

boletín

boletín informativo del centro de diseño integral de la rioja | año 4 | nº. XV

enfoque

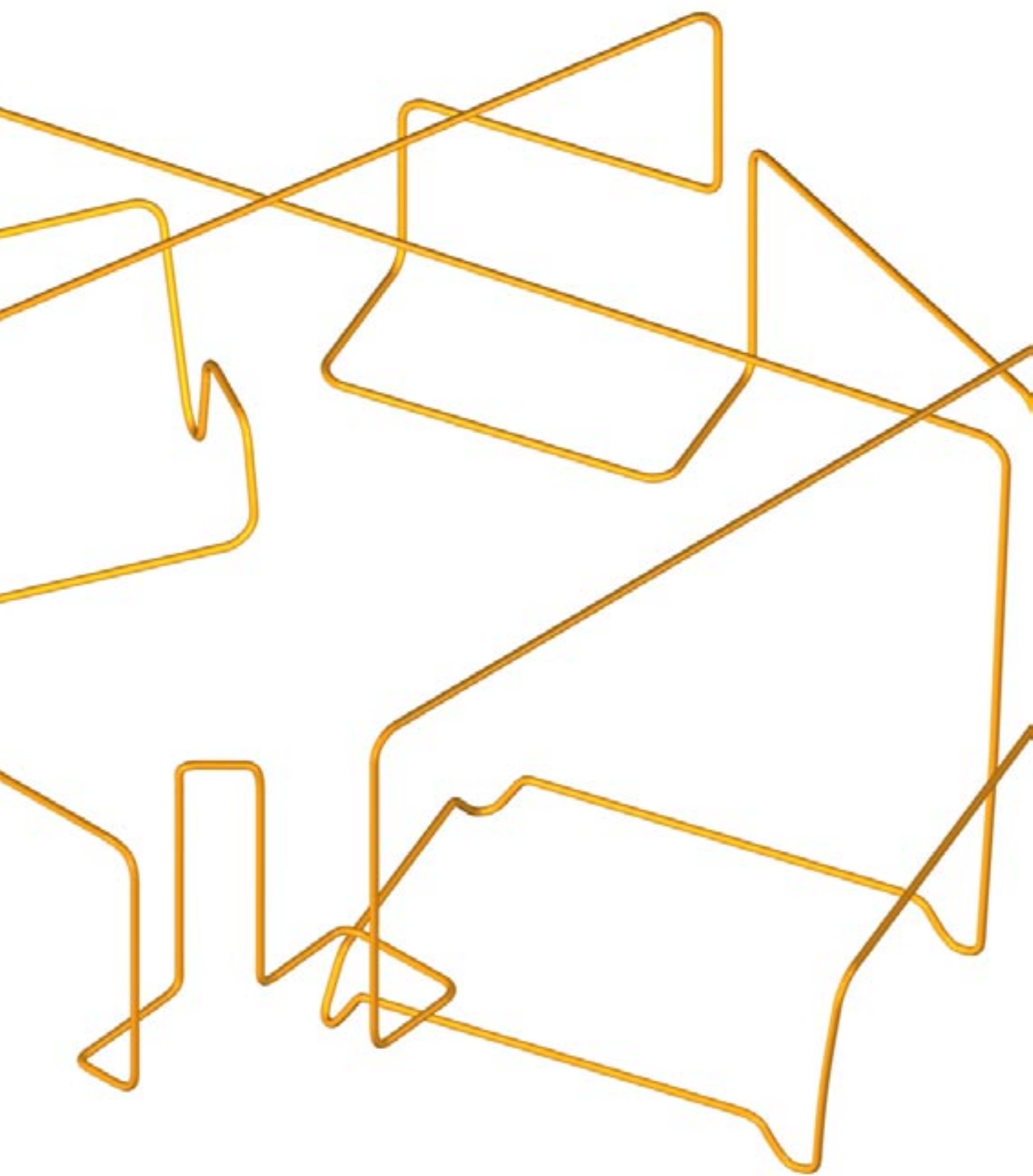
Gobierno de La Rioja
www.larioja.org



**Agencia de
Desarrollo Económico
de La Rioja**



CEDI-R
CENTRO DE
DISEÑO INTEGRAL
DE LA RIOJA



Gestión estratégica de la marca: un objetivo empresarial



En un mundo sin fronteras ni barreras idiomáticas, el activo más valioso de una empresa, el más difícil de construir y el más fácil de destruir es la marca.

En esta era de expansión comercial, las marcas, apoyadas por los avances tecnológicos, son fuente decisiva de crecimiento de los países y las empresas. Las marcas que se han fortalecido tienen un atractivo: son símbolos culturales desarrollados cuidadosamente para traspasar fronteras geográficas, culturales y generacionales. Además, poseen una dinámica propia, no permanecen estáticas y evolucionan con el paso de los años, adaptándose a diferentes culturas y nuevos consumidores, superando así la prueba del paso del tiempo.

Las grandes marcas tienen futuro cuando trabajan en el presente para consolidar su reputación. Muchas de las marcas que ayer conocimos o que llegaron a nuestras vidas en los años de infancia, se habían consolidado antes de que nacieramos.

A finales de la década de los años ochenta, dos insólitos acontecimientos marcaron para siempre el mundo corporativo: uno de ellos en Estados Unidos y el otro en Europa. Por un lado, la tabaquera Philip Morris pagó cuatro veces el valor de los activos tangibles por una compañía de alimentos que estaba quebrada: Kraft. En Europa, Nestlé, la gigante mundial de la industria de alimentos, adquirió la empresa de confecciones Rountree por cinco veces su valor contable.

La evocación de imagen y de personalidad de una marca perdura en la mente y, en consecuencia, debe tratarse como uno de los activos tangibles de la empresa, tal como el dinero efectivo. Un alto ejecutivo de Coca-Cola afirmaba que “si por algún evento fortuito la compañía perdiera todos sus activos, excepto la marca, en pocas semanas podría reanudar su espectacular negocio planetario”. En este pensamiento se resume el poder que puede llegar a tener una marca al pasar de intangible a tangible y registrarse como tal en los estados

financieros de la empresa.

El poder de una marca se mide por su capacidad de influir en la decisión de compra. El costo de permanecer “presentes” en la mente del consumidor es lo que realmente le da el valor a una marca, llegando a ocupar vacíos preexistentes en una determinada categoría: Kleenex, por ejemplo, desplazó de la mente del consumidor el tradicional pañuelo de tela y hoy en día es, sin lugar a dudas, la marca líder en pañuelos desechables. ¿Cuánto le costó llegar a esa posición? Muchos años, e inversiones no sólo en publicidad, sino en trabajos de investigación y perfeccionamiento de su producto. El ejercicio de valoración de las marcas tiene repercusiones positivas desde el punto de vista administrativo, porque permite hacer un análisis de cada marca en particular como punto de partida para la formulación de una estrategia. Lograr que las marcas se posicionen en la mente de los consumidores es hoy en día una necesidad que genera valor y activos significativos para las empresas. Por ello, desde la ADER, a través del CEdiR queremos animar a los empresarios riojanos a trabajar en esta dirección.

Florencio Nicolás Aransay
Gerente ADER.

Índice

Reportajes:	04	Publicaciones:	16
Agenda CEdiR:	09	Legislación:	17
Agenda Nacional:	10	Nueva Web CEdiR:	18
Entrevista:	12	Premios Web larioja.com 2005:	19
Noticias:	14	Caso Práctico:	21

Duodécimas Jornadas de Diseño de la Escuela de Arte

Como cada año, desde 1994, la Escuela de Arte de Logroño, organiza las Jornadas de Diseño destinadas a la difusión del diseño en todo su amplio abanico de posibilidades técnicas, estéticas y teóricas. Este evento constituye una iniciativa pionera en la difusión del diseño en La Rioja. Organización, a la que se sumó la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), a través del Centro de Diseño Integral de La Rioja (CEdiR) en el año 2001, año de creación del Centro de Diseño.

Entre las muchas personalidades que han apoyado la iniciativa cabe destacar la participación de Mario Eskenazi, Peret, Jorge Pensi, Raíl Arias, Isidro Ferrer, Enric Jordi, Daniel Freixas, Vasava, Chema Madoz, Raquel Pelta, Carles Riart, Javier Mariscal, Mikel Urmeneta, Andreu Balius, Paco Bascañán, etc. Algunos de ellos participaron cuando solo se les conocía en círculos experimentales, en la actualidad, todos ellos son profesionales de primera línea y reconocido prestigio.

Estas reuniones han demostrado ser un vínculo importante entre los creadores riojanos en formación con las figuras más destacadas del diseño, pues las jornadas hacen especial hincapié en mostrar diferentes metodologías proyectuales y su resultado final. A su vez, se han convertido en un espacio de reflexión empresarial en materia de diseño, ya que han sido numerosas las experiencias empresariales expuestas

en las que el diseño ha sido un factor de éxito determinante.

