 1990, la firma lanzó al mercado sus primeros contenedores con cierre hermético. Desde entonces, sus productos se han convertido en una herramienta insustituible para los chefs de todo el mundo porque permiten conservar mejor y más tiempo los alimentos, tanto crudos como elaborados, en óptimas condiciones y su diseño facilita el trabajo profesional y ayuda a cumplir la normativa en materia higiénico-sanitaria. Igualmente destacan por ser reutilizables, de gran resistencia y durabilidad y por el compromiso ambiental de Araven: elaborados con materiales cien por cien reciclables y procesos eficaces y respetuosos con el planeta.

Entre los más de 700 artículos del catálogo actual de Araven, los contenedores superan las 200 referencias, con distintos materiales, capacidades y diseños para atender las necesidades en las cámaras y cocinas de todo tipo de establecimientos. Los nuevos contenedores cuadrados son idóneos para aprovechar el espacio de almacenamiento y cámaras de conservación. Están disponibles en polipropileno o policarbonato de efecto cristal, con tapa en LPDE, que al ser un material más flexible permite un cierre hermético, que mantiene todas las propiedades del alimento guardado.

Son óptimos para la conservación de alimentos secos a granel (legumbres, cereales, frutos secos...), sin que la humedad entre en ellos y los deteriore; evitan también el deterioro de los alimentos sensibles a la oxidación o la pérdida de aromas (galletas, snacks, deshidratados, especias...); e igualmente su hermeticidad permite la adecuada conservación y transporte de salsas, cremas y otros líquidos. Basta presionar en los cuatro lados de la tapa hasta escuchar un “clic” para garantizar el cierre correcto y un tirador facilita luego la apertura.

La familia de contenedores cuadrados, diseñada en colaboración con Activa Design, está disponible en siete capacidades distintas, de 2, 4, 6, 8, 12, 18 y 22 litros, y en todos los tamaños se puede elegir entre los dos materiales.

DISEÑO PARA LAS NECESIDADES PROFESIONALES

Los nuevos artículos se completan con todas las características de la gama de recipientes Araven, concebidos para las necesidades de los profesionales de la hostelería. Son herramientas para facilitar el trabajo, que garantizan una larga vida útil, resistencia al uso y las roturas y sencilla limpieza en lavavajillas y ofrecen prestaciones exclusivas.

La principal seña de identidad de los herméticos Araven, los ColorClip, consiste en un juego de pestañas con siete colores distintos, para identificar de forma muy sencilla y completamente segura cada envase y su tapa. Una información con múltiples utilidades y en especial para evitar la contaminación cruzada, asegurando que el contenido sea

siempre de la misma naturaleza.

De esta manera, el color rojo es para la carne, el verde para la verdura, el azul para el pescado, el morado para prevenir las alergias e intolerancias alimentarias, etc. Una práctica innovación para clasificar productos sin errores, que facilita la gestión del trabajo y la seguridad alimentaria, y que reforzó el éxito de los herméticos en todo el mundo.

Los colores identificativos también permiten múltiples posibilidades de clasificación, en función de las necesidades de cada establecimiento y sirven también para identificar el área de trabajo en la cocina, la rotación de alimentos, el día de la semana o el destino final.

Como complemento, la etiqueta permanente de trazabilidad, integrada en el propio contenedor de polipropileno, reúne de forma clara y sencilla los datos necesarios para identificar el producto, asegurar unas prácticas correctas higiénico-sanitarias y cumplir con la normativa de trazabilidad. Basta con escribir, con el rotulador Araven, en esta etiqueta datos como la fecha de elaboración y caducidad o procedencia. Este sistema no requiere pegar y despegar etiquetas de papel y no deja restos tras el lavado.

El diseño funcional se completa con otros numerosos detalles, como los asidores laterales para facilitar el manejo y transporte, los cantos redondeados para evitar que se acumulen restos y facilitar el vertido de líquidos, el texturizado en esquina y bases para proteger roces, la regleta de medición grabada, la forma apilable...

www.araven.com

www.activa1.com

[inicio] [titulares de grupo]

El diseño funcional se completa con otros numerosos detalles.





Fue el gusto por el mundo del vino el que unió profesionalmente a los aragoneses Pedro Fatás, Miguel Ángel Ferrer y Jorge Fernández. Un proyecto que, tras la pandemia, resultó ser la semilla de otro que ahora tiene apenas tres meses de vida.

PUNTO MEDIO

Es precisamente esa cercanía con quien cultiva, cría o produce los alimentos uno de los valores que subrayan los fundadores de Comoyo. Ellos hacen, primero, de radar a la hora de localizar lo más interesante. Segundo, de nexo de unión con el consumidor. El objetivo es establecer una cadena de confianza entre las tres partes, del origen al destinatario, con ellos como intermediarios, de manera que se justifique y aliente el modelo de negocio de Comoyo: la suscripción.

La marca funciona como una suerte de club en la que sus socios reciben cada mes una cesta variada, gourmet por la calidad, pero pensada para el uso cotidiano, con los productos elegidos por Fatás, Fernández y Ferrer.

Su labor consiste en descubrir nuevas marcas y productores, a la par que negociar con ellos precios interesantes para los suscriptores que, calculan, suponen un ahorro medio de un 15% con respecto a lo que costarían comprados de manera individual. Por ese motivo, las "cajas son sorpresa": lo que incluirán está abierto hasta el final. También se debe a cuestiones de disponibilidad, ya que la inmensa mayoría de los alimentos son de temporada.

La originalidad rige igualmente la selección, "con productos divertidos o sorprendentes que no están al alcance de todo el mundo". Importa mucho asimismo la historia personal o social que hay detrás de cada empresa, que se explica en el folleto adjunto. Es por ese motivo por el que, por ejemplo, en la cesta "inaugural" se han incluido conservas de Gardeniers (un proyecto ecosocial de Atades). Como ejemplo, la de la cesta de marzo, que está ya agotada, contenía queso curado artesanal Jara, vino Candilazo de Madrid, chocolate con leche artesano de cereza y miel, así como aceite Comoyo (también tiene marca propia), ventresca de atún Tela Marinera o una piruleta de flores prensadas.

(Fuente: Heraldo de Aragón)

www.comoyo.es

[inicio] [titulares de grupo]



Set tv - Smart Ports para El Puerto de Barcelona.



Rótulos luminosos de metacrilato transparente representan cada uno de los puertos participantes.



Texto volumétrico naranja con el slogan del año.

Imágenes de plató.

Diseño, dirección de arte y producción: creative tools

Por tercer año consecutivo Creative Tools ha sido el encargado de diseñar el set tv - Smart Ports para El Puerto de Barcelona.

Smart Ports es un encuentro, con señal internacional en streaming, de siete de los puertos más importantes del mundo, para debatir sobre las últimas acciones en estrategia, innovación, tecnología y sostenibilidad, que están llevando a cabo dichos puertos, todo esto enmarcado en Smart City, celebrado anualmente en Barcelona.

UBICACIÓN Y DISEÑO

El set se desarrolla en un plató de 500 m² de Mediapro de Barcelona. Acotado en el perímetro por telas negras de 5 metros de alto, iluminadas desde el suelo, creando la sensación de horizonte infinito.

Por la estética principal de los puertos de carga, el set debe transmitir un aspecto industrial, para ello, en este caso, se usan formas, patrones, texturas y materiales como el acero galvanizado en bruto. Para suspender las tres pantallas centrales se usan cadenas y ganchos de seguridad vistos, todo esto suspendido de un gran Truss circular negro. Además por el espacio se reparten trusses en Inox iluminados desde la base, simulando las grúas de los puertos de carga.

Estratégicamente hay que representar todos los puertos participantes con su marca, por esta razón se diseñan rótulos luminosos en metacrilato transparente con letras fresadas e iluminación de led oculta. Este material, tiene la ventaja de que no resta visibilidad a las distintas formas y texturas sobre las que va colocado. Además resalta los nombres de los puertos simulando una pantalla holográfica.

Toda la iluminación del set se lleva a tonos azulados, color identificativo de la industria tecnológica y la innovación, estos colores fríos tienen la propiedad de resaltar en especial los reflejos y brillos metálicos. También forman parte de la iluminación unos potentes haces de luz anaranjada, como si de la luz de un faro portuario se tratase.

Un texto volumétrico naranja con el slogan del año sirve de apoyo al set compensando algunos vacíos que se pueden ver por cámara en determinados planos.

www.rtports.tv
www.creativetools.es

[Inicio] [titulares de grupo]





Identidad corporativa y packaging.



Artesanos de Cedes trabajando.



Diseños realizados de forma artesanal.

Diseños únicos de Mos

No quiere ser Mos una marca más y a la vez sí. No quiere serlo porque busca la diferencia a través de piezas únicas y especiales en las que el diseño es el centro de todo. Y, a la vez, se empeña en demostrar que es una propuesta como cualquier otra en el mundo de la moda y las tendencias si bien su motor es un proyecto social de carácter inclusivo. Detrás de esta firma de decoración y complementos está la Fundación CEDES -entidad centrada en atención a personas con discapacidad intelectual y autismo-. En concreto, son dos de sus centros los que surten a Mos, el Ocupacional y el Especial de Empleo en el zaragozano barrio de San Gregorio.

Fue la crisis del 2010 la que de alguna manera puso a sus responsables en la tesitura de buscar nuevas fórmulas de trabajo y de terapia para las personas que eran atendidas allí y lo hicieron dándole una vuelta a la oferta habitual que había en el mercado.

A día de hoy, Mos es una marca singular y apetecible que ya se ha abierto hueco en importantes mercados y ferias del diseño a nivel nacional y que cuenta con una clientela variada, devota de sus joyas o bolsos completamente artesanales. En Mos está cuidado hasta el último detalle, desde el punto de partida creativo al "packaging".

"Nos dábamos cuenta de que a menudo, que cuando compraba productos de proyectos sociales se hacía más por el objetivo de fondo que por el objeto en sí, pero nosotros quisimos cambiar eso", explica Teresa Muntadas, la directora. Continúa: "Para la comercialización de los diseños de Mos el argumento no es la discapacidad. Lo que queremos es que te lo compres porque te gusta". "Cuando me dicen que qué bolso más bonito llevo digo: 'Sí, es de Mos', y no añado más". Para lograr ese objetivo, en Cedes apostaron desde el principio por "los mejores diseños, los más vanguardistas. Y luego ya veríamos si lo podíamos hacer. Y el descubrimiento ha sido que sí. Y a un nivel muy alto".

El proceso comienza con un equipo de diseño en el que están desde las propias responsables y trabajadoras de la Fundación Cedes hasta profesionales de la gráfica y, sobre todo, dos artesanas ceramistas: Yanka Mikhailova y Sara Monge. Fue la primera la que de manera casual encendió la chispa de Mos. Muntadas se enamoró de unos pendientes que lucía la artesana, hechos por ella misma. "¿Son fáciles de hacer?", le preguntó Muntadas. Y hasta hoy, cuando Mos ofrece varias líneas: joyería, objetos de mesa, vino y decoración, abanicos y bolsos de palma, la mayoría decorados con piezas cerámicas de sus dos artesanas de cabecera.

Los diseños se idean pensando en la moda, pero a la par en las diferentes y "tremendas" capacidades los artesanos de Cedes. Es una verdadera cadena de montaje de acuerdo a lo que individualmente pueden realizar los artesanos: unos modelan, otros pintan o esmaltan, clasifican o ensartan de manera minuciosa... Como en una perfecta coreografía, las piezas van saliendo. Todas a mano, todas por tanto diferentes, únicas, como quienes las fabrican.

En un futuro cercano, la marca Mos tiene en mente ampliar la oferta con una línea de textil con estampados realizados por los trabajadores, que vendrá a completar las ya existentes de mantelitos individuales, guantes para el horno, bolsas para el pan, bolsas tote o delantales.



Joyería y bolsos son algunos de los productos de Mos.

(Fuente: *Heraldo de Aragón*)

www.mosnosune.com

www.fundacioncedes.es

[inicio] [titulares de grupo]



Gama de formatos del aceite SalzySalz.



SalzySalz comercializa su aceite en las principales ciudades de España.



Diploma que acredita la Medalla de Oro en el concurso.



El packaging está inspirado en los frascos de jarabe.

El Armani de los aceites es aragonés

El aceite SalzySalz, elaborado por Salz Medina en la pequeña localidad de Agón (Zaragoza), se alzaba esta semana con la Medalla de Oro en la categoría de Mejor Diseño AOVE Premium, en la última edición de los Evooleum Packaging Awards, unos galardones que premian los diseños de envasado y empaquetado de Aceite de Oliva Virgen Extra más bellos del mundo.

Su diseño, elegante a la par que sencillo y sofisticado, fue definido por el jurado de Evooleum Packaging Awards como "auténtico lujo del siglo XXI, el Armani de los AOVes", destacando su "gran equilibrio a nivel gráfico" y su «etiqueta tipo test para catar". Un envase "muy descriptivo" que "remite a un laboratorio", en opinión del jurado. "Este premio supone un orgullo y el reconocimiento al hecho de que desde un pequeño pueblo aragonés se puede hacer un producto de calidad Premium y con un diseño elegante. Además, es también una manera de dar más difusión a una variedad de aceituna única de Aragón como es el empeltre», indica Salz Medina, creadora de SalzySalz, quien destaca que el jurado del premio "ha sabido captar a través del 'packaging' mi idea de que el aceite es, además de un producto gastronómico, un producto saludable".

El diseño de la botella de SalzySalz, así como el de su tipografía, hecha de manera exclusiva para este aceite, es obra de Axel Durana, ganador de varios galardones Laus de Diseño.

Este galardón se suma a la Medalla de Plata por su calidad que el aceite SalzySalz recibía hace algo más de un mes en el Concurso Internacional de Londres. Este certamen no solo tiene en cuenta la decisión de un panel de catadores internacionales, sino que también lleva a cabo un análisis químico que determina que la calidad del AOVE sea acorde a lo que determinan los registros», añade.

"Este galardón reconoce la calidad del producto y el que acabamos de recibir, premia el diseño. Así cerramos un círculo", apunta Salz Medina.

Organizado por Grupo Editorial Mercacei y la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO), en este concurso pionero participan todos los zumos que concurren a los Premios Internacionales a la Calidad del Aceite de Oliva Virgen Extra (Evooleum Awards). Los Evooleum Packaging Awards se dividen en tres categorías: Mejor Diseño AOVE Premium, Mejor Diseño Innovador y Mejor Diseño Gama Retail. El proceso de evaluación y las deliberaciones finales por parte del jurado –seleccionado específicamente para estos premios– se llevaron a cabo esta semana.

El jurado de este galardón está conformado por profesionales de carácter multidisciplinar y reconocido prestigio en cada una de sus áreas de actuación, con el talento y la creatividad como nexo común, que en esta cuarta edición estuvo integrado por la actriz Paz Vega; el chef y restaurador Javier Bonet, creador de espacios como Sala de Despiece; la directora de estilismo y responsable de comunicación Ana López de Letona; la periodista y blogger Teresa de la Cierva, miembro de la Real Academia de Gastronomía; la directora y profesora de la Escuela de Cocina Telva, Beatriz Garaizabal; el interiorista y decorador Pepe Leal; el interiorista y diseñador industrial José Piñero, creador de vajillas y piezas experimentales para chefs; el artista visual anglosajón Quinner Baird, creador del

innovador estudio Caliper; y la fotógrafa Isabel Muñoz, Premio Nacional de Fotografía en 2016, toda una retratista del cuerpo.

