

CEdIR ³⁷

Publicación sobre el diseño y la comunicación visual en La Rioja



CEdiR

PUBLICACIÓN SOBRE EL DISEÑO Y LA COMUNICACIÓN EN LA RIOJA
Nº 37, JULIO 2013

EDITA

AGENCIA DEL DESARROLLO ECONÓMICO DE LA RIOJA (ADER)
C/ MURO DE FRANCISCO DE LA MATA, Nº 13-14
26071 LOGROÑO (LA RIOJA)
TEL.: 941 29 15 00 - FAX: 941 29 15 44
WEB: www.ader.es
MAIL: ader@larioja.org

COORDINACIÓN Y CONTENIDOS

CENTRO DE DISEÑO INTEGRAL DE LA RIOJA (CEdiR)

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

CALCCO: www.calcco.com

ILUSTRACIÓN DE LA PORTADA

PEDRO ESPINOSA

DEPÓSITO LEGAL

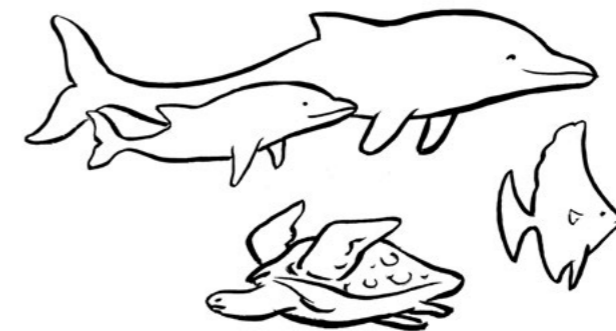
LR-90-2007

© De los textos: CEdiR

© De las ilustraciones: sus autores

© De las fotografías: sus autores

© Del diseño: CALCCO



Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño general y la cubierta, puede ser copiada, reproducida, almacenada o transmitida de ninguna forma, ni por ningún medio, sea éste eléctrico, químico, mecánico, óptico, grabación, fotocopia o cualquier otro, sin la previa autorización escrita de los titulares del copyright.

07

EDITORIAL



Crecer a través del diseño

09-19

REPORTAJES



Design Walk Logroño 2013

Sumando fuerzas, integración de bibliotecas ADER-CEDiR y ESDIR

Taller sobre diseño de packaging de vino

Desfile Emdir

21-29

NOTICIAS



Exposición de moda Nuevos Creadores

Natalia Aguado semifinalista en Electrolux Design Lab 2013

David Catalán, Primer Premio en AcroBAtic 2013

Premios Nacionales de Innovación y Diseño

FAL presenta su Motocalzado

Ice participa en la exposición "128 Miradas del Diseño Gráfico Español 2005-2012"

Laus de Bronce para Caburé de Calcco

El Importante y La Lianta de Siete Pasos, la familia crece

31-33

PUBLICACIONES



Psicología para creativos

Cómo crear un portfolio digital

Geometry Makes me Happy

Bestiary

35-43

ENTREVISTAS



Moruba, 9 Laus, 2 The Dieline, 1 D&Ad, Excelente cosecha

Phics & Graphics, entre España e Italia

45-51

CASOS PRÁCTICOS



Spearsoft, software con sello riojano

II Showroom de Arte y Moda organizado por las Cometas de Lucky en el Hotel Carlton de Logroño

Centro de Interpretación del Castillo de La Luna de Cornago, por Voxcom

CRECER A TRAVÉS DEL DISEÑO

El diseño se ha convertido en una palanca de competitividad de primer orden ...

... de la que ninguna empresa, grande o pequeña, de uno u otro sector, puede prescindir. En la actualidad constituye una inversión clave, una herramienta determinante en la generación de valor y, en definitiva, una apuesta estratégica para promover el desarrollo de la empresa.

Las empresas cada vez son más conscientes de la importancia del diseño, de su capacidad para aportar valor diferencial al producto, de su papel en la comunicación de una marca... Un par de datos: las empresas riojanas han promovido más de 500 proyectos dotados con una inversión superior a los 18 millones de euros a través del programa de diseño del Plan Estratégico de Subvenciones de la ADER en 2008-2012.

Resulta fundamental, especialmente en el contexto actual, condicionado por las dificultades económicas, que consigamos mantener esta apuesta estratégica por el diseño. Este recurso, como elemento de diferenciación y motor de competitividad, supone lisa y llanamente un aval, un argumento, casi una condición para la recuperación económica, para la creación de empleo y para el crecimiento de los años posteriores.