Las jornadas dan oportunidad, a todas aquellas personas interesadas en el diseño de acercarse a un ámbito multidisciplinar, variado y creativo a través de conferencias impartidas por los protagonistas del diseño actual sobre arquitectura, interiorismo, diseño gráfico, multimedia, ilustración, fotografía, etc.

Las jornadas se enmarcan dentro de los cursos lectivos de los alumnos de la Escuela de Arte y se abren gratuitamente a todo aquel que quiera tener contacto con las principales

Cartel de la XII edición de las Jornadas, diseñado por Roberto Nalda. (Imagen cedida por Ana Mir).

corrientes creativas del momento. Este año todas las ponencias de las Duodécimas Jornadas de Diseño Escuela de Arte serán impartidas por mujeres. Desde la organización se pretende hacer hincapié en la cada vez mayor importancia que están alcanzando las diseñadoras en los distintos ámbitos relacionados con el mundo del diseño. Este año podremos disfrutar con las ponencias de excepcionales profesionales que han destacado en diversos campos como: moda, arquitectura, fotografía, ilustración, gráfico, industrial, etc.

+ información:
[Logroño, del 20 al 24 de marzo.](#)





Agatha Ruiz de la Prada | Diseñadora
www.agatharuizdelaprada.com

Agatha Ruiz de la Prada empezó en el campo de la moda en 1980, desde entonces hasta hoy ha conseguido mantenerse al margen de todas las corrientes dictadas por las principales pasarelas internacionales. Esta postura le ha permitido diseñar un lenguaje propio y global. Los diseños de Agatha son traviesos y optimistas, reflejan humor, naturaleza y color.

Foto: Mobiliario juvenil Agatha Ruiz de la Prada, realizado por la empresa riojana Ofidecor.



Silvia Prada | Ilustradora
www.silviaprada.com

Artista e ilustradora, vive y trabaja en Barcelona. Ha dedicado parte de su trabajo al estudio de la cultura contemporánea más inmediata, para desarrollar una ideología al servicio de muchos medios, ya sea la moda, el diseño, el arte o la ilustración. Ha trabajado en los departamentos de interiorismo para Zara y Mango. En el mundo del diseño editorial trabajó en un proyecto de exposición con Collette para la revista Self-Service. Actualmente, colabora como ilustradora en revistas como The Face, Dazed & Confused, Fifty-Easy.

Foto: Ilustración de Silvia Prada.



Laura Meseguer | Tipógrafa
www.cosmic.es

Estudio de Diseño Cosmic Barcelona. Diseñadora freelance especializada en tipografía, identidad y diseño editorial. Actualmente compatibiliza el diseño gráfico con el desarrollo de proyectos tipográficos y es profesora de tipografía en las escuelas de Elisava y Eina. Premio Laus por el diseño del tipo Frankie y TDC Certificate of Excellence in Type Design por el tipo Rumba.

Foto: Tipografía Frankie.



Ouka Lele | Fotógrafa

La fotógrafa madrileña Bárbara Allende Gil de Biedma, conocida profesionalmente como Ouka Lele, ha sido la última ganadora del Premio Nacional de Fotografía, que concede el Ministerio de Cultura. Ouka Lele, de 48 años y de formación autodidacta, es una fotógrafa apasionada por el color, que se dio a conocer durante la "movida" madrileña. Para la ganadora, la fotografía es "poesía visual, una forma de hablar sin usar palabras".

Foto: Rapele toi, Bárbara, 1987.



Ana Mir | Diseñadora industrial

www.emilianadesign.com

Fundó con Emili Padrós, Emiliana Design Studio, para el desarrollo de proyectos conjuntos e individuales. Ha participado en diversas exposiciones colectivas nacionales e internacionales y ha realizado workshops y conferencias en diversas universidades y escuelas de diseño de Berlín, Roma, Londres, Nueva York, Sao Paulo, París, Saint Etienne, Madrid y Barcelona. Desde el 2002 algunos de sus diseños entran a formar parte del FNAC (Fons Nationale d'Art Contemporain) de Francia. En el 2003 fue comisaria desde emiliana design studio y dentro del año del diseño, de las exposiciones "Terapias Urbanas" en el Colegio de Arquitectos de Cataluña y ALEHOP! diseños, ingenios y remedios, en el Palau de la Virreina.

Foto: Rocking Chair de Ana Mir.



Domot | Diseño Gráfico y multimedia

www.domot.es

Es un laboratorio de ideas que experimenta con el diseño como vía creativa. En sus trabajos plasman su modo de vida centrado en la música electrónica, cine, fotografía, animación, tatuajes, graffiti, arquitectura y por supuesto... el diseño. A pesar de que en su portafolio haya una clara diferenciación entre estático, web y motion graphics, sus trabajos tienen la necesidad de ser atractivos, experimentales, funcionales y... divertidos.



Eva Castro | Arquitecta

www.plasmastudio.com

Castro apuesta por un modelo arquitectónico que enfatiza la capacidad tridimensional del espacio mediante el uso libre de la geometría y de la luz. Como resultado, muchos de sus proyectos desafían la ley de la gravedad, pero sólo en apariencia, pues otra de las características de sus obras es su intención cognoscitiva, su deseo de ser arquitecturas útiles que se comprendan racionalmente, por muy inusuales que resulten en el primer impacto visual. Junto a su compañero, el alemán Holger Kehne han participado en el proyecto multinacional del hotel Puerta América, en Madrid junto a figuras de la arquitectura como Norman Foster, Jean Nouvel, John Pawson o Zaha Hadid.

Foto: Hotel Puerta América en Madrid.



Madola | Ceramista

www.madola.com

Escultora y ceramista, Madola utiliza la tierra como materia prima —tierra chamotada, cocida— y de ahí que le sea adecuada la definición como ceramista, aunque la voluntad escultórica de sus obras es innegable.

La investigación formal de Madola se presenta en diversas facetas: por una parte ha profundizado magistralmente en el estudio del lleno y el vacío, de los contenedores —vasos, urnas, sarcófagos— y por otra, ha desarrollado un trabajo detenido de la textura, del acabado, consiguiendo unas superficies que admiten pigmentos, que se escriben, que reciben color y signos como si se tratase de auténticas páginas de tierra.

Foto: Obras de Madola.

PROGRAMA

Salón de Actos de la Escuela de Arte.
Avda. de la Paz nº 9.
Junto al Ayuntamiento de Logroño.
Entrada gratuita.

Lunes 20 de marzo.

12:00 Inauguración de las Jornadas:
D. Javier Erro Urrutia. Presidente de la ADER.
D. Juan Antonio Gómez Trinidad. Director General de Educación.
D. Ricardo González Gil. Director de la Escuela de Arte.
12:30 a 14:00 | Agatha Ruiz de la Prada.
17:00 a 18:30 | Madola.
19:00 a 20:30 | Domot Estudio de Diseño.

Martes 21 de marzo.

19:30 a 21:00 | Eva Castro.

Miércoles 22 de marzo.

19:30 a 21:00 | Silvia Prada.

Jueves 23 de marzo.

19:30 a 21:00 | Ana Mir.

Viernes 24 de marzo.

12:00 a 13:30 | Laura Meseguer.
17:00 a 19:00 | Ouka Lele. Taller de fotografía
(Plazas limitadas, inscripción previa).
19:00 a 20:30 | Ouka Lele.
20:30 Clausura de las Jornadas:
D. Javier Erro Urrutia. Presidente de la ADER.
D. Juan Antonio Gómez Trinidad. Director General de Educación.
D. Ricardo González Gil. Director de la Escuela de Arte.

EXPOSICIONES

Sala de Exposiciones | Escuela de Arte.
Avda. de la Paz Nº9. Logroño.
Entrada por el Paseo de Dax.
De lunes a sábado: De 19 a 21 horas.
Domingos y festivos: De 12 a 14 horas.

Premios Signes.

Creados por la Fundación Signes, dirigidos a estudiantes, institución que tiene como objetivo la promoción y el desarrollo del diseño. Los Premios Signes se han convertido desde hace cuatro años en la llave para acceder, con todos los gastos pagados, a los mejores centros creativos del mundo. El premio de la última edición fue una beca de 6 meses en el Interaction Design Institute Ivrea (Italia).

www.fundacionsignes.org

Primer Concurso de Grabado Bodegas Bretón.

www.bodegasbreton.com



Ricardo González Gil, director de la Escuela de Arte de Logroño, analiza el pasado, presente y futuro de las Jornadas de Diseño y realiza una visión global de la realidad de la Escuela y de las grandes posibilidades de la misma.

¿Cómo se presentan las Duodécimas Jornadas de Diseño Escuela de Arte?

Con la ilusión de siempre, la de ofrecer al alumnado y al público una dimensión actual de lo que se está haciendo en el mundo del Diseño. Las creadoras que nos visitan nos llenarán de riqueza para echarle un guiño a nuestras vidas, estoy seguro que será algo mágico hacia nuestros sentidos. Solamente queda esperar.

¿Porqué solo mujeres en esta edición?