Desde la organización de los galardones recuerdan que, como siempre, todos los AOVes premiados en los Evooleum Packaging Awards figurarán –en una sección propia y diferenciada– en la edición 2024 de la Guía Evooleum World's TOP100 Extra Virgin Olive Oils, editada en papel en castellano e inglés y que cuenta con su propia app para Android e iOS.

Salzysalz comenzó a comercializarse en la provincia de Zaragoza y, en menos de un año, ha logrado estar presente en ciudades como Madrid, Barcelona, Valencia y puntos de Asturias.

(fuente: Heraldo de Aragon)

salzysalz.com

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



Pabellón social del Estadio-Miralbueno El Olivar.

El Pabellón Social en el Estadio-Miralbueno El Olivar, Seleccionado en la XVI Bienal Española de Arquitectura y Urbanismo

El Pabellón Social en el Estadio-Miralbueno El Olivar ha sido seleccionado en la Categoría de Obras de la XVI Bienal Española de Arquitectura y Urbanismo (XVI BEAU).

Con el título *Me—dio Pla—zo*, la XVI Bienal Española de Arquitectura y Urbanismo propone reflexionar sobre cómo nuestro hábitat futuro empieza a construirse desde las acciones del presente, pudiendo anticipar cómo seremos en un mañana cercano a partir de los indicios que muestra la más destacable arquitectura española reciente.

Los objetivos de la propuesta son: adaptar la intervención a una nueva mirada, atenta a su integración en el patrimonio de edificios, árboles y zonas verdes existentes; la adecuación física, funcional y económica a los usos previstos; la dotación de de nuevos espacios sociales de calidad, tanto interiores —cafetería, restaurante— como exteriores —porches, terrazas— y la sostenibilidad de la actuación, en términos energéticos, sociales y económicos.

www.magenarquitectos.com

[inicio] [titulares de grupo]



Azzulo en lata.

El vino blanco de moda que se toma en lata

Bodegas Aragonesas ha lanzado su afamado Azzulo en lata. Se trata de un formato "más cómodo, manejable y fácil de transportar", valoran desde esta bodega de Fuendejalón. La lata contiene 250 mililitros, es decir, lo que equivale a dos copas. Desde Aragonesas señalan que la idea era lanzar una presentación que facilitara el consumo de vino "en cualquier lugar" y la lata cumple ese propósito.

No corre peligro de romperse al transportarse, a diferencia del vidrio. Sin embargo, no solo está pensada para desplazamientos, sino que en parte surgió por el aumento de núcleos familiares de una sola persona, por lo que es ideal para esas familias al ser menos cantidad.

Azzulo es un vino blanco, fruto de las variedades viura y chardonnay. Fresco y vivo, cautiva todos los paladares, pero triunfa más entre los jóvenes.

Este gesto es una apuesta de la bodega de la D. O. Campo de Borja por I+d+i. Esta propuesta en lata se suma a otras que existen en el mercado, algunas también aragonesas. En su caso, la idea se germinó antes de la pandemia, ya que observaron que el producto era muy demandado en el mercado internacional.

La novedad se comercializará fuera de las fronteras españolas pero, dado lo deseado que es este vino en nuestro país, se va a apostar por su venta. "En Aragonesas nos gusta ser proactivos, adelantándonos al consumidor y descubriéndole nuevas experiencias como esta", considera Enrique Chueca, gerente de la bodega.

(Fuente: Heraldo de Aragón)

www.bodegasaragonesas.com

[inicio] [titulares de grupo]



Serie Cristal de Balay, diseño elegante sin renunciar a la mejor tecnología.



El cristal es un material altamente resistente y fácil de limpiar.

Electrodomésticos Serie Cristal de Balay

Los electrodomésticos de la Serie Cristal de Balay destacan por su diseño elegante sin renunciar a la mejor tecnología.

El cristal es un gran aliado en las cocinas actuales, ya que además de diseño aporta luminosidad y modernidad. Por ello Balay incorpora este material en sus productos: frigoríficos combinados, hornos, microondas y campanas están disponibles en acabado cristal blanco, negro y gris antracita, perfectos para crear ambientes donde los electrodomésticos sean los verdaderos protagonistas de la cocina.

Pero no todo es diseño. El cristal es un material altamente resistente y fácil de limpiar, por lo que el electrodoméstico se puede mantener en perfecto estado sin apenas esfuerzo. Además, en muchos modelos, los mandos se encuentran integrados en el propio cristal, que no solo aportan una mejor estética y un manejo profesional, sino también la facilidad de limpiar una superficie plana, sin ranuras.

Balay cuenta con frigoríficos combinados de gran capacidad de 70 cm de ancho, y con modelos de 60 cm de ancho, ambas medidas disponibles con tecnología de conservación ExtraFresh Comfort o ExtraFresh, con los que carnes, pescados, frutas y verduras se mantienen frescos hasta el doble de tiempo.

Además, la mayoría de los frigoríficos de la Serie Cristal de Balay cuenta con la tecnología de alto rendimiento compresor Inverter, gracias a la cual se consigue una mayor vida útil del aparato, y un importante ahorro energético, así como una reducción sustancial del ruido.

Los hornos de la Serie Cristal de Balay están equipados con la última tecnología: cocción con vapor, recetas automáticas, display con Control deslizante... Y aportan un plus de seguridad con los railes Comfort Plus, que permiten extraer las bandejas al 100 %. Incluso en los modelos compactos de 45 cm.

Los microondas Serie Cristal de Balay de hasta 25 litros de capacidad están diseñados para ser la pareja perfecta de los hornos en cristal. Se coordinan a la perfección para formar columnas de horno y microondas integrados que consiguen un resultado estético excelente en cualquier cocina.

Por último, las campanas de la Serie Cristal están disponibles en diferentes diseños y medidas. Además, sus prestaciones garantizan un manejo sencillo y un funcionamiento óptimo y cómodo gracias a su motor ExtraSilencio. Su interior blindado y los mandos con control Táctil hacen que las campanas de la Serie Cristal sean fáciles y seguras de limpiar.

En definitiva, crear un espacio único y de diseño nunca fue tan fácil gracias a la Serie Cristal de Balay, que responde a las tendencias y necesidades actuales de mercado.

www.balay.es

[inicio] [titulares de grupo]





Soraia Ejea y Gonzalo Bailo, con algunos de los modelos de su firma EsCoolers.



Todos sus productos están fabricados y cosidos a mano con materiales locales de calidad.



Escoolers basa su existencia en el slow fashion, creando productos de gran calidad duraderos y atemporales.

EsCoolers: una vuelta de tuerca a iconos del calzado femenino

De piel, hechos en España bajo la filosofía del "slow fashion". Son tres de los ingredientes fundamentales de la receta de EsCoolers, una nueva marca aragonesa de zapatos que apuesta por aunar comodidad y elegancia, una elegancia, eso sí, versátil y todoterreno, tan intemporal como conectada a las necesidades actuales.

Soraia Ejea y Gonzalo Bailo –perteneciente a una familia de larga tradición en el mundo del calzado– son los creadores de la firma, que bebe, cuenta ella, "de modelos clásicos, incluso icónicos, de la historia del calzado femenino reciente, conocidos para la mayoría, pero a los que hemos querido darle una vuelta de tuerca", siempre con un ojo puesto en las últimas tendencias.

No se trata solo de modernizar por modernizar, sino de ir un poco más allá, de poner el foco en un tipo de zapato que favorece pero que, sobre todo, "puede ser tan cómodo o más que una zapatilla deportiva".

Soraia, que aspira a que este tipo de zapatos sea tan habitual en la calles como el deportivo, habla como diseñadora y como usuaria: "He llevado muchas zapatillas, pero me he dado cuenta de que con un zapato de este tipo se puede ir igual de confortable, que son muy combinables, que se quitan y se ponen muy fácilmente. Una vez que te los pones pasan a ser tu primera opción del día a día".

Escooler se lanza con una primera colección en la que hay diversos tipos de merceditas (también conocidas como Mary Janes) y bailarinas. Algunas con un claro guiño al modelo estrella de Chanel, con puntera de color. O que remiten a los modelos de Roger Vivier con su espectacular hebilla cuadrada en el empeine. Para el buen tiempo llega también zapato abierto y tonos pasteles muy primaverales.

(Fuente: *Heraldo de Aragón*)

www.escoolers.com

[inicio] [titulares de grupo]



Nuevo estudio de Espaciosutil.

Espaciosutil amplía en un nuevo estudio

Espaciosutil, estudio de interiorismo con 15 años de trayectoria especialista en diseño de oficinas y sedes sociales, tanto a nivel nacional como internacional, amplía en un nuevo estudio en la calle Santa Teresa de Jesús, combinando un diseño minimalista con grandes aportaciones de clásicos del diseño. Reflejando el futuro de las nuevas oficinas. El equipo, compuesto por interioristas, todos formados en la Escuela de Artes y la Escuela Superior de Diseño de Aragón, se ha encargado de este nuevo desarrollo, desde el concepto, dirección y ejecución del mismo.

Materiales y detalles expuestos de la construcción del edificio de los años 50 se combinan y conviven con revestimientos, terminaciones y equipamiento innovadores. Sistemas de iluminación, sistemas de mobiliario fijo y móvil para adaptarse a la tipología de oficina híbrida actual, que se ha instalado tras la pandemia en nuestros lugares de trabajo y que obligan a las empresas a poder cambiar constantemente, en beneficio del usuario. Zonas de trabajo, salas de juntas, material + color lab, espacios donde desarrollar proyectos que giran en torno a lo mas importante, las personas que dan vida a las instalaciones en las que intervienen.

www.espaciosutil.com

[inicio] [titulares de grupo]



Proyecto HELACS.

HELACS, el proyecto europeo que optimizará un ciclo integral para el reciclaje de aviones

La industria aeronáutica actual se encuentra inmersa en una revolución ecológica gracias a la creciente implementación de materiales compuestos. Los materiales compuestos, formados por una matriz y un elemento rigidizador, ocupan un lugar en la historia de la aviación desde el primer vuelo de los hermanos Wright, cuando en 1903 utilizaron tela de muselina reforzada con madera de abeto. Al igual que la propia industria de la aviación, la industria de los materiales compuestos se ha desarrollado hasta los actuales materiales de matriz polimérica reforzados con fibra de carbono o de vidrio.

Las ventajas de estos materiales respecto a los materiales metálicos usados actualmente en la industria aeronáutica son principalmente su resistencia a la corrosión y los ataques químicos, sus excelentes propiedades aislantes tanto térmicas como eléctricas y su baja densidad. Este último punto es especialmente relevante en la industria, permitiendo disminuir el peso final de la aeronave, y en consecuencia su gasto en combustible. En esta línea, la compañía AIRBUS cuenta con el modelo A350 en el mercado, la primera aeronave que incluye piezas estructurales fabricadas de material compuesto, acumulando más de un 50% de material compuesto respecto al total de la aeronave.

Si bien, esta revolución ecológica mencionada no acaba con la implementación de los materiales compuestos en la industria, si no que fomenta un desarrollo dentro de la propia industria de los materiales. Actualmente, los materiales compuestos de matriz termoestable ocupan un gran porcentaje del mercado de los composites, siendo implementados no solo en la industria aeronáutica, si no en industrias como la ferroviaria, la automovilística o la marina. Sin embargo, actualmente, los materiales compuestos de matriz termoplástica están comenzando a sustituir a estos composites. La razón de cambio en el paradigma es que diferencia de los materiales termoestables, los materiales termoplásticos pueden ser reciclados y reutilizados. Éste hecho, combinado con el ahorro de energía y tiempo de ciclo de fabricación y unas propiedades mecánicas similares, hacen de los materiales termoplásticos una alternativa prometedora en el campo de los composites. AITIIP centro tecnológico es consciente de esto, y por ello es uno de sus ejes y pilares principales de sus líneas de investigación, siendo referente a nivel nacional y europeo en la investigación y desarrollo tanto de los materiales compuestos en sí, como de sus procesos de fabricación.

En este campo, AITIIP centro tecnológico se encuentra liderando el proyecto HELACS (Holistic processes for the cost-effective and sustainable management of End of Life of Aircraft Composite Structures). El objetivo de este proyecto es el desarrollo de una plataforma robótica portátil, orientada al desensamblaje de materiales compuestos reforzados con fibra de carbono, su reciclaje y su reutilización. En este proyecto se trabaja con socios de primer nivel europeo en el campo de la aeronáutica, como PLATA, un Hub aeronáutico industrial español orientado al desarrollo aeronáutico industrial. Además, el reciclaje de los materiales compuestos está a cargo de Gen 2 Carbon, una compañía inglesa especializada en la recuperación de fibra de carbono de piezas recicladas, y Centexbel, un centro tecnológico belga especializado en la fabricación de materiales compuestos a partir de material reciclado. Gracias al trabajo conjunto de los socios, se ha conseguido desarrollar un ciclo completo de reciclaje de

aeronaves, que comenzaría en el desmantelamiento de piezas termoplásticas, su pirólisis para la recuperación de las fibras de carbono de refuerzo y el reprocesado de estas para fabricar nuevas piezas, esta vez de matriz termoplástica.

Este proyecto cumple con varias líneas de investigación. Entre ellas, cabe destacar el concepto de soldadura/des-soldadura termoplástica. Con el objetivo de adelantarse a la implementación de los mencionados composites termoplásticos en industria aeronáutica, Aitiip se ha focalizado en investigar los procesos de unión este tipo de materiales. Al igual que sucede con los materiales metálicos, se pueden crear uniones entre piezas termoplásticas mediante un proceso denominado soldadura por resistencia. Sin embargo, al contrario que en los procesos convencionales de soldadura, la soldadura resistiva termoplástica es un proceso reversible, permitiendo el desmantelamiento y reutilización de piezas soldadas sin necesidad de un postproceso.

El proceso de soldadura resistiva termoplástica se produce al calentar 2 superficies de material termoplástico en contacto a una temperatura superior a su temperatura de procesamiento mientras se aplica presión sobre ellas. Al alcanzar dicha temperatura, el termoplástico de la matriz se funde, y al disminuir la temperatura se consigue una solidificación conjunta de la pieza, creando una unión. Para alcanzar dicha temperatura, se posiciona un elemento resistivo entre las placas, en nuestro caso una malla metálica embebida en material termoplástico y aislada eléctricamente mediante fibra de vidrio. Sobre este elemento resistivo se aplica una corriente eléctrica, la cual, mediante efecto Joule aumenta la temperatura de la malla, y por tanto de todo el conjunto y su área de contacto, quedada embebida entre las 2 piezas termoplásticas que se quieren unir. Lo novedoso de este proceso de unión, como se ha mencionado, es su reversibilidad. Las superficies soldadas pueden separarse volviendo a alcanzar la temperatura de proceso del material (mediante la aplicación de corriente eléctrica en su elemento resistivo), pero ejerciendo fuerzas de separación entre las piezas, en lugar de presión entre ellas.

Los resultados obtenidos en las instalaciones de Aitiip han sido muy satisfactorios, logrando varios ciclos de soldadura-separación entre placas de material termoplástico reforzado con fibra de carbono testeadas. El proceso, sin embargo, requiere de una optimización en futuras etapas, minimizando el efecto de dichos ciclos en las piezas.

En conclusión, el futuro de la aviación va de la mano de los materiales compuestos poliméricos. Dentro de este grupo, los composites de matriz termoplástica se erigen como la referencia en el sector. En este campo, Aitiip pretende seguir siendo un referente en la cadena de valor de los composites, realizando proyectos que engloban desde la fabricación de la propia materia prima hasta el final de su vida útil y su reciclaje y reutilización. Además, con el objetivo de adelantarse a los requerimientos futuros de la industria, Aitiip ha testado la tecnología de soldadura y des-soldadura resistiva en materiales termoplásticos, obteniendo resultados muy positivos y con posibilidad de ser escalados a la industria.

www.aitiip.com

[Inicio] [titulares de grupo]



Ana Porta junto al cartel que ha diseñado para las Fiestas de San Lorenzo 2023.