La Rioja, de la misma manera que en los últimos años ha crecido el interés empresarial por el diseño, ha registrado un desarrollo sorprendente en el ámbito de los profesionales y las empresas especializadas. Sus nombres y sus trabajos cada vez son más reconocidos tanto en la comunidad autónoma como fuera de ella.

En resumen La Rioja cuenta con la disposición y los recursos necesarios, y esta publicación supone una magnífica muestra, para aprovechar al máximo la capacidad dinamizadora del diseño. Y es necesario hacerlo, especialmente ahora. El motivo es muy sencillo: el diseño es una pieza clave para desarrollar la competitividad de nuestras empresa y La Rioja necesita empresas competitivas para generar empleo y para acelerar la recuperación.

Javier Erro Urrutia

*Presidente de la ADER
Consejero de Industria, Innovación y Empleo*



REPORTAJES

Design Walk Logroño 2013

Sumando fuerzas, integración de bibliotecas ADER-CEdiR y ESDIR

Taller sobre diseño de packaging de vino

Desfile Emdir

Design Walk Logroño 2013

“2 Días, 2 Recorridos, 6 Estudios”

Si alguien va a la Oficina de Turismo de Logroño, obtendrá con toda seguridad un plano e indicaciones para conocer la capital riojana a través de su historia o de su gastronomía, pero existe también un Logroño que le otorga otro tipo de identidad visual. Es el Logroño cuyo trabajo se oculta tras las puertas de los estudios creativos y que pudo conocerse de primera mano gracias a las rutas Design Walk 2013.

Gran parte de la responsabilidad de lo que uno ve en las calles de la ciudad del Logroño reside en los estudios de diseño y en lo que allí dentro ocurre. Para muchos, esa actividad, los métodos, las particularidades diarias de ese trabajo son desconocidas.

Logroño, fue la última ciudad en sumarse a Design Walk, una iniciativa dirigida por la ESDIR en colaboración con la ADER-CEdiR que abrió las puertas de 6 estudios de diseño (Flamingo Estudio, Moruba, Contrabriefing, Graphicant.es, Lalolagráfica y Sidecar) a los futuros profesionales interesados en conocer el mundo del diseño desde dentro. Se seleccionaron seis estudios que reflejan la diversidad que ofrece el sector del diseño gráfico en nuestra región, estudios y agencias que han mantenido una colaboración activa con la ESDIR en los últimos años. La Design Walk ha nacido con la intención de continuar en el tiempo y cada año se buscará colaborar con diferentes empresas del sector del diseño, e incluso abrir el abanico y poder visitar también comercios especializados en diseño, o empresas de otros sectores que puedan tener puntos en común con el mundo del diseño

A través de visitas guiadas de media hora de duración y durante dos días, 2 y 3 de mayo, dos grupos de 15 participantes visitaron los estudios de estos diseñadores

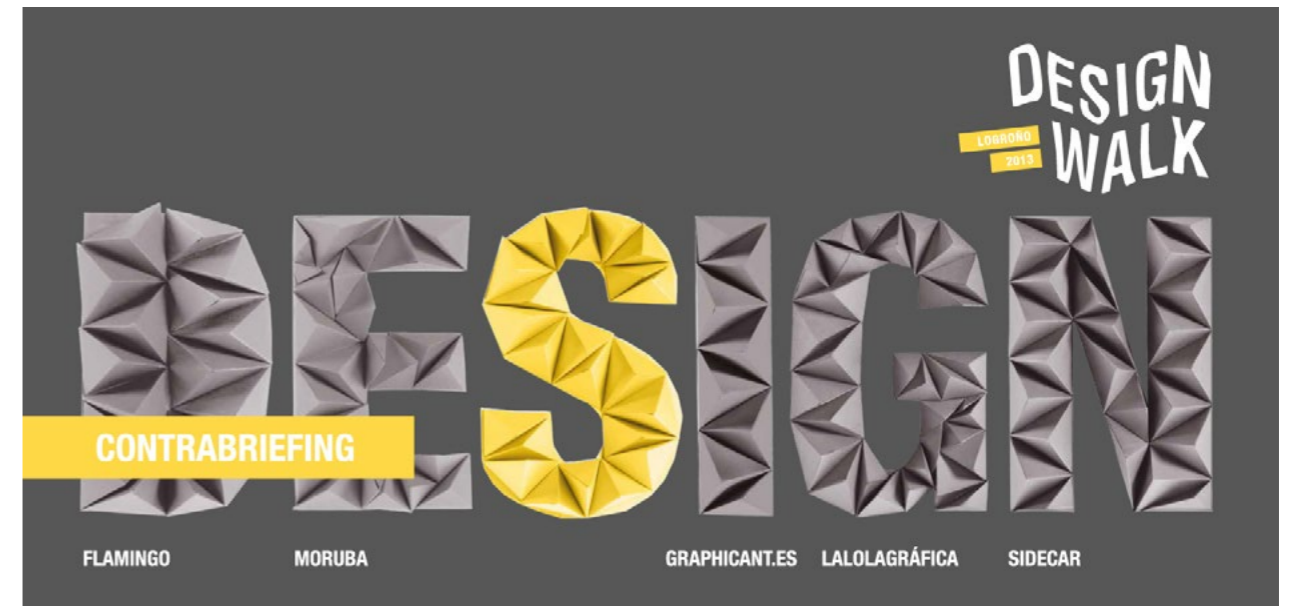
para conocer de primera mano su trabajo.