Ha sido una decisión de los profesores coordinadores de las Jornada, Mónica Yoldi y Quique Fernández, nos comentaron la propuesta a la Directiva y nos pareció una estupenda idea. Que nadie haga una lectura feminista ni caprichosa, simplemente que busque un, ¿y por qué no? Además, y a título personal, me encuentro muy bien entre deidades femeninas, su sensibilidad me despoja de interrogantes.

¿Cuáles son los logros a destacar en estas doce ediciones?

Han sido un espacio abierto con un objetivo común, que no ha sido otro que dar un paso mas hacia la cultura del Diseño, con la finalidad de acercarnos al bienestar social, hacia ese mundo más humano, basándonos en la investigación científica, desde la perspectiva de, las ideas, la creación artística, los objetos, como claves fundamentales, lo que contribuye al progreso de una sociedad más lógica y pura desde la calidad de vida que el ser humano necesita. Es un lujo el poder percibir de viva voz los mensajes de trabajo y dudas que nos lanzan los grandes artífices del arte y del diseño, que por cierto, han sido los más punteros y profesionales que

tiene el país. Los riojanos, estudiantes, profesores, empresarios e industriales debieran estar contentos.

¿Cuáles son las características de la Escuela de Arte de Logroño?

Es una Escuela centenaria, y como tal, llena de sabiduría, pero con un pensamiento muy actual y siempre abierto a los cambios y nuevos planteamientos. Los placeres del alma en el Arte y el Diseño nos acompañan permanentemente. Es un centro muy bien equipado en cuanto a materiales, algo esencial para desarrollar una buena labor docente. Por otro lado, el profesorado está muy concienciado con la enseñanza y es encomiable la labor que desarrolla. También el alumnado emite un carácter especial, es buena gente que saber estar.

¿Qué puede esperar un alumno que quiera estudiar en la Escuela?

El alumnado no debe de esperar nada, tiene que ir en busca de todo, y la Escuela de Arte le puede dar todo lo que necesita, preparación científica, humanística y sobre todo, cordialidad entre profesor y alumno, en un marco que es un paraíso de la enseñanza pública. Por otro lado considero que se encuentra ante un proyecto, el Diseño, que le augura un buen futuro profesional. Para ello, necesitamos ese alumnado dispuesto a introducirse en el mundo de la creación y la investigación, provocativo, con ganas de comerse el mundo, receptivo y con necesidad de protagonismo, que nos exprema el corazón de ideas.

¿Qué impacto tendrán para la Escuela y sociedad riojana los nuevos estudios superiores?

Para la Escuela es una apuesta fuerte, hay que pensar

que esto no es Madrid, Barcelona, Valencia... donde el potencial de alumnado puede ser grande por los habitantes que aglutina, por ello hemos apostado, junto al Gobierno de La Rioja por un proyecto de futuro tan interesante como arriesgado, queremos marcar un campo de seriedad y rigor incuestionable, pretendemos que sea un Centro Innovador en Programas Educativos y nuevas formas de Enseñanza, que sea el Centro de referencia del Diseño en España, por nuestra parte no vamos a escatimar esfuerzo y ganas. Tan solo necesitamos el apoyo incondicional de la Consejería de Educación. La colaboración con entidades como, Ayuntamiento, ADER o CEdiR..., y que exista un buen entendimiento y acercamiento con Empresas e Industrias riojanas, hará lo demás.

¿Qué proyectos quedan por concretar?

Ideas en la cabeza, mil. De momento tenemos el folio en blanco, sabemos por donde empezaremos a llenarlo de contenidos, pero seguimos debatiendo el Proyecto de Centro para ajustar al máximo el ideal y evitar equivocaciones. La Rioja necesitaba esta Escuela Superior de Diseño, son muchos los empresarios que se están dando cuenta de que para poder competir hay que presentar productos actuales, novedosos y de calidad. Se abre con esta Escuela una buena perspectiva en cuanto a concepto Diseño se refiere, amplía en colaboraciones y llena de esperanza. Esperemos que pronto se conozca a La Rioja, además de por sus placeres y buenos caldos, por el Diseño de sus Empresas e Industrias. ¿Una cultura propia de Diseño riojano? El tic-tac del tiempo, hablará.

Moda Rioja en el 55 Sal3n Internacional de la Moda de Madrid

El 9 de febrero abri3 sus puertas la 55 edici3n del Sal3n Internacional de la Moda de Madrid. M1s de 930 empresas han participado, y alrededor de 35.800 metros cuadrados de superficie neta fueron cubiertos.

La SIMM ha experimentado una evoluci3n imparable durante los 1ltimos a1os, hasta convertirse en el segundo certamen europeo de la moda. En 2004, las exportaciones del textil espa1ol representaron el 9,1% del total exportado por el textil europeo, superando los 3.000 millones de euros. Los datos correspondientes al primer semestre del a1o 2005 confirman unas exportaciones de 1.500 millones de euros. Unos datos positivos teniendo en cuenta la desfavorable coyuntura internacional, la amenaza de las importaciones chinas y la paridad d3lar-euro, que afectan negativamente a la cuenta de resultados de las empresas espa1olas.

En esta edici3n, ocho empresas riojanas han participado, todas ellas pertenecientes al Grupo Moda Rioja —integrado en la Federaci3n de Empresarios de La Rioja (FER)— presentando sus colecciones para la temporada oto1o/invierno 2006-2007.

La Ader ha colaborado con las diferentes iniciativas presentadas por el Grupo Moda Rioja desde su fundaci3n en el a1o 2003. Durante todo este tiempo ha ayudado a financiar su participaci3n en ferias —tanto nacionales como internacionales— con m1s de 269.000 euros.

Entre los objetivos de Moda Rioja figuran potenciar la formaci3n; incrementar la comunicaci3n entre las empresas del sector textil en La Rioja; asistir a ferias, cert1menes y pasarelas nacionales e internacionales; y buscar informaci3n sobre tendencias y canales de distribuci3n.

Actualmente existen en La Rioja un total de 84 empresas dedicadas al sector textil, que dan trabajo a 641 trabajadores. Adem1s, se contabilizan otras 82 empresas pertenecientes al sector de la confecci3n y la peleter1a, con un total de 520 trabajadores.

Los nombres de las empresas presentes y las marcas que comercializan son los siguientes:

Sayfan

Marca comercial: Paca Garc1a, de Logro1o.

Creaciones Valmon

Marca comercial: Laura Valmon, de Logro1o.

G1neros de punto Urturi S.A.

Marca comercial: Urturi, de Logro1o.

Dorjai S.L.

Marca comercial: Marisol Zapata, de Calahorra.

Enebro Rioja

Marca comercial: Susana Pascual, de Logro1o.

Ricardo Hita

Marca comercial: Dollman, de Calahorra.

Ambe Confecciones

Marca comercial: Ambe, de Cervera de R1o Alhama.

Asda Fashion

Marca comercial: Mery, de Logro1o.



PACA GARC1A
LAURA VALMON
URTURI
MARISOL ZAPATA
SUSANA PASCUAL
DOLLMAN
AMBE
MERY

El CEdiR colaborará en “Aprendiendo a exportar”



“Aprendiendo a Exportar”, es un proyecto impulsado por Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) en todo el ámbito nacional. Su principal objetivo es sensibilizar a más de 5.000 pymes sobre la necesidad de salir al exterior para crecer y ser más competitivas.

“Aprendiendo a Exportar” es una de las medidas incluidas en el Plan de Dinamización de la Economía para fomentar la internacionalización de la empresa española, aumentando así la base exportadora. Está planteado como un programa de ámbito nacional, si bien su enfoque es claramente regional. El programa se desarrolla en cuatro fases:

1. Captación y sensibilización de empresas con potencial exportador.
2. Dinamización e inmersión de la pyme en el mundo de la exportación.
3. Diagnóstico personalizado de la situación de cada empresa.
4. Consolidación y seguimiento del proceso de internacionalización a través de un servicio de atención personalizado, a la medida de cada empresa. Está previsto un año de apoyo.

“Aprendiendo a Exportar” gira en torno a una jornada que se celebrará en diversas ciudades de tipo medio, entre ellas Logroño. En estas jornadas, las empresas recibirán asesoramiento personalizado a

través de entrevistas con expertos en diversas materias relacionadas con la competitividad de la pyme: nuevas tecnologías y web, innovación y diseño, comunicación y marca, financiación y cobros, contratos y trámites y apoyos existentes para la pyme. También podrán asistir a un encuentro empresarial en el que varios empresarios recientemente iniciados en los mercados exteriores y con éxito en estos mercados expondrán sus experiencias.

Uno de los atractivos de la jornada es el “Túnel de Aprendiendo a Exportar”, un itinerario interactivo con los 10 primeros pasos del exportador.