Huesca anuncia las Fiestas de San Lorenzo 2023 con un cartel de color rosa

Tiene forma de tarta y en él destaca el color rosa. El cartel de las Fiestas de San Lorenzo 2023 se ha dado a conocer es miércoles en el centro de Huesca, en los Porches de Galicia. Es obra de Ana Porta, diseñadora gráfica oscense que recibió el encargo de forma directa por parte del anterior gobierno municipal. La autora tiene una dilatada experiencia profesional y, como anécdota, cuenta que nació un 9 de agosto (día en el que comienzan los festejos) y su segundo nombre es Laurentina.

Porta ha explicado que en su imagen ha querido reflejar todos los lugares donde pasan cosas durante las fiestas, que se celebran del 9 al 15 de agosto. "Plasmarlo con esa estética, más de juego es lo que terminé de cerrar la idea", explica. Puede parecer una tarta de pisos o una de esas casas infantiles de los años 80, pero el dibujo es una referencia global a la semana laurentina.

La autora del cartel ha indicado que ella trabaja sobre todo en 3D, con un programa que se llama Cinema 4D. "Construyo el escenario y después le voy aportando una serie de materiales, como los muñequitos, que son de madera, o colores", detalla. "Es la técnica que se realiza en las películas de animación de Pixar", añade.

Entre los actos que no podían faltar en esta representación gráfica están el chupinazo y los Danzantes, "el paseo por el Coso que todos hacemos con la familia, los veladores, los conciertos que hay por la noche...". Según ha dicho Ana Porta, ha habido cosas que se han quedado fuera, como los chiringuitos o las ferias, "donde paso bastante tiempo con mis hijas".

En el cartel están los colores verde y blanco, los que identifican a las Fiestas de San Lorenzo, pero destaca el rosa, que está muy presente en los trabajos de Porta, aunque de niña le tenía especial manía. "Cuando empecé a componerlo, hice muchas pruebas de color y me iba a las tonalidades verdes tradicionales pero siempre notaba que le falta algo, como un toque de contraste", ha apostillado. Al final, trabajando con el rosa de la plaza López Allué, "conseguí darle más alegría", ha destacado.

(Fuente: *Heraldo de Aragón*)

www.anaporta.com

[inicio] [titulares de grupo]

Ingenios, ya disponible en Kickstarter



Ingenios, el juego de mesa.



Contenido del juego.

Versiones de juego.



Ingenios es un juego de mesa en el que se asume el papel de un jefe de producción de una fábrica de robots, cohetes y tanques.

Diseñado por Miguel Angel Aguilar Brenes, está basado en la filosofía Kaizen y acaba de ser lanzado en la conocida plataforma de micro mecenazgo Kickstarter.

Empezó siendo una herramienta de trabajo para entender conceptos básicos de la filosofía Kaizen o mejora continua. Con las mecánicas del prototipo se intentaba simular algunas de las metodologías organizativas de producción, y a su vez alcanzar objetivos con herramientas tan elementales como el Kanban.

Las figuras han sido diseñadas con CAD e impresas en 3D, todas ellas le proporcionan veracidad al argumento del juego, con una estética muy técnica, ambientada en el ámbito industrial, con toques Steampunk y todo envuelto en colores llamativos e intuitivos.

Además del juego base, está disponible una expansión para 2 jugadores más y un módulo de logística. También es jugable online en la plataforma Steam Workshop Tabletop Simulator.

www.ingenios.com

[inicio] [titulares de grupo]



Eco Think Lab, un proyecto sobre plásticos compostables y biodegradables

La Cátedra SAMCA de Desarrollo Tecnológico de Aragón presenta Eco Think Lab, un proyecto sobre plásticos compostables y biodegradables

¿Qué es un material compostable? ¿Y un bioplástico? ¿Qué tipos existen? ¿Cuál es la forma correcta y adecuada? ¿Qué ciclo de vida siguen los materiales? A todas estas cuestiones se les quiere dar respuesta desde el proyecto de divulgación científica Eco Think Lab, organizado desde la Cátedra SAMCA de Desarrollo Tecnológico de Aragón en colaboración con el Instituto de Investigación en Ingeniería de Aragón (I3A), en el que se trata de facilitar información sobre los plásticos compostables y biodegradables.

La iniciativa aborda tres objetivos principales. Por un lado, pretende que el público entienda y sepa definir qué es un bioplástico. Por otra parte, persigue diferenciar entre los plásticos según su origen y fin de vida. El tercer propósito, más específico, se centra en dar a conocer las características y peculiaridades de los bioplásticos compostables y sus diferencias en relación a los plásticos convencionales.

Dentro de las acciones previstas para la difusión de Eco Think Lab, a mediados del mes de junio se llevó a cabo una sesión formativa con periodistas para que pudieran tener toda la información sobre estos temas y pudieran informar y trasladarlo al conjunto de la sociedad de manera rigurosa. Además, en septiembre comenzarán las actividades en centros escolares con formación para docentes y taller al alumnado. Ya han confirmado su participación en el proyecto 17 centros educativos y más de 1.000 escolares. El objetivo es alcanzar, durante el curso escolar 2023/2024, al menos a 2.500 estudiantes más.

Eco Think Lab se enmarca en los objetivos y el compromiso de la Cátedra SAMCA de Desarrollo Tecnológico con la investigación y la traslación del conocimiento a la sociedad, para lo que cuenta con el apoyo del Instituto de Investigación de la Universidad de Zaragoza, I3A. También desempeñarán un papel fundamental los centros educativos, a los que se quiere hacer partícipes de la iniciativa a través de recursos adaptados a Educación Secundaria transformados en infografías con fichas didácticas para trabajar en las aulas. Se plantean diferentes acciones con el profesorado, que incluyen formaciones presenciales y ejecución de talleres entre finales de este curso académico y del próximo curso 2023/2024.

La Cátedra SAMCA de Desarrollo Tecnológico de Aragón es una de las primeras Cátedras establecidas en la Universidad de Zaragoza. Nació, entre otros objetivos, para la difusión de la cultura sobre Desarrollo Tecnológico, proporcionando a estudiantes, profesores e investigadores, así como a profesionales de empresas e instituciones, el bagaje común de la cultura de investigación y desarrollo tecnológico, desde una perspectiva multidisciplinar. Tras más de quince años de actividad, se ha convertido en un referente en la promoción de la actividad científico tecnológica en Aragón y su plasmación en una cultura innovadora que promueve la colaboración universidad-empresa.

www.ecothinklab.i3a.es

[inicio] [titulares de grupo]

La empresa zaragozana Vamos Estudio se alza con un Laus de Plata en los "Goya" de diseño



Eduardo Miravalles y David Gamarra, fundadores de Vamos Estudio



Cada papel, con un color y gramaje específico, representa una variedad de uva.



El troquelado en la parte superior evoca la sierra de Montsant, origen del coupage.

La empresa zaragozana Vamos Estudio, bajo la dirección de David Gamarra y Eduardo Miravalles, ha sido premiada con un Laus de Plata por el diseño realizado para el vino de la bodega Celler Comunica: Terroir 41º 8' 46" N, 0º 49' 12". Los premios ADG Laus de Diseño Gráfico y Comunicación promueven el diseño galardonando los mejores proyectos en más de 50 apartados con diferentes categorías y con más de 1.200 participantes este 2023.

Premiado en la categoría de "packaging" y/o etiqueta, la creación del estudio zaragozano es un diseño revolucionario premiado por un jurado formado por un grupo de profesionales de prestigio del sector de ámbito nacional e internacional.

Tal y como explican en una nota de prensa, el desafío creativo que enfrentó Vamos Estudio dio lugar a una etiqueta compuesta por cuatro tipos de papel, cada uno con un color y gramaje específico para representar las cuatro variedades de uva utilizadas en este vino: Garnacha Blanca, Garnacha Peluda, Garnacha Tinta y Syrah.

Coupage de vino es un término utilizado en la industria vinícola para referirse al proceso de mezclar diferentes vinos con el fin de obtener un producto final con características específicas y equilibradas. Para ilustrar el proceso, diseñamos una etiqueta que combina diferentes tipos de papel en un collage para ilustrar las variedades de uva utilizadas en su elaboración.

Cada papel, con un color y gramaje específico, representa una variedad de uva, todos integrados en una sola etiqueta. Cada variedad, muestra el porcentaje en el vino, a modo de infografía. El troquelado en la parte superior evoca la sierra de Montsant, origen del coupage.

Cada parte de la etiqueta va acompañada de una infografía que muestra el porcentaje que ocupa cada tipo de uva en el vino, mientras que el troquelado superior evoca la sierra de Montsant, origen del vino.

Este logro se materializó gracias a la colaboración y enfoque de Gráficas Z, una imprenta pionera de la capital aragonesa. La mencionada agencia de diseño, Vamos Estudio, ha unido fuerzas con esta imprenta de más de 25 años de experiencia en el sector de la fabricación de etiquetas y 'sleeves'.

"Esta colaboración en la etiqueta premiada es testimonio de su habilidad para afrontar desafíos de impresión complejos y su dedicación a la excelencia en impresión", explican desde Vamos Estudio. Además, dicha colaboración les permite "la comercialización y exportación de productos a mercados internacionales."

Este estudio zaragozano, además, ha recibido una nominación a los Pentawards, a menudo considerados los 'Óscars' del diseño. Estos éxitos vienen a sumarse a un historial ya impresionante que incluye premios de oro de los Laus y Pentawards, así como un bronce en los prestigiosos premios Art Directors Club of Europe.

(Fuente: *Heraldo de Aragón*)

www.vamosestudio.com

www.cellercomunica.com

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

Los nuevos portahuevos de Araven refuerzan la seguridad contra la salmonella en la cocina profesional

La empresa Araven sigue aumentando su reconocida gama de contenedores reutilizables y reciclables para alimentos, con sus nuevas bandejas portahuevos, óptimas para evitar el riesgo de transmisión de salmonella en la cocina profesional. Como todos los productos de su catálogo, esta nueva referencia está diseñada para garantizar la seguridad alimentaria, aportar las mejores soluciones al sector Horeca y reducir el impacto ambiental.

Las bacterias del género *Salmonella* causan molestas infecciones que generalmente no requieren tratamiento específico, pero pueden provocar deshidratación grave e incluso ser mortales si se propagan a otras zonas del organismo. Uno de los principales focos de transmisión son los huevos y también los cartones en que se comercializan, al ser un material poroso, por lo que la normativa sanitaria los desaconseja en cámaras frigoríficas. Los recipientes portahuevos Araven evitan cualquier contaminación por el envase y su diseño añade importantes ventajas.

Las bandejas presentan una base calada para una conservación óptima, ya que permiten la circulación del aire alrededor de los huevos impidiendo la generación de moho, y a la vez también garantizan identificar posibles huevos rotos. Igualmente protegen de golpes y proporcionan una mayor seguridad en el transporte.

Ayudan también a gestionar el trabajo en la cocina y combatir el desperdicio alimentario con un espacio para anotar la fecha de consumo preferente. Disponen de 14 puntos de anclaje para apilarlas con seguridad, asideros laterales para transportarlas y su formato encajable en vacío optimiza el espacio de almacenamiento.

Cada bandeja tiene capacidad para 30 huevos, lo que permite trasvasar fácilmente el envase del productor, y su tamaño es compatible con el contenedor GN 2/3 de Araven, idóneo para guardar los huevos en las cámaras de conservación, en donde se deben mantener con una humedad inferior al 80%. Las nuevas hueveras comparten también todas las características comunes del catálogo de Araven. Son un producto de muy larga duración, fácil limpieza en lavavajillas, fabricado en material reciclable y buscando el menor impacto ambiental. Así, Araven suma más de 700 referencias para atender las necesidades de conservación y manipulación de alimentos de los profesionales de la hostelería más exigentes.

www.araven.com

[inicio] [titulares de grupo]



Diseñada para garantizar la seguridad alimentaria.



Presentan una base calada para una conservación óptima.



Disponen un espacio para anotar la fecha de consumo preferente.



Álex Viñal, en el Nola Smoke.

Nola Smoke acerca a Zaragoza el restaurante del futuro

Nola Smoke, el concepto de "street food delivery" del cocinero Álex Viñal, acaba de abrir sus puertas en Zaragoza, un local que se encuentra justo en frente de Nola Gras, el otro restaurante del mismo chef.

Hasta ahora, Nola Smoke era una marca digital para el servicio de "delivery". Con los cambios que se han introducido, en el nuevo restaurante no hay camareros sino hologramas, realidad aumentada y recomendadores inteligentes.

Viñal y su equipo han apostado por incorporar plenamente la tecnología al sector de la hostelería y la restauración. Para ello, han digitalizado desde la entrada hasta la recogida de los pedidos. En este entorno tecnológico, el nuevo proyecto va de la mano de Imascono. Esta empresa ha creado el avatar de Nola Smoke: se llama Smoky y es la imagen virtual que sirve y atiende a los clientes.

En cuanto al local, mantiene el formato "take away" y "delivery" alrededor de una carta con propuestas de comida callejera y clásicos redefinidos como el kebab.

La experiencia en este establecimiento se desarrolla más o menos así: el avatar y chef virtual da la bienvenida y, a continuación, atiende, recoge y entrega los pedidos. Además, ofrece recomendaciones sobre las hamburguesas de Nola Smoke teniendo en cuenta los ingredientes favoritos de cada cliente. Todo ello gracias a la carta interactiva que ayuda a elegir lo que desea cada uno.

Una vez lista la comanda, él mismo entrega el pedido desde la cocina virtual gracias a la gran ventana a la cocina de Smoky en tres dimensiones que capta todos los movimientos de los cocineros, camareros e, incluso, del chef Álex Viñal mientras trabajan.

Hay detalles que suman mucho, como el toque del kamado, presente en la cocina del nuevo restaurante que también lo está en Nola Gras. El punto ahumado que este horno japonés deja en las hamburguesas y en los perritos es espectacular.

Además de la carta de hamburguesas, la apuesta por la innovación va a ir de la mano de una elaboración que Álex Viñal quiere convertir en referencia del local: un kebab revisionado. Pan naan, picadillo de aceituna negra y tomate con zaatar, lechuga, pollo marinado con shawarma, cebolla encurtida con sumac y salsa casera tahini. Estos son los ingredientes de este bocado que seguramente va a dar mucho que hablar.

Lo dicho, innovación y creatividad mirando a la restauración del futuro.

(Fuente: Heraldo de Aragón)

www.nolasmoke.es

www.imascono.com

[inicio] [titulares de grupo]

Proyectos emergentes 2023: ingeniería de diseño, ¿qué es?

Proyectos Emergentes regresa al Paraninfo. Durante los meses de julio y agosto la sala Odón de Buén acogió una muestra fin de curso de algunos de los proyectos de estudiantes del Grado en Ingeniería de Diseño Industrial y Desarrollo de Producto y el Máster Universitario en Ingeniería de Diseño de Producto de la Universidad de Zaragoza.

En esta edición, la exposición puso el foco en la estructura y distribución de los estudios, y cómo estos se enfocan a la consecución de resultados de aprendizaje orientados en los principios más avanzados del Diseño como una disciplina profesional y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la agenda 2030.

En la Escuela de Ingeniería y Arquitectura (EINA) de la Universidad de Zaragoza se forman profesionales del Diseño mediante un plan de estudios que combina materias humanísticas, técnicas y tecnológicas, con una estrategia docente basada en el Aprendizaje Basado en Proyectos, el trabajo en equipo y el contacto estrecho y directo con algunas de las principales empresas de nuestro entorno.