Esta iniciativa, se ha realizado con gran éxito en otras ciudades españolas como; Madrid, Sevilla y Valencia, los objetivos de la Design Walk Logroño 2013 han sido:

1. Establecer un vínculo entre los futuros profesionales y algunos de los más destacados estudios y agencias de Logroño.
2. Conocer de primera mano el nivel de excelencia alcanzado por los profesionales del diseño de La Rioja.
3. Poner el acento en la importancia que tiene el diseño desde un punto de vista económico, social y cultural.

Antes de los dos recorridos se realizaron dos charlas impartidas por Flamingo Estudio y Graphicant.es, que tienen en común el ser dos estudios formados por exalumnos de la ESDIR, con lo que esto supone de efecto incentivador.

Durante el recorrido también se pusieron en valor algunos sitios de interés de la ciudad de Logroño, que son destacables por su arquitectura, interiorismo o elementos de diseño de producto y gráfico, como; La Gota de Leche, Centro Cultural Caja Rioja - La Merced, Sala Amós Salvador, Palacio de los Chapiteles, Muralles del Revellín, Mirador, etc.



Tanto la Ruta A, como la B, fueron señalizadas por un gráfica especialmente diseñada para la ocasión por los alumnos y alumnas de 2º Curso de Diseño Gráfico de la ESDIR, de entre cuyas propuestas se seleccionó la creada por Álvaro Javier Jaimes, Rubén Ijalba, Inés Ortega y Corina Plamada.



Uno de los grupos en las oficinas de Contrabriefing.



Momento de la visita al estudio de Moruba.



Uno de los grupo de la Design Walk en una de las calles del recorrido.

Sumando fuerzas

El mes de mayo la biblioteca de libros de diseño de la ADER-CEdiR se ha integrado en la nueva biblioteca de la ESDIR



Javier Ureña - Gerente de la ADER y Ricardo González, Director de la ESDIR en el momento de la cesión.



Desde el año 2005 la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), a través del Centro de Diseño Integral de La Rioja (CEdiR), ha venido realizando un servicio de préstamo de los libros de la biblioteca CEdiR, dicho servicio se realizaba desde la página web de la ader www.ader.es, teniendo como punto de entrega y recogida las propias instalaciones de la ADER (Calle Muro de la Mata 13-14, Logroño). El servicio ha estado activo durante 8 años y se han realizado más de 400 préstamos. Sin embargo, el hecho de que las instalaciones de la ADER no puedan albergar una biblioteca física con la dificultad de préstamo que esta circunstancia supone, ha llevado al CEdiR a buscar una ubicación más funcional y accesible.

La biblioteca del CEdiR cuenta con más de 350 referencias en materia de diseño, entre las que se pueden encontrar libros de diseño gráfico, industrial, interiorismo, arquitectura, ilustración, multimedia, etc. Siendo una biblioteca de carácter técnico y de gran utilidad para estudiantes, profesionales del diseño, empresarios, estudiosos del mundo del diseño y en

general para cualquier ciudadano que este interesado en conocer en profundidad esta disciplina.

En 2012, quedó inaugurada la nueva biblioteca de la Escuela Superior de Diseño de La Rioja (ESDIR) tras una reforma que ha cambiado por completo su fisonomía. Las obras se enmarcan dentro del Plan Director que regirá el resto de reformas a efectuar para los próximos años.

El edificio de la ESDIR, protegido por su valor patrimonial, fue proyectado en 1914 por los arquitectos Antonio Rubio y Luis Mosteiro, siguiendo el estilo ecléctico que triunfaba en Madrid por esos años, es un inmejorable ejemplo de integración de las artes decorativas y la arquitectura. El nuevo diseño de carácter contemporáneo y funcional, ha sido respetuoso con la arquitectura singular de la Escuela.

La nueva biblioteca nació con vocación de ser un espacio abierto no solo para los alumnos de la ESDIR, sino también para toda la ciudadanía que este interesada por el diseño.