Para el desarrollo del programa, el ICEX, que lidera este proyecto, cuenta con la colaboración de la Dirección General de Política de la PYME del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial, CDTI. Otros socios y colaboradores son el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, la ADER, la Cámara de Comercio de La Rioja, Banesto, el DDI, la Asociación de Jóvenes Empresarios, la Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación, el bufete Garrigues Abogados, la consultora especialista en comunicación de la empresa Trout and Partners y la empresa líder en comercio electrónico y desarrollos tecnológicos web, Barrabes Internet.

+ información:
5 de Abril de 2006 | Riojaforum | Logroño.
www.aprendiendoaexportar.com
www.ader.es / www.cedir.es

XIX Muestra de la Creatividad Empresarial

Del 31 de marzo al 11 de abril.

La Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), a través del Centro de Diseño Integral de La Rioja (CEdiR), patrocina y promueve esta iniciativa desde hace cuatro ediciones. La Muestra es convocada conjuntamente por el Club de Marketing de La Rioja y la Federación de Empresarios de La Rioja (FER). Esta XIX Muestra de la Creatividad Empresarial seguirá la línea marcada por las anteriores haciendo incidencia en los anuncios publicitarios, multimedia, internet, fotografía publicitaria, etc.

Festival de Publicidad Gráfica Internacional Cannes, Press & Posters 2005

Del 31 de marzo al 11 de abril.

Sala de Exposiciones de Ibercaja C/ San Antón | Logroño.

Lunes a sábados. De 18 a 21 horas.

52 Festival Internacional de Cine Publicitario Cannes 2005

4 y 6 de abril de 2006.

Cines Moderno de Logroño.

Cines ARCCA de Calahorra.

20:00 horas | Entrada gratuita.

+ información e inscripciones:

Club de Marketing de La Rioja

Teléfono: 941.207.744.

comunicacion@clubmarketingrioja.com



PREMIOS Y CONCURSOS

Premio de Carteles Caja Madrid 2006

Hasta el 31 de marzo.

Los expertos en educación y pedagogos señalan que es alarmante el modo en que están creciendo los comportamientos violentos en la escuela desde edades tempranas. El objetivo del concurso de carteles es reclamar la atención sobre el preocupante tema del acoso. Podrán participar de forma individual y colectiva todos los diseñadores/artistas españoles residentes en el Estado español que no hayan ganado el premio en ediciones anteriores.

+ información
www.obrasocialcajamadrid.es



19 Concurso Diseño del Mueble de Manacor

Hasta el 27 de marzo.

La Asociación Empresarial de la Madera de Baleares ha convocado el 19 Concurso de Diseño Mueble Manacor, Mallorca, organizado por el Instituto de Innovación Empresarial de las Islas Baleares, IDI, y que cuenta con el patrocinio de la Consejería de Comercio, Industria y Energía del Gobierno balear, para obtener soluciones innovadoras en el sector del mobiliario y establecer vías de desarrollo, perfeccionamiento y promoción profesional para diseñadores y estudiantes.

+ información
www.idi.es

CURSOS, JORNADAS Y SEMINARIOS

MOTIVA 2006

Del 24 al 28 de abril en Oviedo.

La Escuela de Arte de Oviedo con el apoyo del Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias (IDEPA), la Asociación de Diseñadores Gráficos de Asturias (AGA) y la Escuela Superior de Arte del Principado de Asturias, organiza la X Edición de Motiva.

Como en años anteriores la programación de Motiva comienza con el ciclo de 10 conferencias en las que se abordarán diferentes temas y enfoques del diseño con especial incidencia en la Dirección de Arte. Paralelamente y dentro de la misma semana, se programarán exposiciones y talleres.

La inscripción es gratuita, y la asistencia continuada a un mínimo de ocho conferencias, da derecho a la obtención de la consiguiente acreditación.

Para asistir es obligatorio inscribirse por internet en la página de motiva www.escueladearte.com/motiva hasta el 21 de abril.

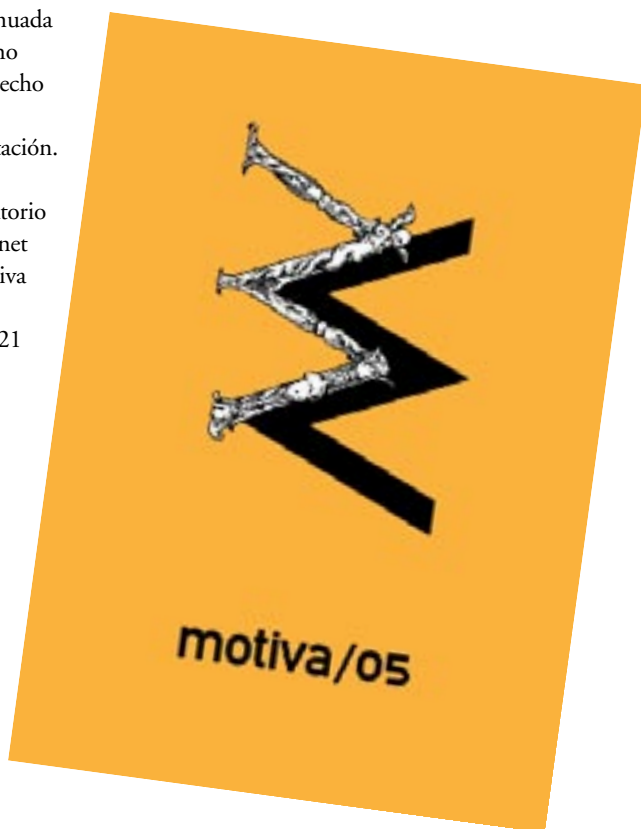
Imagen de la anterior edición.

The 10th European International Design Management Conference.

Del 29 al 31 de marzo. Amsterdam.

La gestión del diseño tiene muchas interpretaciones, desde de la inspiración a la colaboración, y desde la cultura a la globalización. El objetivo de esta conferencia internacional es proporcionar la perspicacia y la interacción esencial para la utilización correcta del liderazgo de diseño a fin de conseguir el éxito en los negocios.

+ información
www.dmei.org



EXPOSICIONES

Listos para leer

Hasta el pasado mes de noviembre el Instituto Cervantes de Nueva York acogió la exposición “Listos para leer. Diseño de libros en España” presentada por la Sociedad Estatal para el Desarrollo del Diseño y la Innovación del Ministerio de Industria (DDI) y la Dirección General de Relaciones Culturales y Científicas del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación (MAEC). La muestra recorre el diseño editorial español y a partir de ahora se mantendrá activa itinerando por varios países: México, Brasil, Argentina y Chile.

Los objetivos de la exposición son la difusión de la calidad de una de las industrias culturales españolas más pujantes, la editorial, dar a conocer el nivel alcanzado por los diseñadores gráficos, y promover el conocimiento mutuo y la cooperación entre editores, diseñadores y autores de España y de los países a los que viaja la exposición.

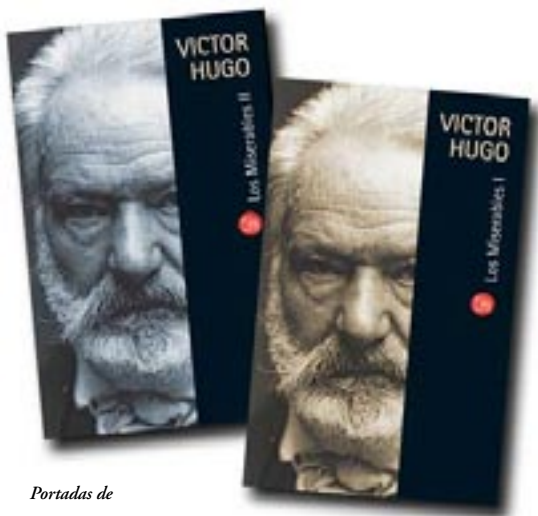
Antoni Tapies, Alberto Corazón, Andrian Tyler, América Sánchez, Ana Hevia, Carlos Sendín, Frederic Amat, José María Cruz Novillo, Juan Ariño, Juan Gatti, Martín Ruiz e Azúa, Oscar Mariné o Zimmermann Asociados, son algunos de los doscientos nombres de representados en la exposición. Enric Satué y Jaime Hayón, se han encargado del comisariado y el diseño expositivo, respectivamente.

+ información
www.ddi.info

Exposición en Internet de los Premios FAD 2005

Los Premios FAD los concede el Foment de les Arts Decoratives en el mes de junio y se dirigen a personas, entidades o instituciones que hayan presentado, antes del 1 de febrero, obras terminadas durante el año anterior en el territorio de España y Portugal. Fueron fundados en el año 1958 por el arquitecto Oriol Bohigas y están divididos en 4 categorías: arquitectura, interiorismo, espacios exteriores y espacios efímeros.

+ información
<http://arq-infad.arqa.com/index-cas.htm>



Portadas de la edición especial de regalo en 2 tomos de “Los Miserables” de Victor Hugo, publicada por Punto de Lectura y seleccionada para esta exposición.



OTROS

Select D de Index Book, cuarta entrega del anuario de diseño gráfico español

Select D une dos inquietudes: la del diseñador que quiere ver publicada su obra en un buen libro de referencia, y la del editor que quiere enseñar un título de calidad que tenga repercusión en el mercado nacional y extranjero.