Los estudios de Grado y Máster Universitario en Ingeniería de Diseño de la Universidad de Zaragoza son los únicos estudios universitarios en el campo del diseño de producto que se imparten en Aragón. Han sido acreditados con el prestigioso sello EUR-ACE y en su conjunto dan acceso al programa de Doctorado en Ingeniería de Diseño y Fabricación, lo que permite obtener el máximo reconocimiento académico internacional.

www.museonat.unizar.es

[Inicio] [titulares de grupo]



Cortapizzas "Gutting" realizado por Irene Meix, Ana Muñoz y Alba Sabio.



Duplo de Shop&Roll.

Shop&Roll revoluciona los lineales comerciales con Duplo, el primer empujador automático modular y convertible

Shop&Roll, la marca de soluciones integrales para el sector retail de Araven Group, vuelve a innovar el equipamiento comercial con el empujador automático Pusher System Duplo, el primer sistema del mercado de autofrenteo automático modular y convertible dos en uno, adaptable a cualquier tipo de formato de tienda y producto. Se garantiza así con una sola inversión la mejor exposición del producto en el punto de venta de forma más rentable y sostenible.

Araven Group unificó en febrero con la marca común Shop&Roll toda su gama experta destinada al sector retail: carros y cestas, PLV, visual merchandising y comunicación visual, con el fin de ofrecer a los profesionales un servicio integral para las necesidades de cualquier establecimiento. Con el diseño exclusivo de Duplo, la compañía vuelve a demostrar su liderazgo internacional, como el aliado ideal para conseguir la "perfect store" y mejorar la experiencia del cliente con soluciones innovadoras y ecológicas.

Duplo ofrece una exclusiva solución de autofrenteo que permite reconvertir un mismo expositor de barra de fuerza a balda, o viceversa, con un simple giro de rosca y un cambio de pieza. De esta manera, se puede renovar fácilmente el lineal para adaptarlo a un cambio de planograma, promociones, reformas... y asegurar la presentación más atractiva, de forma sencilla y económica para impulsar las ventas y que además cumple con su compromiso con la sostenibilidad.

Este nuevo diseño, en vías de patente, se suma a todas las ventajas que los empujadores Shop&Roll ya ofrecían para mejorar la visibilidad del producto, la experiencia de compra y la rentabilidad del negocio. Duplo se adapta a artículos de cualquier requerimiento: pequeños o voluminosos, en seco o en frío, en todos los envases... para sacar el mejor partido en orden y visibilidad y crear exposiciones impactantes.

LOS BENEFICIOS DE DUPLO PARA EL COMERCIO Y EL CLIENTE...

El sistema de empujadores Duplo garantiza una óptima gestión del lineal, con notables ventajas tanto para los compradores como para el establecimiento comercial. Así, para los primeros mejora la visibilidad y pone en valor el producto al ofrecerlo a la vista de forma ordenada y limpia y con la indicación del precio. También mejora la experiencia del usuario porque permite un reconocimiento rápido del producto, ayuda a descubrir promociones y transmite seguridad.

Igualmente, para el establecimiento, Duplo maximiza el espacio, ya que los empujadores se adaptan perfectamente al bloque de sujeción y a los diferentes formatos. También optimiza los costes al reducir mermas y por su fácil mantenimiento y manejo de reposición. Finalmente, aumenta los ingresos al favorecer la rotación de la mercancía y aumentar las ventas por impulso.

Todos los comercios y compradores pueden beneficiarse de estas ventajas, ya que Duplo es un sistema modular, que se puede configurar a cada formato de tienda, sector y variedad de productos y ajustable, para adaptarse al mix de productos del momento sin espacios desaprovechados. Y siempre, con la opción de modificarlo a las nuevas situaciones.

... Y PARA EL MEDIO AMBIENTE

Un aspecto especialmente destacado es el de los beneficios que aporta Duplo a la preservación del medio ambiente, ya que una clave del trabajo de Shop&Roll es unir la innovación con la sostenibilidad; tanto buscando el menor impacto ambiental en todas sus actividades como ofreciendo productos que contribuyan al ahorro energético y el aprovechamiento de los recursos naturales.

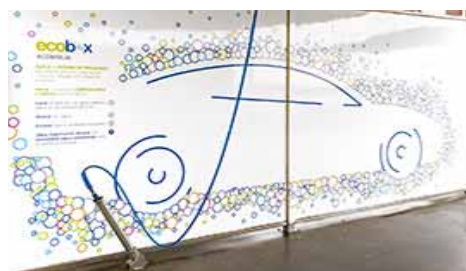
Los frenteadores Duplo son reciclables y 100% reutilizables y destacan por su eficiencia energética, al permitir ver el producto sin tocar ni abrir la nevera. Además evitan mermas y roturas de packaging porque aseguran la conservación y mantienen el orden.

www.shopandroll.com

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



Logotipo para el instituto Martínez Vargas.



Vinilo para centro de lavado de vehículos.

Últimos proyectos de Beatriz Gimeno Diseño Gráfico

IES MARTÍNEZ VARGAS

Una puerta-ventana, de acceso al conocimiento y fuente de luz es el concepto utilizado para diseñar el logotipo del instituto de enseñanza secundaria Martínez Vargas. Este elemento gráfico es una representación de una escultura real que se encuentra a la entrada del edificio.

Se trata de un logotipo que cambia –hay cuatro variantes de color e iluminación- que muestra la amplia oferta de estudios, la diversidad de alumnos y también por su estructura refleja la solidez de una institución y variedad de situaciones que ocurren en ella.

LAVADERO ECOBOX

El placer de un baño de espuma trasladado al mundo del automóvil y de las mascotas.

La nueva imagen de las paredes del recinto ECOBOX, llenas de color, dibujan diferentes estilos de coches. Se han impreso sobre vinilo para cubrir la superficie y ayudar en su mantenimiento. También se ha diseñado un rótulo, en vinilo impreso, para indicar el área reservada a la limpieza de mascotas siguiendo las mismas pautas de diseño.

www.beatrizgimeno.com

[inicio] [titulares de grupo]



Pips Nature lanza nuevas referencias y formato para la venta de fruta en vending.

Una apuesta saludable por sustituir snacks ultraprocesados

En un mundo donde el ritmo de vida a menudo nos lleva a opciones de comida rápida y snacks ultra procesados, Pips Nature se compromete a marcar la diferencia. La empresa aragonesa con sede en Mequinenza (Zaragoza), está apostando fuerte por la promoción de hábitos alimenticios más saludables a través de la venta de fruta en máquinas de vending.

EXPANSIÓN DE LA LÍNEA CHIQUIFRUTAS

La gama de productos de Pips Nature se ha ampliado significativamente. Además de las opciones tradicionales, la empresa introduce mango, uva, pera y manzana en su línea Chiquifrutas. Esta diversificación proporciona una variedad más amplia de sabores y opciones de frutas frescas para todos los gustos. Lorena Requena, socia fundadora de Pips Nature ha expresado su satisfacción, pues cree que "ampliando la gama de productos conseguiremos abastecer las necesidades y los gustos de los más jóvenes".

NUEVO FORMATO PARA LA VENTA EN MÁQUINAS DE VENDING

Una de las transformaciones más notables es la adaptación de su formato de venta para las máquinas de vending. Ahora, Pips Nature ofrece fruta fresca en prácticas bolsas individuales. Esta mejora simplifica la elección de opciones saludables directamente desde las máquinas expendedoras, brindando una experiencia conveniente a los consumidores. Según Requena "solamente seremos capaces de conseguir nuestros propósitos si conseguimos llegar a nuestros consumidores de la forma en la que están acostumbrados a consumir". En esta dirección, la socia fundadora ha indicado que su objetivo es integrar su producto en el día a día de los más jóvenes.

UNA FILOSOFÍA CLARA: PROMOVER LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE

Pips Nature tiene una firme creencia en la importancia de ofrecer opciones más saludables, especialmente para las generaciones más jóvenes. La lucha contra el consumo de snacks con alto contenido de azúcar y ultraprocesados es un objetivo principal. La empresa busca cambiar la percepción común de tentempiés y hacer que la fruta sea una elección natural entre horas.

PIPS Nature está comprometida en hacer que la fruta sea accesible, conveniente y atractiva para todos. Su enfoque en la venta de fruta en máquinas de vending es una clara demostración de este compromiso y un paso importante hacia la promoción de una alimentación más saludable. La empresa cree firmemente que la elección de la fruta debe ser la elección evidente, y su trabajo continuo refleja este compromiso con la salud y el bienestar de todos.

Lorena Requena está muy satisfecha con estas mejoras. Recuerda que "nuestra meta es hacer que disfrutar de la fruta sea más sencillo que nunca. Estamos emocionados de seguir brindando opciones frescas y deliciosas a las personas, dondequiera que se encuentren".

Con estos avances, PIPS Nature reafirma su posición y su compromiso de ofrecer frutas frescas y saludables de manera accesible y conveniente para todos.

www.pipsnature.com

[inicio] [titulares de grupo]



Juanjo Artero como imagen de la campaña "No vengas a Huesca, ..., no".



Itziar Miranda en una de las escenas del spot "No vengas a Huesca, ..., no".

Comunidad Diseña

El proceso creativo detrás de la campaña disruptiva de promoción turística de Huesca: "No vengas a Huesca, ..., no"

La provincia de Huesca ha llevado a cabo una campaña de promoción turística innovadora y única en su enfoque. Bajo el lema disruptivo, transgresor, hábil e inteligente de "No vengas a Huesca, ..., no", la marca "Huesca la Magia" ha utilizado la psicología inversa para atraer a los turistas. Esta estrategia ha captado la atención no solo en la industria del turismo, sino también en el ámbito del marketing global. En el proceso creativo que dio lugar a esta campaña pionera que ha destacado la provincia de Huesca como destino turístico se desarrolló de esta manera:

Experiencia en promoción turística: El equipo detrás de la campaña, perteneciente a TuHuesca, cuenta con más de 15 años de experiencia en el ámbito de la promoción turística. Esta experiencia acumulada ha brindado al equipo un conocimiento profundo de las necesidades y expectativas de los turistas, así como una comprensión sólida del mercado turístico en general. Y una formación en turismo, marketing y "neuro marketing".

Análisis del mercado turístico y cambio en el comportamiento del turista: Antes de lanzar la campaña, se realizó un minucioso análisis del mercado turístico. Se demostró un cambio significativo en el comportamiento de los turistas en sus diferentes etapas del proceso de toma de decisiones. Los viajeros actuales buscan experiencias, sí, pero lo complicado es llegar a captar su atención en el competitivo mercado turístico. El turista busca destinos que les brinde algo más allá de lo convencional.

Estudio de experiencias similares en el mundo: El equipo de TuHuesca investigó campañas de promoción turística en otras partes del mundo que utilizaron enfoques disruptivos. Este análisis les permitió comprender cómo otras regiones habían logrado destacar y atraer turistas mediante la aplicación de estrategias no convencionales.

Desarrollo colaborativo y puesta en marcha de la idea: El proceso creativo de la campaña "No vengas a Huesca, ..., no" fue llevado a cabo de manera colaborativa por un equipo de profesionales en TuHuesca. Se generaron ideas y se debatieron diferentes enfoques para encontrar la mejor manera de posicionar a Huesca como un destino turístico único y atractivo.

El proceso creativo detrás de la campaña de promoción turística de la provincia de Huesca, a través de la marca "Huesca la Magia" y el lema disruptivo "No vengas a Huesca, ..., no", ha sido un resultado de la experiencia del personal de TuHuesca en el ámbito de la promoción turística, el análisis del mercado turístico y el cambio en el comportamiento del turista, el estudio de experiencias similares en otras partes del mundo, y el desarrollo colaborativo con un equipo de profesionales. Esta combinación de factores ha permitido a Huesca

destacarse como el primer destino turístico en emplear la psicología inversa de una manera tan directa, impactante y efectiva. La campaña ha logrado captar la atención global y ha establecido un precedente para futuras estrategias de promoción turística.

Con la exitosa implementación de la primera parte de la campaña de promoción turística de Huesca en 2022, la provincia ha demostrado ser pionera en el uso de estrategias creativas y disruptivas. Ahora, en 2023, es crucial que Huesca se mantenga en ese posicionamiento único y siga aprovechando los elementos de ironía, humor y psicología inversa que han caracterizado su campaña.

Mantener esta línea de promoción permitirá a Huesca seguir destacándose en un mercado turístico cada vez más competitivo. La campaña original ha captado la atención de los turistas y ha generado un interés significativo. Al continuar con esta estrategia, Huesca se diferenciará de otros destinos turísticos utilizados y mantendrá su aura de originalidad y sorpresa.

El uso de elementos como la ironía, el humor y la psicología inversa ha demostrado ser efectivo para atraer y captar a los turistas. Estos enfoques creativos generan una conexión emocional con el público, haciendo que se sientan intrigados y despierten su curiosidad por descubrir la auténtica magia de Huesca.

La primera parte de la campaña ya ha creado una imagen distintiva en la mente de los turistas. Al mantener la línea de promoción, Huesca se beneficiará de la continuidad y coherencia en su mensaje, facilitando que los turistas asocien rápidamente la marca "Huesca la Magia" con la provincia y su propuesta única.

La provincia de Huesca cuenta con un equipo de profesionales con experiencia en promoción turística que con su conocimiento y creatividad, pueden seguir desarrollando ideas innovadoras y frescas que mantengan viva la esencia de la campaña original.

La estrategia seguida es altamente beneficiosa para la campaña de promoción turística de la provincia de Huesca. Esta permitirá a Huesca destacarse, generar un mayor interés por parte de los turistas, crear una conexión emocional duradera y aprovechar la experiencia del equipo de TuHuesca para seguir impulsando el turismo en la provincia.

Spot 1 "No vengas a Huesca, ..., no"

Spot 2 "No vengas a Huesca, ..., no"

www.tuhuesca.com

[inicio] [titulares de grupo]



Realidad virtual e el diseño de parques infantiles.

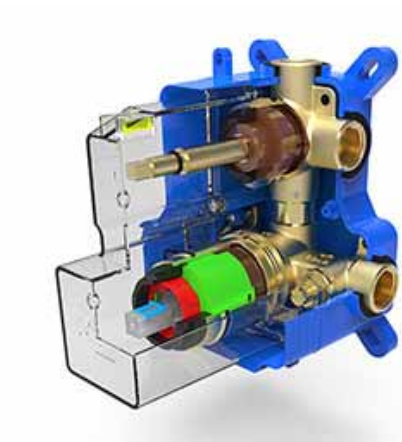
La realidad virtual como herramienta para el diseño de parques infantiles

Industrias Agapito se adelanta a los procesos habituales de diseño y fabricación a través del desarrollo de herramientas pioneras que le permiten ofrecer una seguridad añadida a sus productos. La realidad virtual es un entorno generado mediante tecnología informática que crea en el usuario la sensación de estar inmerso en él. Sirve para dar una visión más detallada de los productos que se fabrican y mejorar la precisión en el cumplimiento de las normativas de seguridad de producto como la EN1176, EN16630 o EN16899.

La tecnología de realidad virtual desarrollada por Industrias Agapito para la fabricación de juegos infantiles y equipos deportivos es pionera en Europa. Una vez más, el fabricante español se posiciona como líder en innovación y producto dentro de su sector.

www.industriasagapito.com

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



Llaves de corte incorporadas para un fácil mantenimiento.



Carcasa transparente extraíble.

Trim en diferentes acabados.