Dedicado como cada año a las diferentes categorías del diseño gráfico: editorial, packaging, identidad corporativa, logos, posters, catálogos, exposiciones, etc. También incluye un capítulo de nuevas tecnologías: webs, videos, multimedia, etc.

Fecha límite envío de obras:
30 de abril de 2006.

+ información
www.indexbook.com

Profit Comunicación Integral



Profit Comunicación Integral está formada por Delia Echeverría y Ángel Sánchez, antiguos directivos del grupo multinacional textil francés Prouvost en España —uno de los grupos textiles más importantes a escala mundial y pioneros del sistema de distribución por franquicia— entre cuyas empresas se encontraban Hilaturas Prouvost Estambreira Riojana, SA (fabricante y distribuidor de la marca Pingouin Esmeralda) y Europunto, SA (fabricante y distribuidor de las marcas Rodier, Duck Barton, Vitos, Nacho Ruiz, entre otras). Recientemente, Profit Comunicación trasladó su estudio a una de las plantas bajas que rodean el Parque San Miguel de Logroño. Con motivo de su nueva ubicación hemos querido conocer un poco más a uno de los Agencias pioneras de la comunicación y el diseño en La Rioja.

¿Qué es Profit y quienes lo forman?

Profit es un equipo multidisciplinar integrado por nueve personas, compuesto de los siguientes especialistas: publicistas, filólogos, periodistas, diseñadores gráficos y multimedia. La empresa ofrece servicios integrales de marketing y comunicación en su más amplio sentido: planes de comunicación global y estratégicos, dirección creativa y estudio gráfico; investigación y análisis de mercados; planificación y evaluación de medios, relaciones públicas; gabinete de prensa; publicity; merchandising, marketing on line y desarrollo y diseño de web, entre otros. Todo ello bajo una idea común “si no funciona, no vale”.

¿Cuánto tiempo lleváis metidos en el mundo del diseño? En el mundo de la publicidad más que en el de diseño como tal llevamos trabajando

en distintos campos y en distintas empresas desde el año 83.

¿Con qué tipo de trabajo disfrutáis más: imagen corporativa, catálogos, multimedia, packaging? El trabajo más gratificante es el que se hace con el cliente, entendemos el trabajo de diseño como un trabajo de equipo entre agencia y cliente en el que cada uno aporta lo que conoce. El cliente aporta sobre su empresa el producto y la competencia y nosotros aportamos el diseño y la mercadotecnia, y cuando esta conjunción funciona, el resultado suele ser el éxito, y eso es lo que más nos satisface.

¿Cuál es vuestro cliente ideal? El que valora el trabajo de los profesionales y se implica y colabora con la agencia en pro de un objetivo común. Para este fin es vital que tenga clara la definición del encargo. Nosotros solemos poner un ejemplo: Si le dices a un taxista «llévame» es muy probable que ni siquiera te haga caso. Si le dices «llévame al centro», quizás te lleve a un sitio cercano a donde esperabas ir, pero no al lugar que tu querías. Dile «llévame al número «x» de la calle «y»». Así te asegurarás de que te llevará donde quieres. Pero si de verdad quieres asegurarte, dile la urgencia que tienes y dale una prima por conseguirlo. Cuando una empresa contrata nuestros servicios no tiene a un equipo de la agencia trabajando para él, sino a la agencia trabajando en equipo con el cliente.

¿Dónde buscáis la inspiración para vuestros trabajos? La inspiración tiene que ver más con una actitud y una forma de ser que te convierta en la persona concreta a la que te diriges para encontrar el argumento preciso de tu mensaje. La inspiración está además en conocer las opiniones de la gente que a través de los estudios de mercado continuos, muestran no la realidad sino la percepción de la realidad. Esta forma de vivir lo que te rodea, se convierte en una

fuerza inagotable de información, en la que todo lo que llega sirve: se estudia, se identifica, se procesa, se planifica, se transforma y se devuelve a la sociedad utilizando su mismo lenguaje pero con una gran dosis de seducción.

¿En qué estáis trabajando en la actualidad? Como decimos entre nosotros, tenemos unos cuantos frentes abiertos, pero quizás de los más interesantes, por la novedad y el interés que está generando, son tres proyectos de museización de territorios e interpretación de contenidos culturales, a medio camino entre la comunicación del patrimonio cultural, el turismo y la enología.

¿Cómo veis la situación de vuestro sector en La Rioja? Complejo, pero con futuro. Hay que darse cuenta que es un sector que está en continua innovación. El mundo de la comunicación en el que se mueve nuestro diseño es quizás el que más ha evolucionado en los últimos años, no sólo por el desarrollo que han tenido los medios, sino por el propio proceso de la comunicación.

Además nos movemos en un sector estratégico determinante en el desarrollo de las empresas. Somos unos colaboradores esenciales de las empresas en su búsqueda de un posicionamiento y de una diferenciación positiva respecto a marcas competidoras. En este sentido entendemos que el apoyo a las empresas de diseño en cuanto a su inversión en I+D+I es vital para el desarrollo de la economía regional.

¿Algo que añadir? En la Comunicación no existe el diseño por el diseño. Detrás de éste existe un profesional que tiene siempre identificado el objetivo. Es un técnico que identifica el problema, estudia los datos, marca objetivos, planifica la estrategia y propaga las ideas descubriendo diferentes caminos a la percepción.

Nuevas oficinas de Profit, apostando por el diseño a través del diseño



Área de trabajo



Sala de reuniones



Entrada a las nuevas oficinas

Las nuevas oficinas de Profit Comunicación apuestan por un diseño sobrio y elegante, en el que prima la funcionalidad de todos sus espacios. El espacio está diseñado como un recinto diáfano que cumple una función fundamental, idea reforzada con todos los paneles de cristal al ácido —recuerda a una estética oriental— que dejan pasar la luz de un forma tenue.

Sin embargo, y a pesar de que estamos hablando de un espacio diáfano, las nuevas oficinas también proyectan una imagen de misterio, ya que aunque el cristal al ácido deja pasar la luz crea también un velo íntimo que sólo permite intuir lo que hay detrás de él.

Los espacios están interconectados entre sí como corresponde a un estudio interdisciplinar. El nuevo estudio transmite a la perfección la filosofía de empresa de Profit Comunicación, en la que prima la atención al cliente y la apuesta por la calidad.

Desde el Centro de Diseño queremos felicitar a Profit Comunicación por esta acertada inversión que no tenemos duda ayudará a potenciar la imagen de la Agencia y refuerza la idea de que en La Rioja tenemos excelentes profesionales en los que la empresa se puede apoyar para incorporar el diseño como herramienta de competitividad.

Profit Comunicación Integral
Parque de San Miguel nº1
26007 Logroño (La Rioja)
Tel. 941 519 509
Fax: 941 519 511

www.profitcomunicacion.com
info@profitcomunicacion.com

Campaña “Mueble de España”

La Asociación Nacional de Industriales y Exportadores de Muebles de España (ANIEME), con el apoyo y la colaboración del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), diseñó una campaña de promoción de la marca “Mueble de España”, con el fin de proyectar una imagen renovada del mueble español a nivel internacional, acorde con los valores del nuevo milenio, y potenciar su prestigio en los mercados exteriores, incrementando así los resultados de exportación alcanzados en los últimos años.



El Type Directors Club de Nueva York ha concedido a Ibán Ramón Rodríguez el “Certificate of Typographic Excellence” por la campaña de promoción del “Mueble de España”. Una selección de piezas de esta campaña será expuesta en Nueva York en el verano de 2006 junto a los otros 204 proyectos seleccionados en todo el mundo, procedentes de 29 países diferentes.

Arquitectura española en Nueva York

La “nueva arquitectura” de España abre una ventana en la capital de los rascacielos y el cristal, Nueva York, donde el Museo de Arte Moderno (MoMA) inaugura una exposición sobre 35 futuros edificios y 18 obras terminadas. La muestra anuncia que España se ha convertido en un “centro internacional de innovación y excelencia en el diseño”.

Para probarlo el MoMA exhibirá hasta el 1 de mayo maquetas, fotografías y planos de 53 proyectos, que el comisario de la serie, Terence Riley, escogió de más de 600 candidatos. La selección recoge una amplia variedad de proyectos, desde viviendas sociales hasta torres bioclimáticas, estadios, hoteles, aeropuertos, centros de conferencias, escuelas de artes escénicas, mercados, museos y centros médicos.

+ información

www.moma.org



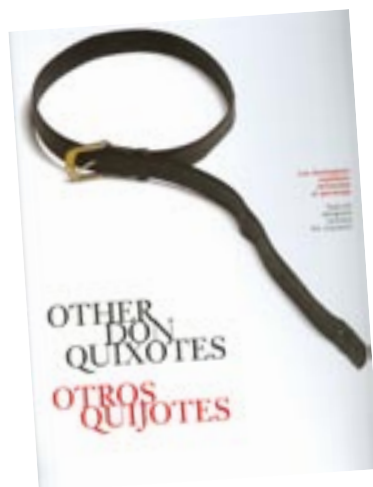
Hotel en las Bodegas Marqués de Riscal. Elciego (Rioja Alavesa). Autores: Frank Gehry y Edwin Chan / Gehry Partners.



Vista de la muestra.

Otros Quijotes. Los diseñadores españoles reinventan el personaje

Este año se conmemora el IV Centenario de la edición impresa del Quijote y por todo el país se suceden exposiciones, congresos y actos que nos recuerdan el feliz y universal acontecimiento.



Portada del libro diseñado por Isidro Ferrer.

50 diseñadores gráficos españoles que, con sus quijotes, han querido sumarse al homenaje a Miguel de Cervantes y sus geniales personajes, haciendo un ejercicio gráfico para demostrarnos la creatividad y la profesionalidad de las que son capaces. La muestra ha sido organizada por el DDI en colaboración con la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha y el Ministerio de Asuntos Exteriores. Tras su paso por Toledo y Guadalajara, la exposición también pudo visitarse durante el mes de febrero en la Galería Sargadelos de Barcelona. En la página del DDI, www.ddi.es irán informando puntualmente de las andanzas de esta original exposición.



José Ortega y Gasset. Obras Completas.

X Edición de los Premios Príncipe Felipe a la Excelencia Empresarial

Estas páginas quieren dejar constancia de la admiración por la trayectoria y el buen hacer de cada una de las empresas que han sabido movilizar los recursos necesarios para superar los retos del nuevo orden económico. En ellas podréis encontrar información sobre la filosofía de los Premios y como presentarse a ellos. Además, de una detallada relación de las empresas nominadas y premiadas en cada categoría. El catálogo ha sido editado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

www.mityc.es



Premios de Diseño Editorial Daniel Gil 2005

El pasado 17 de enero se entregaron los Premios Daniel Gil 2005, que desde 2003 organiza la revista VISUAL con la intención de destacar y reconocer los diseños de las mejores publicaciones, editadas en cualquiera de las lenguas oficiales del estado, y servir de homenaje al propio Daniel, autor de las míticas portadas de la colección de bolsillo de Alianza Editorial y uno de los pilares del diseño gráfico español.

¿Cuánto vale una idea?

Premio Diseño de Libro.

Manila. Ricky Dávila.

Premio Diseño de Cubierta.

José Ortega y Gasset. Obras Completas.

Premio Diseño de Colección.

El sommi erótico.

Premio Catálogo/Libro de Arte.

La verdadera historia de caperucita.

Premio Libro Infantil.

Memoria 2004. Museo del Prado.

Premio Institucional/Prom./Emp.

Retratos.

Premio de Ilustración.

Alzheimer.

Premio de Fotografía.



*Manila.
Ricky Dávila.*

Estudio de Diseño Eumográfico.

Premio a la Trayectoria Profesional.

La Fabrica.

Premio a la Trayectoria Editorial.

El premio de aplicación tipográfica quedo desierto.

DZ Centro de Diseño se convierte en BAI - Agencia de innovación

Tras más de 20 años impulsando y promoviendo el diseño, DZ afronta nuevos y ambiciosos objetivos a fin de responder a las actuales necesidades de las empresas.



Transformada en BAI Agencia, la sociedad irá adaptando su estructura y servicios y, trabajando conjuntamente con el equipo de personas que componen el Servicio de Innovación del Departamento Foral de Innovación y Promoción Económica, impulsará la implantación y puesta en marcha de todo tipo de actividades, iniciativas e instrumentos que sean necesarios para llevar a cabo una política de promoción e impulso de la innovación empresarial en Vizcaya, entendida en su sentido más amplio y dentro de la cual el diseño será uno más de los factores a tener en cuenta para conseguir que las empresas sean más innovadoras y competitivas.



Logos

Logotipos | Pedro Guitton | Index Book | 2005 | 478 páginas | 18.5 x 25 cm | Cartóné | Inglés

www.indexbook.com

Este libro reseña una cuidadosa selección de los mejores logos del Norte, Centro y Sur de América. Una gran inspiración visual así como una herramienta esencial de referencia para diseñadores, estudios de diseño, estudiantes, profesores y cualquier persona interesada en el diseño de logotipos de distintos lugares del mundo.



Formatos experimentales

Diseño Editorial | Roger Fawcett-Tang | Rotovision | 2005 | 160 páginas | 22.8 x 26 cm | Cartóné | Castellano

www.indexbook.com

Hoy en día, el material impreso se ve obligado a ser más original que nunca. En la creciente lucha para atraer la atención del consumidor, la edición de valor se ha convertido en arma corriente. En esta guerra, la originalidad en cuanto a formatos, plegados, encuadernación y métodos de impresión es lo que determina el éxito.



Introducing designs for making a first impression

Identidad Corporativa | R. Klanten, B. Brumnjak, M. Mischler | Die Gestalten Verlag | 2005 | 240 páginas | 24 x 28 cm | Cartóné | Inglés

www.indexbook.com

Este libro muestra como los diseñadores y pequeñas agencias diseñan sus propias tarjetas de presentación para causar una buena primera impresión.



Estamos hablando de ilustración

Ilustración y Arte Urbano | viction.ary | Index Book | 2006 | 224 páginas | 23 x 28.7 cm | Cartóné | Castellano

www.indexbook.com

Se centra en la ilustración y se observa la ilustración como una herramienta de relación entre el diseñador y su público. Este libro muestra las tendencias globales en la ilustración de todo el mundo.



ñh02

Diseño Editorial | SNDE | SNDE | 2005 | 223 páginas | 16 X 21 cm | Rústica | Castellano y Portugués

www.indexbook.com

ÑH02 recoge lo que, a juicio del jurado, reunido en Pamplona los días 30 y 1 de octubre de 2005, ha sido lo más destacado de la cosecha anual de nuestro periodismo visual. A la convocatoria han acudido la práctica totalidad de los grandes diarios de España y Portugal, y una porción más que representativa de los diarios medianos y pequeños.



The Perfect Package Foto

Packaging y Diseño Industrial | Catharine Fishel | Rockport Publishers, Inc. | 2003 | 160 páginas | 21.5 x 28 cm | Rústica | Inglés / Francés

www.indexbook.com

Algunos diseños llaman tu atención, otros se quedan en tu memoria y finalmente están los diseños que se convierten en un icono, en parte del paisaje cultural. Más de 25 proyectos se presentan a través de the Perfect Package. ¿Qué hace que la gente acepte estos diseños?, ¿Cómo se mantienen al paso del tiempo?, En las páginas de The Perfect Package lo sabrás...

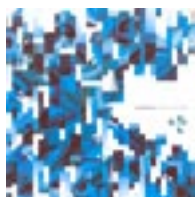


Milano ai piedi di Carmen

Diseño Industrial / Calzado | Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) | 2005 | 61 páginas | 24,5 x 33,5 cm | Cartoné | Español / Inglés / Italiano

www.icex.es

Catálogo de esta exposición —en el Piccolo Teatro de Milán— que ha querido poner en escena la creatividad española, donde 40 creadores de calzado femenino han reinterpretado en sus diseños al mítico personaje Carmen de la ópera de Bizet. Marcas tan arraigadas como Alima, Blay, Camper, Castañer, Chie Mihara, Dorotea, Farrutx, Pura López, Pons Quintana y un largo etcétera han diseñado un modelo para la ocasión.



Sapphire Design Guide

Industrial, gráfico, interiorismo, arquitectura, fotografía, etc. | ADI, Bombay Sapphire Foundation, Bombay Sapphire | 2004 | 127 páginas | 20,5 x 20,5 cm | Rústica | Español

www.adifad.org

La Fundación Bombay Sapphire creó la Sapphire Design Guide, una elegante agenda de diseño con sólo dos números a sus espaldas, que pretende mostrar diferentes sensibilidades que contribuyen a hacer nuestros espacios más habitables e inspiradores.

¿Cumple su página web la legislación vigente?

Esta es una pregunta, que muchas personas y empresas con página web se deberían realizar. Y las que desean realizar una web deberían informarse debidamente a este respecto. En esta sección trataremos de explicarle en que puede afectar la legalidad a su sitio web.

Todo sitio web debe cumplir las leyes nacionales del lugar donde declara y realiza su actividad. En nuestro caso tratamos la legislación española y analizaremos los principales puntos que deberá tener en cuenta para saber si su página web se ve afectada. Básicamente se podría decir que si su web:

1. Realiza o es reflejo de una actividad mercantil:
Deberá cumplir la L.S.S.I.
2. Recoge datos personales de los usuarios mediante formularios:
Deberá cumplir la L.S.S.I.
3. Almacena datos personales de usuarios en bases de datos:
Deberá cumplir la L.O.P.D.