Mz del Rio lanza Mz Box

Mz Box facilita las instalaciones consiguiendo por separado la válvula empotrada con caja de instalación y el trim más adelante. Facilitando así la organización en obras y posibilitando el cambio de trim cuando se desee. Soportes para fijación en pared y pladur. Versatilidad a la hora de instalar en distintas superficies con varios puntos de anclaje.

Posee una carcasa transparente extraíble para la protección durante la instalación. Solo una vez instalado se puede retirar la carcasa con un destornillador.

Nivel incorporado para instalaciones precisas. Para facilitar la correcta instalación se incorpora un nivel y varias zonas horizontales para apoyar otros niveles.

Lleva llaves de corte incorporadas para un fácil mantenimiento. No se necesita cortar el agua general para manipular los cartuchos.

Las tuercas debajo de las llaves permiten purgar las tuberías.

El cartucho es cerámico con sistema antical, con anillo limitador de temperatura máxima de 40° a 80° y pestaña reguladora de caudal de 3 posiciones. Con inversor cerámico con sistema antical.

La nueva Mz Box es universal para todos los trims monomandos en su versión de 2 y 3 salidas, pudiendo elegir cualquier trim de distintas colecciones en todos los acabados disponibles. También se puede encontrar en 1 salida, sin caja de preinstalación, pudiendo elegir el trim que se desee.

www.mzrio.com

[inicio] [titulares de grupo]

Entrevista a Alessandro Manetti, comisario de la BDW'23



Alessandro Manetti.

Alessandro Manetti, diseñador de estrategias, investigador de tendencias, director de arte y gestor cultural y de instituciones académicas vinculadas al sector del diseño, de la innovación y de las industrias creativas, es el comisariado de la Barcelona Design Week 2023.

¿Qué es el diseño para un futuro humano?

Son dos palabras desde siempre vinculadas al término “diseño”. La palabra “futuro” representa la proyección que en cualquier proceso de creación extiende la perspectiva a un horizonte que permita de poder contar con un resultado, sea un producto, un espacio o cualquier comunicación gráfica o visual en un arco temporal que se posicione más allá del existente en el presente. Está relacionado con la idea de innovación. Desde un punto de vista filosófico, se podría interpretar como la vocación intrínseca de la intención del proceso de diseñar. La palabra “humano” transpira en todo el proceso de diseño; ya que cualquier idea (hasta hoy) es generada por seres humanos, creada por ellos, desarrollada cada vez en colaboración con diferentes perfiles y pensada para poder ser utilizada o disfrutada por ellos.

¿Cuál ha sido la evolución hasta llegar a Design for Human Future?

Hemos pensado Design for Human Future casi como un manifiesto: en tiempos de revoluciones tecnológicas (AI, robótica, realidad virtual, etc.) afirmar que necesitamos un futuro que sea verdaderamente humano significa apostar por mantener la centralidad en las personas. Eso sí, con una visión más holística, integrando su sistema de relación con el mundo exterior, con los grandes retos globales a los cuales nos enfrentamos en el presente y en el futuro inmediato.

En este sentido el diseño del siglo XXI debe tener a la misma vez una vocación cada vez más humana y sistémica. En nuestra visión desde la Barcelona Design Week, el diseño es una herramienta poderosa para acelerar la innovación tanto en un contexto empresarial como en un entorno individual pero siempre debe acompañar las metas de la empresa con el propósito de generar un impacto positivo en la vida presente y sobre todo futura de las personas en un contexto global. Por eso ha nacido el concepto de “futuro humano”, justo en un momento histórico especial, a medio camino de alcanzar los objetivos de la Agenda 2030, impulsada en 2015, con una perspectiva más realista en cuanto al recorrido ya desarrollado y aquel que está pendiente por conseguir. Y es también el momento de darle al diseño la importancia que tiene y que se merece.

En este sentido, la Barcelona Design Week lanza la iniciativa de añadir un nuevo Objetivo de Desarrollo Sostenible, el número 18: Design for Human Future, como una provocación que busca reconocer el protagonismo que el diseño como proceso y

como resultado puede y debe jugar en el desarrollo de estos objetivos los próximos siete años y medio que nos quedan hasta 2030.

Si pudieras resumir todo esto en una frase, ¿en qué consiste el concepto de diseñar un futuro humano?

En tiempos de urgencia y emergencia(s), diseñar un futuro humano consiste en acelerar la consecución de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible.

¿Podemos hablar de un nuevo humanismo impulsado por el diseño?

Si pensamos en el hecho que el diseño para un futuro humano debe tener un propósito de contribuir a generar un impacto positivo a nivel global al mismo tiempo que mantener una correcta centralidad de las personas, podríamos arriesgarnos a utilizar el término humanismo.

Explicanos un poco más cómo ha nacido el concepto del número 18 Design for Human Future

Ante un escenario global cada vez más marcado por la incertidumbre, la complejidad y la volatilidad, nos hemos preguntado cuál podría ser un tema relevante para Barcelona y el entorno europeo y que además pudiera posicionar la ciudad a nivel global lanzando una provocación que generase una reflexión abierta sobre el papel del diseño en el desarrollo de los 17 ODS.

A partir de esta pregunta hemos realizado varias sesiones de talleres de co-creación, analizando e investigando en los conceptos y posicionamientos de otras semanas del diseño mundiales, generando insights y sucesivamente generando una serie de propuestas para marcar un posicionamiento claro e inédito de la Barcelona Design Week que además no fuese solo el lema de una edición, sino también un eje de trabajo e investigación para los próximos años.

Podríamos decir que el número 18 Design for Human Future ha nacido desde un proceso de diseño colaborativo. Ahora necesita de más colaboración para que pueda difundirse y generar una conversación colectiva y global de reflexión y propuestas sobre cómo el diseño pueda acelerar el conseguimiento de los ODS en el poco tiempo que nos queda hasta 2030. Esta misma actividad de reflexión se realizará también en la BDW'23 a través de talleres de procesos de diseño.

¿En que se va a traducir en cuanto a programa y actividades a lo largo de la BDW'23?

Estamos acabando de ultimar los detalles del programa, pero ya podemos anunciar que el día 18 de octubre vamos a celebrar la jornada Design for Human Future, que consistirá en mesas redondas, talleres y una conferencia inaugural, donde se expondrán y se debatirán los principales conceptos e ideas sobre un diseño más humano de la mano de expertos y agentes del cambio.

¿Qué pasará después de la BDW'23?

Cuando acabe la BDW'23 nuestro trabajo no finaliza, sino que nos marcamos como objetivo seguir generando reflexiones, investigando y proponiendo proyectos concretos sobre esta temática. En otras palabras, nos proponemos escalar el concepto a través de la comunidad de diseñadores y

profesionales del diseño y, con el apoyo de la administración pública, lanzar iniciativas colectivas.

Necesitamos que la comunidad del diseño y todos los ciudadanos nos ayuden a “viralizar” el tema desde hoy mismo.

Por último, ¿cuál es el indicador a utilizar para medir el nivel de satisfacción sobre los resultados de la BDW'23?

Cualitativa y cuantitativamente es importante medir la BDW'23 con una perspectiva que vaya más allá de estos doce días. Para mí el parámetro de satisfacción más importante será medir nuestra capacidad de contribuir a generar una reflexión sobre la relación diseño y los ODS y acelerar el proceso de implementación de los objetivos con algunas propuestas reales y fáciles de implementar, tanto a nivel particular como a un nivel más general. En este sentido, estamos contactando con Naciones Unidas para que brinde apoyo y visibilidad a nuestra iniciativa.

www.barcelonadesignweek.com

[inicio] [titulares de grupo]



Así es E-GAP Fast, diseñado por Pininfarina.



Eugenio de Blasio, fundador y presidente de E-GAP, durante la presentación de E-GAP Fast.

Así es la nueva columna de recarga portátil para coches eléctricos de E-GAP, diseñada por Pininfarina

La prestigiosa marca italiana de diseño automovilístico se une a esta compañía para desarrollar un nuevo dispositivo de recarga que ayudará a mejorar la experiencia de recarga del usuario.

El mundo de la recarga de vehículos eléctricos todavía necesita un empujón para poder ajustarse a las necesidades de los conductores de este tipo de automóviles. E-GAP llega para revolucionar el sector ofreciendo, además de su furgoneta de recarga bajo demanda, una nueva "colonnina" móvil que ni siquiera necesita estar conectada a la red eléctrica para funcionar.

E-GAP Fast es un dispositivo que nace fruto del trabajo que esta empresa italiana y la prestigiosa firma Pininfarina llevan realizando en conjunto durante doce meses. En resumen y explicado de manera sencilla, E-GAP Fast es una columna de recarga portátil que funciona gracias a una batería de 200 kWh capaz de liberar energía de forma rápida.

Su punto de diferenciación con otras estructuras de recarga es que es móvil y no necesita de una gran obra para instalarse y empezar a funcionar. De hecho, esta característica particular permite ir desplazándola según vayan variando las necesidades de recarga. Se transporta fácilmente con una pequeña grúa a la localización deseada y se pone en marcha.

CARGA HASTA SIETE VEHÍCULOS AL MISMO TIEMPO

Este dispositivo puede conectarse a la red eléctrica pública de manera sencilla, con un cable simple, para ir cargando lentamente esta batería; que por otro lado también puede extraerse para ser sustituida o recargada.

Cuando este generador está operativo, puede cargar en modo rápido con una potencia máxima de hasta 120 kW, que puede dividirse por dos para abastecer a dos vehículos con potencias de 60 kW. Después, puede soportar la conexión de cinco vehículos más en modalidad lenta, con potencias de 22 kW. Así, en total, una columna E-GAP Fast puede surtir energía eléctrica hasta a siete vehículos con una entrega de potencia de hasta 230 kW máximo.

En la presentación de esta nueva tecnología, que se ha desarrollado en las instalaciones de Pininfarina en Turín, el presidente y fundador de E-GAP, Eugenio de Blasio, ha explicado el objetivo de E-GAP es mejorar la experiencia de recarga del usuario de coche eléctrico. Este dispositivo se une al servicio ya disponible de E-GAP en Madrid de recarga bajo demanda: con una furgoneta equipada con una batería, el cliente puede solicitar el servicio de recarga de su coche a la hora y en el lugar deseado.

UN PRODUCTO PARA EMPRESAS PENSANDO EN EL CONDUCTOR

Con la nueva incorporación, que se espera que se empiece a comercializar en España a finales de este año o principios del 2024, E-GAP será capaz de ofrecer soluciones de recarga para vehículos eléctricos de manera totalmente flexible y adaptada a las necesidades del usuario.

El cliente objetivo de E-GAP son las empresas y organizaciones, por el momento, privadas, pero siempre con la mente puesta en el cliente particular. Así, su target va desde marcas automovilísticas (de hecho, ya colaboran con Fiat) que quieren mejorar la experiencia de los compradores de coches eléctricos, hasta las empresas de renting que quieren prestar un mejor servicio a sus clientes.

Y es que el precio del E-GAP Fast no es económico. La versión más completa con las siete plazas de recarga cuesta 180.000 euros, mientras que el modelo más barato está en los 160.000 euros. Pese a que hay una posibilidad de renting a cinco años y, en el futuro, una modalidad de alquiler para necesidades estacionales, el coste sigue siendo elevado.

UN DISEÑO PRÁCTICO (Y ECONÓMICAMENTE INTERESANTE)

El trabajo de Pininfarina en la creación de esta revolución del mundo de la recarga ha sido, como no podía ser de otra manera, el diseño. Silvio Pietro Angori, el CEO de esta empresa italiana que también ha estado presente en el evento, ha explicado que, dentro de conseguir un diseño adaptado a la experiencia del usuario en la zona de las pantallas de recarga, se han intentado maximizar los usos posibles del dispositivo.

Así, sus laterales vienen equipados con pantallas que sirven bien para proyectar imágenes o vídeos, bien como espacios publicitarios que se pueden alquilar, algo que suavizará la inversión inicial en el caso de las empresas.

Pininfarina es una empresa que siempre ha trabajado con startups y ha apoyado los proyectos que han encajado con sus propios valores, como es el caso de E-GAP. Angori ha señalado que la innovación y las altas prestaciones tecnológicas con las que trabaja E-GAP han sido parte de las razones que les han llevado a desarrollar esta colaboración, después de haber inspeccionado minuciosamente el proyecto.

Por el momento, el servicio que presta E-GAP de recarga de coches bajo demanda lleva disponible en Madrid un año y se ampliará próximamente a Barcelona y Valencia, que también podrán pedir los servicios de las nuevas E-GAP Fast. Fuera de nuestro país, las furgonetas de recarga se pueden pedir en Roma, Milán, Turín, Bolonia, Brescia, Verona y Trento., además de en París, Múnich y Berlín.

(Fuente: 20minutos)

www.pininfarina.it
www.e-gap.com

[inicio] [titulares de grupo]



El mimado diseño de las Vision Pro cuida hasta el último detalle, pero también las hace más pesadas.

Así son las Apple Vision Pro, las gafas de realidad mixta para reinventar el modo en el que nos relacionamos con la tecnología

Las gafas de realidad mixta de Apple quieren definir una nueva manera de entender la relación entre humano y máquina.

Las Vision Pro son unas gafas de realidad mixta. Un visor para mezclar el mundo real con el virtual y generar espacios digitales de trabajo y ocio. Pero Apple pretende que sean mucho más que unas simples gafas. Del mismo modo que todos pensábamos que iPhone era solo un teléfono con pantalla táctil e internet y acabó alumbrando una nueva era tecnológica, en la que el "smartphone" se convirtió en el epicentro de nuestra vida digital, Tim Cook (sucesor del mesiánico Steve Jobs) pretende que las Vision Pro sean el inicio de la era de la "computación espacial".

Los que las han probado coinciden en que lo más impresionante de las Vision Pro es el modo de controlarlas. Gracias a los sensores del interior del casco, el visor es capaz de determinar en todo momento qué está mirando el usuario: un icono, una foto, un enlace... No hace falta ratón. La sensación es que el dispositivo es capaz de leer la mente. Otros sensores situados en el exterior detectan la posición de las manos, de tal modo que, con juntar el dedo índice y el pulgar, el usuario puede hacer clic, scroll o mover y cambiar el tamaño de una ventana.

Técnicamente, el funcionamiento de la Vision Pro es complejamente sencillo. Doce cámaras se dedican a grabar y mapear el entorno para reproducirlo en tiempo real en dos pantallas micro-oled con 23 millones de píxeles. En realidad, lo que el usuario está viendo en todo momento es una ilusión de la realidad sobre la que se superponen elementos digitales. A partir de aquí, la imaginación es el límite. Apple ha mostrado solo algunos ejemplos de lo que las Vision Pro serán capaces de hacer: generar una pantalla de cine mientras viajamos en el estrecho asiento de un avión, desplegar tres escritorios virtuales sobre una mesa de estudio diáfana o transportar al usuario al interior de un recuerdo en 3D grabado con las propias gafas. El mundo real y el virtual se funden, lo que permite al usuario seguir interactuando con las personas que le rodean, pero también aislarse por completo y transportarse a nuevos mundos.

Apple no inventó el ordenador personal o el "smartphone". Tampoco ha inventado la realidad virtual, la realidad aumentada o el Metaverso. Los de Cupertino pretenden, una vez más, liderar el futuro de una nueva manera de relacionarse con la tecnología. Son especialistas en crear nuevas "necesidades" y, del mismo modo que el iPhone o iPad no mataron al Macbook, no parece que las Vision Pro estén llamadas a sustituir a un ordenador o al móvil.

Todavía son muchas las dudas que generan estas nuevas gafas. Son un dispositivo bastante aparatoso y pesado, cuya batería dura solo un par de horas. Además, su elevado precio las convierte en un producto exclusivo, para entusiastas y "early adopters", personas a las que no les importa probar la primera versión de una nueva tecnología y aceptan los riesgos.

La llegada de las Vision Pro puede ser el inicio de una nueva era o solo la enésima intentona de la realidad virtual y el metaverso de llevarnos a todos a un nuevo mundo de realidad mixta. Solo el tiempo lo dirá.

Las Apple Vision Pro todavía no tienen una fecha concreta de lanzamiento, se sabe que saldrán a la venta en Estados Unidos a principios del año que viene por 3.500 dólares. Sobre la fecha en la que llenará las estanterías del resto del mundo aún se sabe menos.

(Fuente: Heraldo de Aragón)

www.apple.com

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

Cruz Novillo, Laus de Honor 2023



Cruz Novillo.



Diseño de logos 1957-2023.

La Junta de ADG-FAD ha otorgado el Laus de Honor 2023 a Cruz Novillo en reconocimiento a sus grandes aportaciones al mundo del diseño y la comunicación visual y al impacto cultural que éstas han tenido en la sociedad. ADG-FAD rinde homenaje a la trayectoria y legado del diseñador gráfico que más ha contribuido al imaginario visual de la España de los 70 y 80, país que despertaba de una época gris y entraba en la modernidad a través de la democracia y de la explosión de la comunicación visual.

Cruz Novillo es uno de los profesionales que, a través de sus obras, ha contribuido a explicar a la sociedad la importancia y utilidad del diseño gráfico en el día a día de las personas, con ejemplos tan claros como los billetes de uso cotidiano o los logotipos de entidades, asociaciones, empresas o partidos políticos, que han quedado fijados para siempre en el imaginario colectivo.

Nacido en Cuenca en 1936, José María Cruz Novillo –usualmente referido como Cruz Novillo– es pintor, escultor, grabador y diseñador. Es el creador de infinidad de logotipos e imágenes icónicas de la España postfranquista, de los billetes del Banco de España y es co-autor de la bandera y el escudo de la Comunidad de Madrid. Alguna de las identidades visuales que se mantienen tras las décadas: Correos (1977), el puño y la rosa del PSOE (1977), Policía Nacional (1986) o Repsol (1996).

Cruz Novillo han contribuido a ese nuevo imaginario urbano y cotidiano de cualquier ciudadano: Fundación ONCE, Renfe, el Tesoro Público, TVE, Antena 3, Endesa, Grupo Prisa, El Mundo, Banco Pastor, Cope, Diario 16, El Economista o Visionlab. Además, también es el responsable de carteles de películas como “Los lunes al sol”, “El espíritu de la colmena”, “Deprisa deprisa”, “Barrio”, “El sur” o “La escopeta nacional”, entre otras.

Ha contribuido a ese nuevo imaginario urbano y cotidiano de cualquier ciudadano: Fundación ONCE, Renfe, el Tesoro Público, TVE, Antena 3, Endesa, Grupo Prisa, El Mundo, Banco Pastor, Cope, Diario 16, El Economista o Visionlab. Además, también es el responsable de carteles de películas como “Los lunes al sol”, “El espíritu de la colmena”, “Deprisa deprisa”, “Barrio”, “El sur” o “La escopeta nacional”, entre otras.

Su estilo se caracteriza por la simplicidad y el juego con las formas geométricas y la simetría. El diseño de Cruz Novillo está formado por trazos simples y gruesos, fácilmente identificables, a menudo monocromáticos, y la combinación de formas en negativo y positivo. La simplicidad y la síntesis gráfica es lo que hace de sus obras diseños atemporales y potentes. Imágenes que no pasan de moda. Ha sido el protagonista de la película “El hombre que diseñó España”, estrenada en 2019, que repasa su trayectoria y le sitúa como el diseñador gráfico más importante de la segunda mitad del siglo XX en nuestro país.

Cruz Novillo es Premio Nacional de Diseño (1997), Medalla de Oro de las Bellas Artes (2012), Cartero Honorario de Correos (2019) y Académico de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando.

www.cruznovillo.com



El nuevo contenedor de Contenur para Madrid.

El Ayuntamiento de Madrid presenta el nuevo contenedor de la ciudad

La ciudad de Madrid ha dado un paso adelante en la gestión eficiente de residuos urbanos con la implementación de su nuevo modelo contenedor de gran capacidad.

El nuevo contenedor es parte del contrato de contenerización, recogida y transporte de residuos la capital, cuyo lote 4 (contenerización) fue adjudicado a CONTENUR hace 6 meses.

DISEÑADO POR CONTENUR PARA UN MADRID 360°

El diseño del nuevo contenedor se basa en los 6 pilares fundamentales de la nueva estrategia de Madrid 360°.

- Saludable: el diseño tiende a figuras y colores suaves y agradables.
- Eficiente: Se maximiza la funcionalidad y se mejora el aprovechamiento del espacio público.
- Global: Pensado por y para todos, mejorando la integridad estética y homogeneizando las islas de contenedores.
- Inteligente: Se mejora el control de los residuos y de los servicios que los gestionan.
- Accesible: Pensados para facilitar su uso por todos los madrileños garantizándose su altura accesible. Ç
- Sostenible: Minimiza la huella ambiental durante su proceso de fabricación. Se usarán materiales 100% reciclados y reciclables.

En resumen, un contenedor universal y accesible, alineado con la estrategia de economía circular de la ciudad (Ecodiseñados, optimizando materiales, permitiendo la reutilización de componentes y con el objetivo de recuperar al final de su vida útil los materiales para poder reciclarlos e introducirlos en la cadena de valor de los nuevos contenedores).

Un contenedor diseñado en exclusiva para Madrid y que ha tomado como referencia algunos de los elementos más significativos de la ciudad.

CONTENUR es líder de mercado porque lleva más de 35 años con una clara apuesta por la innovación y la calidad tanto en productos como en procesos, y por su desarrollo internacional que le ha permitido tener presencia en más de 50 países.

www.contenur.com
www.activa1.com

[inicio] [titulares de grupo]



Fachada de un edificio cubierta con Kaynemaile.



Fachada de un edificio con el sistema de mallas de Kaynemaile.



El sistema de malla de Kaynemaile también permite dividir espacios interiores.



Detalle de la malla Kaynemaile RE/8.

El revolucionario invento para jubilar al aire acondicionado: enfría edificios sin gastar luz

El calor como cada verano hace acto de presencia, para combatirlo el aire acondicionado es el recurso más habitual y eficaz, pero conlleva un importante gasto en energía y en muchos casos genera gases contaminantes. Por eso, en los últimos años ingenieros, diseñadores y arquitectos buscan materiales y alternativas constructivas que ayuden a aislar los edificios de forma pasiva. Con el objetivo de reducir el consumo energético, han llegado innovaciones como la pintura que aísla tu casa hasta 15 grados o el sistema que ahorra un 40% en aire acondicionado haciendo circular agua por piezas de terracota.

A veces las mejores soluciones tienen las raíces más insospechadas. El de este material se remonta a hace más de 2.000 años, cuando empezaron a utilizarse redes de pequeños anillos metálicos entrelazados para proteger a los guerreros en las cruentas guerras de la época. La cota de malla se convirtió en un complemento indispensable para evitar el filo de las espadas y la punta de las flechas, pero hay quien le ha encontrado otros usos, como Kayne Horsham, el hombre detrás de Kaynemaile: una malla ligera que bloquea eficazmente el 70% del sol y permite que el 80% del aire fluya a través de la cubierta de los edificios, reduciendo la temperatura hasta 12 grados.

Lo más curioso es el origen del invento: Horsham fue el director artístico de Criaturas, Armaduras y Armas de la trilogía de El Señor de los Anillos, y durante el rodaje creó y patentó un proceso de moldeo por inyección para producir en masa cota de malla ligera de policarbonato. Ahora, más de 20 años después, su creación se ha convertido en un elemento habitual en fachadas e interiores gracias a sus propiedades, algo que pretenden reforzar con RE/8. Esta nueva malla, químicamente idéntica a la original y con las mismas propiedades, está fabricada con un polímero de biomasa con un 88% de componentes no basados en combustibles fósiles, lo que reduce significativamente su huella de carbono.

DE DÓNDE VIENE

Todas las cotas de malla que lucían los enanos, elfos, caballeros y orcos en El Señor de los Anillos fueron fabricadas a mano uniendo 80.000 anillos de polipropileno galvanizado recubierto de plata pura. Eso implicó 1.000 horas de trabajo por cada una de ellas, pero permitió que los actores las utilizaran a lo largo del rodaje de toda la trilogía, sin tener que soportar el peso de una auténtica cota de malla, que podía alcanzar más de 10 kilos. El propio Viggo Mortensen, intérprete de Aragorn en las películas, fue el encargado de bautizarla como Kaynemaile en honor a su creador, el diseñador neozelandés Kayne Horsham.

Horsham pasó los seis años posteriores investigando para crear y patentar en 2017 un proceso de moldeo por inyección que le permitía producir en masa esta cota de malla ligera, pero su objetivo no era el mundo del cine y la moda: su cliente iban a ser arquitectos, ingenieros y diseñadores de interiores, ya que el innovador material, disponible en varios colores, tenía numerosas cualidades y podía servir tanto para dividir espacios interiores como para "aligerar" el exterior de los edificios.

"Comprendí el proceso de diseño y el hecho de que los

arquitectos se encuentran en una posición única en la que miran al futuro y quieren entender las tecnologías que pueden ayudarles a llegar hasta allí", ha dicho recientemente Horsham en una entrevista publicada en Fast Company.

En primer lugar, Kaynemaile sorprendió por su ligereza, lo que ha permitido que se use en lugar de chapas o mallas de acero, reduciendo significativamente el coste de los proyectos y el tiempo de instalación de la cubierta. Además, la malla está preparada para resistir los rayos ultravioleta, por lo que no se derrite ni se vuelve quebradiza con el tiempo. Por si fuera poco, es resistente al fuego y, según los análisis de laboratorio, más fuerte que el vidrio. Al ser tan ligero, el material también tiene propiedades cinéticas, y se mueve con el viento produciendo curiosos efectos.

Como esta historia está llena de casualidades, no podía faltar un nuevo descubrimiento accidental. Durante la instalación de uno de los primeros proyectos que utilizaron Kaynemaile, en un caluroso día en un aparcamiento en Australia, el equipo de la empresa empezó a notar que cuando levantaban partes de la malla la zona se refrescaba notablemente. "Empezamos a tomar lecturas del hormigón y observamos un descenso significativo de la temperatura", explica Horsham.

Así, después de realizar las pertinentes investigaciones, se descubrió el verdadero potencial de un material capaz de bloquear eficazmente el sol al tiempo que permite que el aire fluya a través de la cubierta. Así, además de cumplir con una función estética en todo tipo de edificios e infraestructuras, puede contribuir a una importante reducción en el gasto energético en climatización.

CÓMO ENFRÍA LOS EDIFICIOS

El diseño único del sistema de fachada de malla Kaynemaile permite la entrada de luz natural, pero logra gestionar la ganancia solar pasiva dentro de la envolvente del edificio sin renunciar a la transparencia visual. Y lo hace proporcionando un ambiente térmico agradable incluso en los días con altas temperaturas, gracias a la reducción de la transferencia de calor radiante debida a la luz solar directa.

Los técnicos de la empresa han demostrado que su sistema desvía hasta el 70% de las ondas de luz visible e infrarroja, relacionadas con el sobrecalentamiento cuando se utilizan otros productos, como la malla de acero, que es conductora del calor. Por el contrario, Kaynemaile está fabricada con un material aislante que ofrece un sombreado muy eficaz para controlar la temperatura interior de los edificios y mucho más barato que otros métodos, como los acristalamientos instalados a posteriori.

La estructura de malla tridimensional se mantiene a una temperatura reducida, incluso en pleno verano, ya que una elevada proporción de la superficie de la malla está siempre a la sombra, ayudando a moderar el ambiente térmico interior. Además, al pasar el aire, proporciona un efecto refrescante.

Para muestra, un botón. Este tipo de malla se utilizó en la fachada del aparcamiento de la Universidad de Loma Linda en San Bernardino (California). Allí, con un clima muy cálido y seco, era necesaria una gran protección solar compatible con la circulación del aire. Instalada de forma rápida y sencilla como largas tiras en forma de rejilla, la malla logró reducir la temperatura de la superficie de 40°C a 28°C sin gastar ni un solo vatio.

MATERIAL RECICLABLE

La última mejora en este sistema ha llegado de la mano de Covestro, líder mundial en la producción de polímeros avanzados. Fruto de su alianza con esta compañía, Horsham ha presentado recientemente RE/8, una malla hecha con Makrolon RE, un nuevo polímero con un 88% de contenido de biomasa que se está utilizando también en productos de la industria sanitaria.

Es una solución "que no supone ninguna interrupción del proceso ni ningún cambio en el rendimiento respecto a los materiales anteriores", según afirma la empresa en su página web." El producto a base de biomasa "es químicamente idéntico en un 100% a su equivalente de combustible fósil, conservando las mismas prestaciones en cuanto a propiedades físicas, mecánicas, térmicas, ópticas, ignífugas y de resistencia a la intemperie".

El objetivo es contribuir a la descarbonización con esta malla reciclable gracias a su composición. Incluso los colores en los que está disponible el Kaynemaile, desde el bronce al verde jade, pueden eliminarse mediante procesos de bajo consumo energético, ya que están hechos a base de carbono. En un futuro próximo, ambas empresas confían en poder llegar a un material 100% reciclable para contribuir a una verdadera economía circular.

(Fuente: El Español)

www.kaynemaile.com

[inicio] [titulares de grupo]



La esfera led realizada por un equipo de arquitectos, ingenieros e informáticos de Zaragoza que dirige Miguel Fontgivell. Cedidas por Sphere Entertainment.



Miguel Fontgivell muestra la grabación de la esfera led de Las Vegas en su despacho de Zaragoza. Oliver Duch.

La gran esfera led aragonesa ya luce en Las Vegas y se inaugurará con U2

Un nuevo escenario para el espectáculo formado con una gran esfera led luminosa nació el pasado 4 de julio, día de la independencia de Estados Unidos, y su interior va a abrirse al público con una actuación del grupo irlandés U2 a finales de septiembre. Aunque lo puso en marcha la sociedad Madison Square Garden (MSG), relacionada con el ocio, la NBA y el entretenimiento, ha sido realizado desde finales de 2017 por dos empresas de Zaragoza (SACO Technologies y Oboria Digital), que dirige Miguel Fontgivell: un equipo formado por casi 30 arquitectos, ingenieros e informáticos.

El proyecto de la MSG Sphere "es muy personal de James Dolan", que es el presidente del estadio Madison Square Garden en Nueva York y de los equipos New York Knicks, de la NBA, y los Rangers, de hockey sobre hielo de la liga NHL. "Quería ofrecer una visión muy distinta del espacio para un montón de gente, con las tecnologías más avanzadas, y con un contenido inmersivo -explica Miguel Fontgivell-. Algo muy diferente los espectadores con las clásicas gafas que aíslan".

El presupuesto inicial fue de 600 millones de dólares, pero ha acabado en 2.300, y pretende convertirse en el mejor escenario del mundo. Tanto, que el proyecto de la esfera no concluye con el estreno de Las Vegas, porque ya tiene otra parcela reservada en Londres, situada en la zona de Stratford, donde se celebraron los Juegos Olímpicos en 2012.

"No tienen fechas determinadas, pero ahora quieren crear muchas esferas por todo el mundo para que un artista pueda hacer giras por todas aprovechando estos escenarios", agrega Fontgivell.