Ley de Servicios Sociedad de la Información (L.S.S.I.) www.lssi.es

Web con información sobre la LSSI

La Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información del Ministerio de Ciencia y Tecnología ha creado, en colaboración con el ente público Red.es, una página (www.lssi.es) con completa información sobre la nueva Ley de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (LSSI) con el principal objetivo de “facilitar la difusión y mejor comprensión de la LSSI”.

La página incluye toda la normativa relacionada con los servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, un resumen de los aspectos más importantes de la LSSI, un resumen sobre los procedimientos existentes para la resolución judicial y extrajudicial de conflictos en relación con los servicios de la sociedad de la información y el comercio electrónico y enlaces de interés.

Además, en la nueva página, se responde a las preguntas más frecuentes como quien está sujeto a la nueva ley, cómo afecta a las páginas web personales o si es necesaria alguna autorización para prestar servicios a través de Internet.

Ley Orgánica de Protección de Datos (L.O.P.D.) www.agpd.es

Visita la nueva web del CEdiR

Gobierno de La Rioja
www.larioja.org

Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja

CEdiR
CENTRO DE DISEÑO DE LA RIOJA

mapa web | contacto

El Cedir	Actividades	Dir. Profesionales
Biblioteca	Info Diseño	Bolsa de Empleo
Boletín	Encuestas	Foro

Destacados

Proyectos

www.cedir.es
2005

Nueva Web CEdiR
La empresa Jazz Group ha sido la encargada de diseñar la nueva página web del CEdiR. El diseño de la nueva web se ha centrado en el usuario para responder a las exigencias actuales de accesibilidad y navegabilidad.

Proyectos

Boletín impreso del CEdiR
El número XIV realizado por Cañas Publicidad ya está disponible y puede ser solicitado gratuitamente al Centro de Diseño.

Proyectos

Guía de Recursos Diseño 05
La publicación será distribuida gratuitamente por la ADER tanto a nivel regional como nacional y estará a disposición de todos los interesados en adquirirla, para solicitarla bastará con solicitarla al CEdiR, Tel. 941291500.

Desde el pasado mes de enero ya se puede visitar la nueva web del Centro de Diseño. Una web, que mantiene dos objetivos claros: promocionar el diseño y a los diseñadores e informar sobre recursos regionales, nacionales e internacionales. El Centro de Diseño se ha dotado de una herramienta que agiliza las labores de comunicación de una manera rápida y efectiva. Además, la nueva web funciona como guía de referencia del sector, proporcionando información para profesionales y empresas.

El diseño de la nueva web se ha centrado en el usuario para responder a las exigencias actuales de accesibilidad y navegabilidad. Uno de los aspectos clave de todo el proceso de creación de la nueva

web ha sido la estructuración de sus contenidos, que se han diversificado, pero para que todo ello tenga valor es necesario que la web esté actualizada y se presente de forma atractiva para el usuario. En este sentido, la nueva web es totalmente dinámica y se actualiza íntegramente desde el Centro de Diseño. A su vez, se ha desarrollado un Libro de Estilo, que ha permitido unificar los aspectos creativos del site en todo su desarrollo y que servirá de guía a lo largo de toda la vida de la web, de forma que su aspecto global sea siempre homogéneo.

La nueva web presenta novedades importantes, como:

- Directorio de profesionales riojanos. Gráficos, Interiores, Industriales, Multimedia y

Fotógrafos. Se han trasladado a la web los contenidos de la Guía de Recursos de Diseño de La Rioja 2005, que se puede descargar en formato pdf.

- Infodiseño: premios, concursos, legislación y ayudas.
- Biblioteca, con más de 200 libros sobre diversas temáticas relacionadas con el diseño.
- Disponibles en formato pdf, todos los boletines trimestrales del CEdiR.
- Foro y encuestas, que nos permitirán pulsar la opinión de los profesionales del diseño y las empresas sobre distintos aspectos del mundo del diseño.
- Bolsa de empleo.

La nueva web se mantiene en el dominio www.cedir.es



Premios web riojanos de larioja.com

El pasado 25 de enero se celebró en las instalaciones de la Gota de Leche de Logroño la VII edición de los Premios Web Riojanos que otorga larioja.com. Los premios, que han contado con el patrocinio de la empresa arsys y la colaboración de Fundarco, Caja Rioja, Panda Software y Ono, se han convertido en los más prestigiosos en su género que se entregan en La Rioja. La

entrega de Premios, estuvo conducida por Agustín Jiménez, que justificó la vitola de monologuista de talento de la que venía precedido. El humorista ironizó sobre los parecidos entre las nuevas tecnologías y otras herramientas que nunca se quedan obsoletas y que se han incorporado inmutables al imaginario colectivo. A la Gala acudieron numerosas personalidades de la política y la sociedad riojana.



MEJOR WEB EMPRESA:

The Art Company

www.the-art-company.com

Presenta su web como un lugar donde enseñar, aprender y compartir, es decir "La Comunidad Art". También, se puede acceder a un Showroom interactivo y a la información corporativa y de filosofía de empresa.

FINALISTAS:

www.grupotegno.com



MEJOR WEB INSTITUCIÓN:

Ayuntamiento de Logroño

www.logro-o.org

Una web con una clara vocación de servicio cuyo objetivo es resultar atractiva y dar información y servicios a los ciudadanos.

FINALISTAS:

www.hsanmillan.es

www.riojaforum.com



MEJOR WEB OCIO/SERVICIOS:

Aula Pública

www.aulapublica.com

Destinada a estudiantes de informática, resuelve dudas y permite plantear preguntas. Gran cantidad de manuales, tutoriales y programas para descargar.

FINALISTAS:

www.carlotacastrejana.com

www.smokingadders.com



MEJOR WEB PERSONAL/ASOCIACIÓN:

Amigos del Camino de Santiago

www.asantiago.org

Ayuda al peregrino en su camino hacia Santiago, ofreciéndole todos aquellos datos que pueden ser útiles a su paso por La Rioja.

FINALISTAS:

www.joveneslinguistas.org

www.riojanosenlared.com



MEJOR WEB BLOG RIOJANO:

Logroblog

www.logroblog.com

Un útil y funcional Blog de participación ciudadana.

FINALISTAS:

www.noticiasdesdeturquia.blogspot.com

www.toroprensa.blogspot.com



PREMIO DEL PÚBLICO:

Deportes Ferrer

www.deportesferrer.com

El público se ha decantado en esta ocasión por la web de Deportes Ferrer, que además de ser una completa tienda virtual de la empresa, sorprende a los usuarios con información y noticias sobre diversos deportes.

Top ten de errores en sitios web

Estamos de acuerdo en que la presencia en Internet se antoja indispensable para las empresas riojanas sea cual sea su tipología, en este sentido cada día son más las empresas que se inician en su presencia en la web o las que consolidan su site. Desde la ADER, a través del CEdiR se ha hecho hincapié en la importancia de estar presentes en red y se ha realizado un notable esfuerzo por ayudar a las empresas riojanas en la iniciación en esta materia. Sin embargo y a pesar del buen nivel general de la mayoría de las paginas web, si hemos detectado algunos errores que pueden lograr el efecto contrario al pretendido. A continuación detallamos algunos de los errores que a nuestro juicio más comúnmente se cometen por si os son de utilidad a la hora de crear una nueva web o modificar una ya existente.

Repasemos cuales son los errores más frecuentes a la hora de mostrar un sitio:

1. Uso de flash excesivo. El archivo flash mal utilizado suele ser pesado y consumidor de recursos.

2. Fuentes ilegibles. Es sumamente esencial elegir una fuente adecuada o en su defecto, dejar a los navegantes elegir el tamaño de la tipografía en el site. Ya que hay una buena porción de navegantes maduros —más de 40 años— que son potenciales clientes o lectores.

3. Pantalla completa. Muchos de los sites que utilizan esta propiedad no son bien vistos por los navegantes. Según encuestas, es más probable que un navegante cierre un site que no le permite la opción de utilizar el resto

de su pantalla que el visitante cierre un Banner Pop-up.

4. Links del tipo mailto en lugares inesperados. La arquitectura y usabilidad es tan importante como el aspecto gráfico de un site. El navegante en la mayoría de los casos odia que una web le haga hacer una acción que no era la que esperaba.

5. Recolectar e-mails ilegalmente. El navegante al ver que un sitio tiene una política de privacidad, está confiado de que su información será salvaguardada como se merece, pero muchos sites hacen totalmente lo contrario, en su política de privacidad explican al usuario que pueden vender su información al mejor postor, pero obviamente escrito entre 1.190 líneas de texto.

6. Páginas pesadas. No todos los navegantes tienen una conexión por cable o ADSL.

7. Contenidos extensos. Por el afán de ofrecer cada vez más, muchos sites han cometido el error de ofrecer demasiado contenido a sus navegantes perdiendo así la línea de lo que en verdad quieren ofrecer o dar a conocer.

8. Poca información del navegante. Hace unos años los sites requerían que el

navegante en cuestión para hacer uso de un servicio o ingresar a una comunidad de navegantes se registrara mediante un formulario que recababa datos sobre la persona en cuestión. Mediante estos datos surgían unas estadísticas que le indicaban al personal que mantenía este site que rumbo tomar en base a las preferencias, nivel social, pasatiempos y demás información incluso geográfica de los navegantes.

9. Banners Flash. La publicidad en este formato lo único que logra es alterar al navegante. Nada puede ser más odioso que una publicidad que tiene música y se mueve al margen de lo que uno está leyendo y distrae la atención.

10. Contacto. La finalidad de esta sección es simplemente eso, un lugar donde se muestra al navegante toda la información necesaria para ponerse en contacto con la empresa. Naturalmente aquí se tendrían que colocar todos los datos de la empresa, como dirección postal, ubicación en la ciudad, teléfonos, emails, etc. Pero desgraciadamente esto no se lleva a cabo y solamente ponen a disposición del navegante una dirección email, olvidando que no solamente los “buscadores de ocio” navegan por Internet, si no también, empresarios, accionistas, socios y clientes en potencia.



Stone designs

Recientemente tuvimos noticias del estudio de diseño Stone Designs, fue a raíz de su participación en la Feria de Colonia en el espacio designspotter.com, en una exposición ubicada en uno de los espacios más conocidos de Colonia, el “Stapelhaus”. En esta ocasión Stone Designs presentaba su colección Casper, una serie de diseños de producto —fabricados en fibra de vidrio y resina de poliéster lacado— que toman su nombre del celebre fantasma. Entre estos objetos se pueden destacar las sillas y las lámparas Casper, cuyo diseño recuerda a la morfología orgánica de la sabana de un fantasma.

La originalidad y la calidad de esta propuesta nos hizo indagar para conocer más proyectos de Stone Designs, y descubrir que el Estudio lo componen Cutu Mazuelos, Loreto Camacho, Raquel Juanas, Flor Santos y Eva Pérez.

También pudimos comprobar que, a pesar de su juventud, tienen una amplia experiencia. Este año han estado presentes en las Ferias del Mueble de Valencia, Madrid y Milán; fueron invitados a las Jornadas de Diseño en Tokio organizadas por el ICEX y han participado en un proyecto de sobra conocido para nuestro Centro de Diseño, como es el Proyecto Domus Mediterránea. Por último, este año han sido propuestas en la 4ª Edición de los Premios de Diseño Elle Deco España, como mejores diseñadores del año por el Proyecto Line House.

En un principio Stone Designs se dedicó fundamentalmente al diseño y montaje de stands, lo que les sirvió para experimentar e investigar con infinidad de formas, materiales y conceptos, que más tarde aplicarían

en sus creaciones. Esto incluía el diseño y la producción de todos los elementos, además del mobiliario y gran parte de los sistemas de iluminación.

Uno de los proyectos que más nos ha llamado la atención de este estudio de diseño es el proyecto Line House. ¿Alguna vez has jugado aburrido en clase a dibujar una casita sin levantar el lápiz? Pues es el punto de partida del proyecto. El objetivo es crear un área habitable, en la que todos los elementos y la distribución surjan de una sola línea continua, utilizando esta como única herramienta, condicionando además con el hecho que debe ser un espacio continuo, sin cortes, con un principio y un fin. Así de sencillo, pero a la vez así de complejo. El proyecto se divide en tres fases de creación:



Concepto.

Se trabaja con la línea como elemento constructivo y espacial, y con la proyección de ésta para crear un espacio tridimensional.

Proyecto.

La idea ya tiene forma y se añaden elementos sobre la base que ha ido creando la línea.



Stone Designs busca algo más en quien prueba sus piezas: un mueble que se comunique y que despierte una inquietud.

Colección.

Estudio de las piezas y aplicación de soluciones para poder extraerlas del proyecto y ponerlas en producción. De esta forma lo que en principio es un ejercicio con fuerte carga conceptual, se materializa en una nueva colección.



Otro de los proyectos que nos ha llamado la atención es el Proyecto Minisite, el título dice bastante por sí mismo, se trata de piezas mínimas para espacios mínimos, sintetizando al máximo el tamaño y la forma de manera que sean funcionales. La idea que surge como reacción al momento social en el que vivimos, en parte como protesta, y en parte como inquietud por solucionar nuevas necesidades que los nuevos tipos de vivienda nos plantean.

En definitiva, Stone Designs nos ha sorprendido con diseños llenos de frescura e imaginación, que vienen a proponer soluciones originales a problemas comunes. Os animamos a visitar su página web www.stonedsgns.com en la que podréis estos y otros muchos diseños —nos os perdáis la lámpara de silicona www.siliconlamp.com— y a conocerlos mejor mediante la entrevista que a continuación publicamos.



¿Qué es Stone Designs y quienes lo forman? Somos un estudio ampliamente sensibilizado por las necesidades de la sociedad actual y ofrecemos soluciones a las nuevas formas de vida. Es un laboratorio de ideas, en el que se experimenta con nuevos materiales, y aplicaciones. Lo forman 5 personas, una persona se ocupa de los temas de administración, otra se encarga de las relaciones públicas y del departamento comercial, una tercera gestiona los temas de producción y colabora en diseño, y finalmente Cutu y yo que realizamos el diseño y la supervisión de todos los productos.

¿Cuánto tiempo lleváis en el mundo del diseño de producto? Llevamos 6 años haciendo producto, aunque realmente llevamos 10 años con nuestro estudio. En un principio estábamos dedicados al diseño y montaje de stands, locales, oficinas etc, a los que dábamos soluciones globales, incluyendo la producción de muebles y parte de los sistemas de iluminación. En el verano de 2002, agrupamos las piezas de mobiliario y luminarias diseñadas para proyectos concretos, —y otras que se habían quedado en el cajón— en un catálogo llamado Versus, para editarlas y comercializarlas. Dábamos un paso más, transformándonos en una empresa de proyectos y equipamiento para hábitat y contract.

¿Cuál es vuestro cliente ideal? El que es receptivo y esta dispuesto a plantearse nuevas interpretaciones. Que confía plenamente en tu trabajo. Es curioso pero creemos que un cliente ideal no es aquel que quiere gastarse todo lo que haga falta, cueste lo que cueste, creemos que los proyectos han de tener algún tipo de limitación.

¿Con qué tipo de trabajo disfrutáis más? Normalmente disfrutamos mucho con aquellos trabajos que suponen un reto, bien por que requieren de una solución conceptual novedosa o precisan de una técnica constructiva

diferente a lo convencional. Creemos que la clave esta en la variedad, lo bonito es que si has estado una temporada haciendo un restaurante, el próximo trabajo sea una colección de mobiliario o una exposición.

¿Nos podríais comentar como ha sido el proceso de realización del Proyecto Line House? El Line House es una idea que venía dando vueltas en nuestras cabezas hacia tiempo. Es el fruto de la búsqueda de un diseño sencillo, pero que a su vez con un solo elemento fuera capaz de recoger algo tan imprescindible como es una casa. Creemos que un diseño es bueno cuando hay poca mezcla de elementos y de una manera sencilla das una solución rotunda y clara al objetivo que estaba buscando.

¿Dónde buscáis la inspiración para vuestros proyectos? En el día a día. Un diseñador es una persona súper observadora, que esta atenta a los hábitos de la gente, a la manera de utilizar las cosas, y a las carencias que los objetos presentan a la hora de interaccionar con las personas.

¿En que estáis trabajando en la actualidad? Ahora tenemos varios proyectos entre manos. En el ámbito del hábitat, estamos trabajando en el sofá, creemos que es un elemento fundamental en una casa y que se pueden dar nuevas

soluciones para mejorar la oferta de sofás que hay en la actualidad. Otro proyecto muy interesante es una colección de accesorios que estamos diseñando para una firma de muebles de oficina “AG”, que se presentarán en la Feria Construmat en Barcelona. Así mismo hay un montón de piezas que están revoloteando entre nuestras cabezas, los tableros de diseño y las líneas de producción. Muchas de estas novedades las presentaremos en Tokio DesignWeek, el próximo noviembre.

¿Cómo veis la situación del diseño de producto en España? Creo que estamos en un buen momento, aunque es una cosa que va evolucionando poco a poco. El público cada vez es más receptivo y más sensible al diseño. En esta mejora ha colaborado mucho el “fenómeno Ikea”, el poder comprar un mueble que ofrece nuevas soluciones, de líneas depuradas, y a un precio asequible, ha hecho que la gente cambie de estilo. Aunque todavía es bastante sorprendente, entre la gente de nuestra edad, la manera que tienen de amueblar las casas, con muebles estilo colonial o rústico que en general no se adaptan a la forma de vida que llevan.

¿Algo que añadir? Me ha hecho mucha ilusión que vayáis a publicar nuestro trabajo, como riojana me alegra que se difunda por nuestra tierra.



Cutu y Eva.



www.cedir.es

Muro de la Mata, 13-14.

26071 Logroño.

La Rioja. España.

Teléfono: 941.29.15.00.

Fax: 941.29.15.37.

Dirise