CREAR UN ESPACIO ENVOLVENTE

Los aragoneses firmaron el proyecto gracias a sus especialistas en la inteligencia artificial con herramientas avanzadas y el diseño de la arquitectura. "Hemos estado cinco años y medio trabajando en la esfera", reconoce. No en vano, es la será la construcción esférica más grande del mundo, según ha sido reconocido en diversos foros.

Para definir la esfera LED, que es de 113 metros de altura y 150 de anchura (más alta que la basílica del Pilar) han trabajado 30 especialistas entre arquitectos, ingenieros, (...) que están en un amplio piso situado en el Coso.

Esta bola que parece un símbolo del siglo XXI tiene 54.000 metros cuadrados y va a ser la atracción del espectáculo más novedoso de Las Vegas. La pantalla LED es la más grande y de más alta resolución del mundo ya que tiene una superficie de 15.000 m², 360 grados de visión y una resolución de 19K x 13,5K.

CREAR UN ESPACIO DE ENTRETENIMIENTO

"Es una nueva manera de crear un espacio de entretenimiento para que el contenido sea envolvente. Supone añadir unos estratos con distintas tecnologías, utilizando videos inmersivos y un sonido que pueden colocarlo virtualmente donde quieran. Es aumentar la sensación de inmersividad con tecnologías 4D que crean otros efectos", detalla el director del proyecto, que figura como coautor de las patentes.



Parte del equipo de las empresas SACO Technologies y Oboria Digital, en el despacho situado en el Coso zaragozano. Heraldó.



El cantante de U2, Bono, en una visita a Ucrania. VALENTYN OGIRENKO.



El responsable de las empresas, Miguel Fontgivell, con las arquitectas Adela Pérez, Cristina Simón, Beatriz Carnicer y Ana Sabater. Heraldó.

Asimismo, el zaragozano adelanta que "va a haber muchas sorpresas del proyecto en el interior para que la experiencia sea muy diferente de lo que existe ahora. No hay nada igual en el mundo".

El estreno del interior de este espacio será el 29 de septiembre con un concierto del grupo U2 al que podrán asistir los 17.500 espectadores sentados y unos 2.000 de pie. "Aun así, el espectáculo de U2 puede reducirse algo del público porque hay unas gradas que no son totalmente inmersivas y no pueden ver toda la pantalla, por lo que se han retirado", agrega. "La intención es que sea diferente de todo lo que se ve ahora en el mundo". El grupo U2 será un conjunto "residente" porque estará actuando en la esfera de Las Vegas hasta diciembre.

De cualquier manera, la esfera es un nuevo teatro que cuenta con un sistema de audio con 164.000 altavoces, que hacen uso de la más avanzada tecnología sonora, concretamente lo que se conoce como "wave field synthesis" (WFS).

LA CAPITAL DE NEVADA OFERTA ESPECTÁCULOS

A la hora de elegir el lugar para instalarla, la capital del estado de Nevada, el arquitecto zaragozano explica que "es el lugar de entretenimiento para adultos por excelencia y siempre hay algunos espectáculos permanentes, entre ellos cinco o seis del Circo del Sol; la cantante Adele que hizo hace poco La Residencia o Katy Perry, que está de manera permanente. Cuando los artistas llegan allí trabajan varios meses, como hizo Frank Sinatra o algunos con Elvis Presley, que llegó en su decadencia".

De hecho, "en lugar de tener a los actores o cantantes por todo el mundo, en Las Vegas es al revés, y lo que rota es el público", apunta Fontgivell.

Además de los conciertos hasta diciembre de U2, el espectáculo "Postcard from earth", dirigido por Darren Aronofsky (La ballena, Cisne negro...), hará uso de las tecnologías inmersivas más vanguardistas disponibles en este edificio para trasladar a los espectadores a distintos rincones de nuestro planeta.

RETOS COMO LA EXPO O EL MUSEO DE GOYA

Para explicar cómo han entrado en esta idea que va a dar la vuelta al mundo, Miguel Fontgivell confiesa: "Me gusta el aprendizaje continuo y lo que más me llama son los retos, recorrer caminos nuevos que no se han hecho antes y aprender con un equipo". Por eso, rememora que cuando estaba en el Ayuntamiento de Zaragoza se dedicó a hacer la Expo del agua en 2008, que "no se había hecho nunca", o cuando estuvo en Ibercaja, a crear el Museo de Goya.

"La esfera ha supuesto para nosotros desarrollar muchas innovaciones tecnológicas para hacerlo posible", incide el responsable aragonés del proyecto de Las Vegas. En este sentido, recalca que le gustaría desarrollar algo similar en Zaragoza para instalar "una gran pantalla LED" en algún edificio porque "bien gestionado el contenido, lo hace muy atractivo".

Fontgivell apunta que se intentó algo en la Torre de Agua de la Expo, pero no cuajó. "Como lo que hay en Etopia (el Centro de Arte de Tecnología de Zaragoza) que ilumina su fachada de leds", destaca. Aun así, cree que "la arquitectura minimalista sí tiene mucho tirón en el sur de Europa, pero son compatibles y puede ayudar a transformar la ciudad". "Hay edificios a los que



Burj Khalifa. Musement.

se puede lavar la cara y aportar nuevas tecnologías. No son todos obras maestras de arquitectura", incide.

Reconoce que en Aragón hay empresas tecnológicas haciendo "cosas muy punteras", pero suelen hacerlas "fuera de Zaragoza" por "motivos económicos" y porque es "un feudo complicado de cambiar el estatu quo".

La idea de la empresa aragonesa es colaborar con las "futuras esferas" en el resto del mundo porque en la de Las Vegas pueden concluir el próximo mes de octubre. Parece que pueden ser similares, pero cada país puede tener su normativa y cambiar "los detalles constructivos".

LA FACHADA LED REALIZADO POR VARIAS MUJERES

Se da la circunstancia de que el equipo de la fachada LED de la esfera de la capital de Nevada es obra de varias mujeres (Adela Pérez, Cristina Simón, Beatriz Carnicer y Ana Sabater), mientras los trabajos del interior han corrido a cargo de un equipo de hombres.

Sobre las imágenes que se muestran a los viajeros, Fontgivell señala que "es difícil hacer un contenido para esa geometría esférica y lo limita". De hecho, esto ha provocado que la empresa Madison Square Garden (MSG) haya montado unos estudios cinematográficos en un barrio de Los Ángeles, California, para "crear lo que van a proyectar".

UN PRECEDENTE POR TODO LO ALTO: EL BURJ KHALIFA

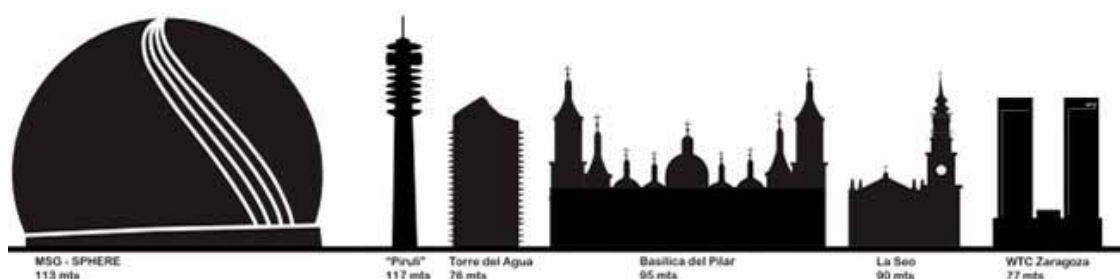
Fontgivell fue elegido para este proyecto después de la gran notoriedad internacional que tuvo en 2009 cuando diseñó la fachada del edificio Burj Khalifa en Dubai con 828 metros, el más alto del mundo (más del doble del Empire State Building de Nueva York y el triple de la Torre Eiffel, en París). En los últimos años también ha diseñado el estadio Sofi Stadium de Los Ángeles para fútbol americano, el aeropuerto de Orlando o la iluminación de edificios en Nueva York.

(Fuente: *Heraldo de Aragón*)

www.saco.com
www.oboria.com

[inicio] [titulares de grupo]

La esfera de Las Vegas tiene 113 metros de altura y 150 de ancho, más grande que la Basílica del Pilar. *Heraldo*.





Barcelona centro de Diseño.

Los 50 años de BcD, explicados por Isabel Roig en RTVE

Barcelona centre de Disseny cumple 50 años promoviendo el diseño de Barcelona y para conmemorar la ocasión, Isabel Roig, directora general de la entidad, ha hablado con el programa Marca España de RTVE.

En esta charla, Roig ha hablado de los inicios de Barcelona centre de Disseny en 1973, cuando un grupo de empresarios decidió crear una fundación con el objetivo de dar al diseño la importancia que tenía en otras ciudades de Europa y para llevar el talento creativo Barcelonés por el mundo.

50 años después, BcD sigue trabajando para darle al diseño la importancia que merece, pues sirve para construir un mundo mejor, tanto con objetos como con servicios. En momentos de alta complejidad como el actual, el diseño mejora la vida de las personas y los entornos en los que vivimos. En este sentido, Roig ha recalcado la importancia del Design Thinking en todos los sectores y procesos industriales para optimizarlos.

Roig también ha destacado el Pacto por el Diseño, el cual está impulsado, entre otras entidades, por Barcelona centre de Disseny, a través de la Multilateral del Diseño. Esta entidad, fundada durante la pandemia, tiene el objetivo de impulsar una Estrategia Nacional de Diseño, y cuenta ya con más de 1.000 firmas.

La directora general también ha hablado de los proyectos de promoción internacional como Inspired in Barcelona y la Barcelona Design Week. Esta última celebrará su edición 18 este octubre bajo la temática 'Design for Human Future', con el objetivo de impulsar un nuevo Objetivo de Desarrollo Sostenible, con el mismo nombre, que interactúa con el resto.

Durante la entrevista se menciona que, desde 2020, Barcelona acoge las oficinas de la World Design Weeks, una asociación internacional de promoción de Semanas del Diseño fundada en 2016, y de la cual BcD es miembro fundador.

Finalmente, Roig destaca los tres retos que marcarán el futuro del Clúster Disseny y de Barcelona centre de Disseny: la digitalización, la sostenibilidad y la salud y el bienestar.

www.bcd.es

[inicio] [titulares de grupo]



Presentación de la antorcha olímpica.

París 2024 desvela su antorcha para los Juegos Olímpicos y Paralímpicos

El diseño se distingue por su color champán, y su creador, Mathieu Lehanneur, se ha inspirado para crear en la Igualdad, el Agua y la Paz, los tres lemas del evento.

El Comité Organizador de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de París 2024 dio a conocer recientemente el diseño de la antorcha que hará el recorrido hasta el pebetero instalado en la capital francesa y que ha sido diseñada por Mathieu Lehanneur.

"Este objeto encarna todas las ediciones de los Juegos. Cuando echamos la vista atrás, cada antorcha es más bonita que la anterior y cada una es única. Todos los países intentan mostrar su creatividad y podemos verlo, es un objeto estético que cuenta algo", remarcó Tony Estanguet en rueda de prensa durante la presentación de la antorcha.

Según indicaron desde el Comité Organizador, el diseño se distingue ante todo por su color champán, "único y radiante", y Lehanneur se ha inspirado para crear en la Igualdad, el Agua y la Paz, los tres lemas del evento.

Así, para reflejar la "ambición" de la Igualdad, el diseño es "perfectamente simétrico, tanto horizontal como verticalmente", mientras los efectos de onda, 3D y vibración de la antorcha reproducen las ondas y movimientos del Agua, además de los reflejos de la luz en su superficie. Y como "reflejo de este deseo de Paz", el objeto está "impregnado de dulzura, con sus curvas y líneas redondeadas", lo que hace que su diseño transmita "generosidad y solidaridad".

"Trabajamos como escultores, no queríamos añadir cosas. Desde la idea inicial, queríamos volver a la esencia de lo que estábamos buscando y utilizar el menor material posible y conseguir la máxima ligereza", admitió Lehanneur en palabras recogidas por las webs del Comité Olímpico Internacional y el Comité Paralímpico Internacional.

Para este, "diseñar la antorcha olímpica y paralímpica es el sueño de los creativos". "Es un sueño que solo ocurre una vez en la vida, como un encuentro milagroso con la historia. Tan ritual como mágica, la antorcha es un objeto mítico y un símbolo de la cohesión y de compartir; es la clave real de los Juegos", recalcó.

La antorcha ha sido fabricada por "ArcelorMittal", empresa siderúrgica líder mundial y socio oficial de París 2024. En total, producirá 2.000 antorchas, cinco veces menos que en ediciones anteriores de los Juegos.

Para fabricarla, "ArcelorMittal" está movilizándolo su departamento de 'I+D' global y tres de sus sitios franceses para representar la experiencia de su fuerza laboral, los cuales han sido cuidadosamente seleccionados por su capacidad para producir acero con una huella de carbono reducida que cumple con los requisitos de diseño.

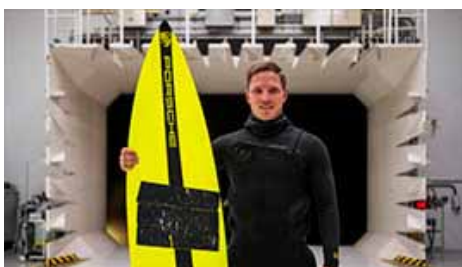
(Fuente: *Heraldo de Aragón*)

www.mathieulehanneur.fr
www.corporate.arcelormittal.com

[inicio] [titulares de grupo]



En el túnel de viento de Porsche se ha estudiado la tabla y la posición del surfista para mejorar la aerodinámica de ambos.



Sebastian Steudtner presenta su tabla de surf desarrollada junto con Porsche.



Sebastian Steudtner es el actual plusmarquista mundial de olas grandes

Porsche, lista para surcar olas gigantes con una tabla de surf de desarrollo propio

La “batalla” por las prestaciones y la velocidad no se circunscribe solo a los automóviles, donde Porsche es toda una referencia por su historia y la demostrada calidad de sus coches deportivos.

Pero los retos no siempre están sobre el asfalto, y eso ha llevado a que Porsche Engineering, la filial tecnológica de la marca alemana, y Sebastian Steudtner, plusmarquista mundial de surf con olas grandes, se unan en el proyecto de crear la tabla más eficiente y rápida posible.

Para ello Porsche ha utilizado los últimos métodos de simulación y validación en el túnel de viento, y gracias a ello ha mejorado la respuesta hidrodinámica de la tabla de surf en el agua y también la aerodinámica conjunta de la tabla y Steudtner para conseguir los mejores resultados. Y es que una velocidad elevada es primordial para surfear olas grandes, dado que cuanto más alta es, más velocidad necesita el surfista para evitar que le pase por encima. Bien lo sabe Steudtner, que antes del proyecto con Porsche ha logrado surfear una ola de 26,21 metros de altura, logrando así el récord mundial de la especialidad.

“Para reducir la resistencia aerodinámica y estabilizar la tabla se han añadido en la parte delantera y trasera unos elementos patentados conocidos como bordes aerodinámicos”, explica Marcus Schmelz, director de Proyectos de Porsche Engineering. “Conocemos este principio por los automóviles. Los deflectores, por ejemplo, reducen las turbulencias de aire y hacen el coche más estable y aerodinámico a velocidades altas”.

Gracias al empleo del túnel de viento, las mejoras van más allá de la estructura de la tabla, ya que se ha estudiado la postura corporal de Sebastian Steudtner para mejorarla mientras surfea, además de emplear un equipamiento optimizado que reduce significativamente la resistencia al aire.

La nueva tabla de Steudtner, recientemente presentada, se ha hecho llamar “Caçador RS”, una denominación que proviene de la combinación de la palabra portuguesa “Caçador” (cazador) y “RS”, reservada a los modelos más deportivos de la marca. Con la nueva tabla de surf, Steudtner ya está listo para “cazar” su próximo récord mundial.

(Fuente: 20 minutos)

www.porsche.com

[Inicio] [titulares de grupo]



Referencia 1400.18.



Referencia 1401.18.



Referencia 1402.18.

Rei desarrolla una nueva gama de botelleros decorativos

Modernos y elegantes, fabricados en acero con un precioso acabado en negro mate. 3 productos con un exquisito diseño para colocar en cualquier sitio diseñados por Llaguerri para Rei reunión industrial.

Su diseño permite mostrar de forma decorativa y expositiva botellas, pudiéndose colocar en la cocina, en el salón, en la despensa o en cualquier habitación.

Tan sencillo como colocarlo encima de una encimera y colocar las botellas. Portátil, sin montaje para que lo puedas llevar donde quieras sin problemas.

De estilo industrial, sólido con un elegante diseño de líneas sencillas. El modelo 1400.18 se puede apilar uno encima de otro permitiendo por cada nivel 3 botellas de vino o cava.

Elegante, diferente y con líneas inclinadas, la referencia 1401.18 permite colocar 2 botellas. Un botellero estable y muy decorativo, perfecto para cualquier espacio.

De líneas sencillas y proporcionando una gran estabilidad, la referencia 1402.18 permite exponer 3 botellas con una leve inclinación. Una solución práctica y portátil perfecta para el consumidor actual.

Disponen de distintas soluciones de exposición para cualquier tipo de negocio y espacio. Han desarrollado un packaging que protege el producto y facilita su almacenaje.

No solamente es bonito sino que es completamente funcional y permite rentabilizar el punto de venta aprovechando cada centímetro de los espacios expositivos.

www.reunionindustrial.com
www.llaguerri.com

[inicio] [titulares de grupo]



Eventos

Formación

Máster en Diseño Estratégico e Innovación

Fechas: 30 de octubre 2023

Modalidad: Online

Duración: 12 meses

La disciplina del diseño estratégico se enfoca en utilizar los principios del diseño para abordar problemas y retos en el ámbito empresarial y organizacional. En el Máster en Diseño Estratégico e Innovación podrás aprender a: Identificar y analizar problemas empresariales, generar soluciones desde el diseño y la creatividad, diseñar soluciones adaptadas a las necesidades de los usuarios, y de esta forma resolver retos empresariales complejos. Esta disciplina combina el pensamiento estratégico con el pensamiento creativo para lograr soluciones innovadoras y efectivas.

En definitiva, el diseño ha dejado de ser un accesorio estético para pasar a ser clave en la resolución de problemas de negocio centrado en los usuarios.

www.weareshifta.com

[inicio] [titulares de grupo]

Máster en Diseño de Producto

Fechas: Octubre 2023

Modalidad: Online

Duración: 12 meses

El diseño en su perspectiva general es una profesión versátil y es preciso que el profesional se fusione en diferentes especialidades con el objetivo de diferenciarse y perfeccionarse. Diseñar productos es un ejercicio complejo que precisa de tiempo para llegar a estándares completos. El Máster Online en Diseño de Producto se segmenta en cuatro módulos claros y diferenciados. El primer módulo es introducción, el segundo es sobre herramientas, el tercero es teoría y el último es práctico. El objetivo es dotar al alumno de recursos para representar sus ideas a nivel gestual y desarrollar en tres dimensiones mediante programas especializados en diseño industrial e ingeniería. Comunicar las ideas con criterio y con estándares de representación de calidad es parte del éxito y aceptación del proyecto por parte del cliente. Además de aportar nociones técnicas como la experiencia de usuario, la ergonomía aplicada al producto, el estudio de materiales o procesos, la logística o los materiales eco-sostenibles.

Va dirigido a aquellos arquitectos, diseñadores de interiores, ingenieros, diseñadores gráficos o profesionales del mundo de la comunicación visual o el diseño que quieren evolucionar, profesionalizarse y especializarse en el mundo del diseño de



producto. A aquellos que quieren hacer del diseño de producto su profesión. A aquellos profesionales o académicos que quieran renovar y ampliar conocimientos.

www.labasad.com

[inicio] [titulares de grupo]

Concursos

Concurso de Diseño del Mueble. Feria de Zaragoza

• Fecha límite: diciembre de 2023.

Dirigido a estudiantes, este concurso se posiciona como referente en el sector, cumpliendo este año su octava edición.

El Concurso se divide en tres categorías: Mobiliario innovador, Innovación para el descanso e Iluminación

www.feriazaragoza.es

[inicio] [titulares de grupo]

InterCIDE '23

Fecha límite: 10 de octubre de 2023.

La temática de esta edición es el diseño de un apartamento coliving y zona de estar.

Abierto a profesionales individuales o equipo de Diseñadores de Interior con titulación oficial y Arquitectos.

beltafrajumar.com/bases-concurso-intercidec

[inicio] [titulares de grupo]

Barcelona Design Week: Design for Human Future

Fecha límite: 27 de septiembre de 2023.

El concurso busca, entre sus objetivos, abrir una reflexión sobre cómo mejorar el equilibrio entre creatividad humana e inteligencia artificial. Un reto para los alumnos de las escuelas de diseño de todo el mundo donde tendrán que realizar un proyecto gráfico de diseño asistido por algoritmos de generación de contenido de IA. El resultado final debe ser un póster de 70x100 cm sobre el tema Design for Human Future, cuyas imágenes y contenido visual deben ser originales. Además, el proyecto debe ir acompañado de una explicación sobre el uso que se ha hecho de la Inteligencia Artificial para su realización.



barcelonadesignweek.com

[inicio] [titulares de grupo]

IF Design Award 2023

Fecha límite: 13 de octubre de 2023.

Con casi 70 años de recorrido, IF Design Award lleva celebrándose desde 1953, convocando año tras año los mejores proyectos internacionales de diseñadores de producto, arquitectos, fabricantes e interiorista.

En su próxima edición, IF Design Award 2023 cuenta con 9 disciplinas:

Diseño de producto
Diseño de envases y embalajes
Diseño de comunicación
Arquitectura interior
Proyecto profesional
Diseño de servicios
Arquitectura
Experiencia de usuario (UX)
Interfaz de usuario (UI)

ifdesign.com

[inicio] [titulares de grupo]

Libros y publicaciones

Ortotipografía para diseñadores

Autor: Raquel Marín Álvarez

Editorial: GG

Qué diferencia hay entre las comillas latinas («»), inglesas (""), simples (''), mecanográficas (") y la prima (')? ¿Cuándo debemos usar cada una de ellas? ¿Cómo distinguir entre el guion (-), la raya (—) y el signo menos (-)? ¿Cómo se destaca una palabra en un titular? ¿En cursiva, en negrita, «entre comillas»?

Si te dedicas al diseño gráfico y en alguna ocasión te has topado con alguna de estas dudas, este es tu libro: el primer manual de ortotipografía pensado específicamente para profesionales del diseño. La palabra ortotipografía refiere al conjunto de reglas que determinan el uso lingüísticamente correcto de la tipografía. Para aquellos y aquellas que se dedican a la comunicación gráfica su conocimiento es imprescindible, no solo para saber aplicar sus normas con corrección, sino también para poder explotar con rigor el potencial expresivo —visual y lingüístico— de cualquier familia tipográfica.

Con estilo ameno y el apoyo de una amplísima muestra de ejemplos, este libro aborda los problemas y dudas que suelen asaltarnos con más frecuencia e incide en las cuestiones de diseño que se solapan con la corrección ortotipográfica. Un manual de cabecera imprescindible para profesionales de la comunicación gráfica.

www.editorialgg.com

[inicio] [titulares de grupo]

¿Por qué nadie sabe qué es el diseño?

Autor: Eugenio Vega

Editorial: Catarata

La realidad del diseño es paradójica: a pesar de que todo lo que nos rodea está diseñado —tanto objetos y espacios como comunicaciones y actividades— y de sus importantes repercusiones en la vida social, económica y cultural, es una actividad de confusa definición y difícil reconocimiento. Una indefinición que no solo alcanza a los usuarios, sino a quienes ejercen la profesión o la enseñan, obligados a moverse entre una heterogeneidad de referencias, prácticas y discursos. ¿Cómo explicar la separación entre influencia real y presencia social del diseño? Eugenio Vega analiza las razones de esta compleja situación.

Aborda la interacción del diseño con otras disciplinas y con las innovaciones tecnológicas y sociales, así como su papel en la economía, como estímulo de la sociedad de consumo y de los mercados. Pone de relieve cómo el diseño profesional coexiste con una amplia realidad en la que convergen las prácticas de diseño profano, ejercidas de forma ajena a la profesión, y de diseño oculto o inconsciente (que aunque son resultado de un diseño experto, nadie reconoce como tales) en ámbitos como las artes aplicadas, la ingeniería, la consultoría, la gestión, etc., y en los entornos digitales. A través de la exploración de estos aspectos, trata, en definitiva, de incidir en la necesidad de un reconocimiento social, legal y académico del diseño y en una mejor comprensión de sus métodos y sus consecuencias.

www.catarata.org

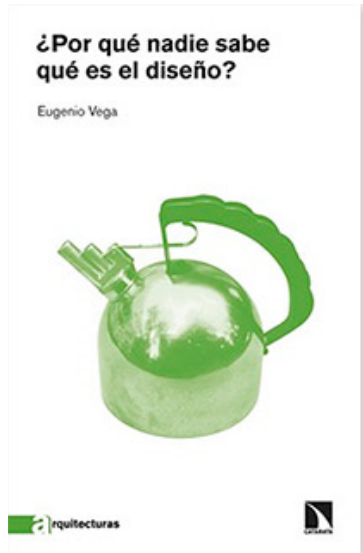
[inicio] [titulares de grupo]

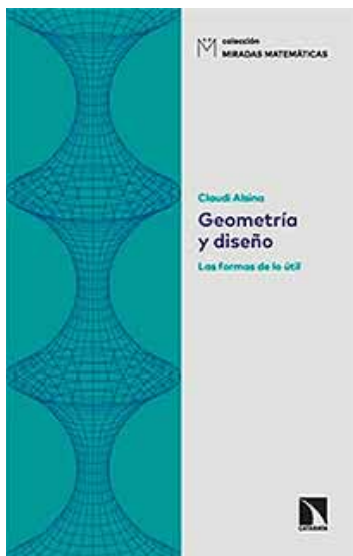
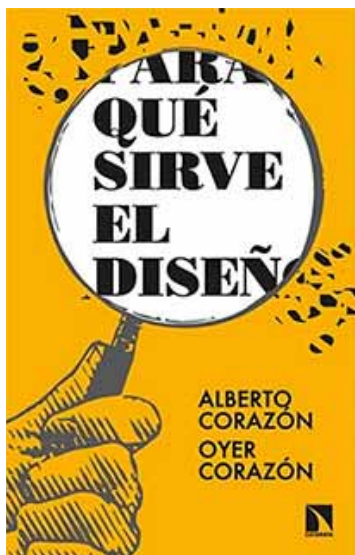
Nuevo diseño editorial

Autor: Wang Shaoqiang

Editorial: Hoaki

Este libro presenta innumerables ejemplos de sugerentes páginas maquetadas con información práctica que ofrece una base técnica sólida para conseguir un exitoso diseño editorial. Nuevo diseño editorial reúne explicaciones técnicas completas acerca de los principios básicos de maquetación, un área extensa que abarca la colocación de las fuentes, las imágenes, los colores, los objetos y las cuadrículas en una página. Además, sus páginas muestran una visión de las tendencias y estilos contemporáneos en diseño editorial a través de una selección de proyectos, desde periódicos y revistas a catálogos, libros, folletos y pósteres. Asimismo, este título reúne casos de estudios, trucos y consejos. Este libro proporciona unos conocimientos generales sobre los fundamentos del diseño editorial tales como, los tamaños estándar de papel, las medidas tipográficas, las tipografías, la maquetación y la





retícula. Se trata de una referencia perfecta para diseñadores gráficos que buscan soluciones prácticas e inspiración.

www.hoaki.com

[inicio] [titulares de grupo]

¿Para qué sirve el diseño?

Autor: Alberto Corazón, Oyer Corazón
Editorial: Catarata

Alberto Corazón, una de las figuras más relevantes de la historia del diseño en España, se encontraba trabajando, junto a su hijo Oyer Corazón, en los materiales de esta obra antes de su fallecimiento: un auténtico ideario, que recoge sus reflexiones en torno a una de las actividades humanas más presentes y de mayor influencia en nuestra vida cotidiana y, sin embargo, de límites difusos y difíciles de definir. ¿Qué es el diseño? ¿Cuáles son sus herramientas y estrategias? ¿Para qué sirve y qué valores transmite? ¿Qué distingue un buen diseño de uno malo? ¿Cómo ejercen, aprenden y enseñan los diseñadores? Rehuyendo el registro más teórico o académico, ambos examinan estas y otras cuestiones desde puntos de vista distintos, pero convergentes: Alberto Corazón a partir de los numerosos trabajos que realizó a lo largo de su carrera, mientras que Oyer Corazón amplía esta mirada conectándola y contrastándola con las tendencias actuales del diseño. Este volumen se completa con los otros textos que Alberto Corazón dedicó a la disciplina y al oficio de diseñador.

www.catarata.org

[inicio] [titulares de grupo]

Geometría y diseño

Claudi Alsina
Editorial: Catarata

Nuestro mundo es un mundo diseñado. Presente a lo largo de la historia como una constante antropológica, es a través del diseño, ya sea artesanal o industrial, que los humanos han ideado artilugios y transformado espacios, buscando dar respuesta a diversos problemas y necesidades, contribuyendo al progreso material de la humanidad. El diseño es así una actividad muy matemática: no solo porque se orienta a la resolución de problemas, sino porque el enorme repertorio que constituyen las “formas de lo útil” responde a patrones geométricos.

La geometría resulta clave en la optimización, eficiencia y apariencia estética de los objetos que nos rodean. Este libro propone una aproximación al diseño de una variedad de distintos objetos, muchos de ellos cotidianos, a partir del estudio de sus formas geométricas, centrando su atención en los cuerpos redondos (tales como esferas, conos y cilindros) y polédricos, así como en otros, como los que dan forma a tenedores o paraguas, a objetos plegables o muebles. A través de numerosos ejemplos de diseño, tan didácticos como divertidos, nos invita a descubrir sus propiedades geométricas



y a explorar las formas y funciones del diseño, que inciden en su apariencia, eficiencia y calidad.

www.catarata.org

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

Eventos

Feria Hábitat València

Fechas: Del 19 al 22 de Septiembre.

Lugar: Feria Valencia.

Feria Hábitat València es el principal escaparate internacional de la industria española del hábitat con una amplia oferta de mueble, iluminación, decoración, tapizado y descanso.

Cada año reúne a más de 600 firmas nacionales e internacionales y en su última edición acogió más de 48.000 visitantes profesionales procedentes de 70 países.

En 2023 se celebra junto a Home Textiles Premium by Textilhogar.

www.feriahabitatvalencia.com

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

DEPARTAMENTO DE INDUSTRIA,
COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO EMPRESARIAL
CENTRO ARAGONÉS DE DISEÑO INDUSTRIAL

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

El Centro Aragonés de Diseño Industrial en cumplimiento de la Ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSICE), del Reglamento General de Protección de Datos (Reglamento 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo (RGPD)) y la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, garantiza la total privacidad de los datos personales de nuestros usuarios.

Para darse de baja de la suscripción

[\[haga click aquí\]](#)