En este sentido, se ha considerado que nos encontramos ante una magnífica oportunidad para ceder la biblioteca ADER-CEdiR a la biblioteca de la ESDIR, ya que es un espacio funcional y accesible, que permite hacer un mejor uso de los libros, además de ser un edificio emblemático para el mundo del diseño en La Rioja.

A partir de junio, una vez catalogados todos los libros, se podrán encontrar en la biblioteca ESDIR en el horario de 08:30 a 14:30 horas.

La biblioteca de la ESDIR tiene un fondo aproximado de 12.000 títulos (a los que se sumarán 350 libros de la biblioteca CEdiR) distribuidos entre libros, vídeos, revistas y documentos en formato CD-Rom y DVD. Entre los ejemplares registrados cuenta desde monográficos de autor como Jordi Labanda o Richard Neutra, hasta grandes enciclopedias de Arte, de Historia y de Pintura; libros especializados de Diseño, Ilustración, Arquitectura, Cerámica, Dibujo y Técnicas, Mobiliario, Interiores, Fotografía, Escultura, sin olvidarnos de los diccionarios básicos, los de idiomas y los especializados en autores y artistas.



Es una biblioteca que cada día amplía más sus secciones de Arte, Humanidades y Diseño, siendo así la más completa y actualizada de La Rioja en contenidos de Arte y Diseño.

Con esta medida, se ha pretendido que una parte de los recursos del CEdiR este a disposición de todo el sector del diseño de La Rioja, en unas condiciones excepcionales de funcionalidad y accesibilidad que ofrece la nueva biblioteca de la ESDIR.

Taller sobre diseño de packaging de vino

Con Estudio Dorian



Diseños realizados en el Taller por los alumnos.

Izquierda: Gaëlle Alemay y Gabriel Morales, en un momento de Taller.

En el mes de mayo, de la mano de Gaëlle Alemay y Gabriel Morales (Estudio Dorian), se profundizó en el diseño gráfico como herramienta de comunicación en packaging. El alumno pudo descubrir cómo se crea y cómo se desarrolla un producto desde el punto de vista de la estrategia y del branding. Aprendió a plantear, analizar, diseñar y ejecutar un proyecto de packaging. Se analizaron las necesidades del cliente y lo que valora en el momento de desarrollar un diseño de packaging y se conocieron las líneas seguidas por Estudio Dorian para conseguir un producto de éxito.

Fueron cinco horas en las que descubrieron el mundo del vino a través del diseño de etiquetas: un mundo de sensaciones, recuerdos y emociones que crean imágenes evocativas y construyen historias alrededor del vino. Trabajando a partir de emociones y sentimientos buscando imágenes asociadas para crear empatía y transmitir sensaciones.

Estudio Dorian

Dorian, formado por Gaëlle Alemay y Gabriel Morales, es un estudio de diseño y comunicación gráfica ubicado en la ciudad de Barcelona, especializado en identidad corporativa, packaging y diseño editorial, destaca

por poseer un estilo sencillo, sutil y una cuidada producción de sus trabajos.

Autores de la imagen de los vinos de las bodegas Palacios Remondo y Finca de la Rica.

La imagen de Alvaro Barroco, el nuevo caldo de la bodega Palacios Remondo, es un diseño de Dorian que rinde homenaje a la tierra y a sus símbolos. Sus etiquetas presentan el nombre de la ciudad, ilustrado con la ornamentación barroca de las columnas del altar de la Virgen del Rosario de la Colegiata de San Miguel, emblema del barroco de la región. El vino fue presentado durante el evento La Rioja Tierra Abierta y La Fiesta Barroca 2011.

El estudio ha diseñado también la imagen de El Buscador y El Guía, dos vinos de la joven bodega Finca de la Rica. Sus etiquetas invitan al recreo mediante una serie de ilustraciones inspiradas en pasatiempos y rompecabezas, tales como una sopa de letras o la unión de puntos numerados. El objetivo del estudio es potenciar una mayor interacción entre el cliente y el vino, y así provocar una experiencia mucho más singular.

DES-FILE ESDIR

El pasado 25 de junio tuvo lugar en Bodegas Dinastía Vivanco el Segundo Desfile de Moda organizado por la ESDIR. La Sala de Tinos de la bodega de la familia fue el singular escenario, del II Desfile de Moda de la Escuela Superior de Diseño de La Rioja (ESDIR).

Los alumnos de segundo curso de estudios de Grado en Diseño de Moda, mostraron siete colecciones tutorizadas por Antonio Miró. El desfile lo abrió David Catalán alumno de tercer curso de moda, con una colección compuesta por diez modelos de su colección Kong Warrior, inspirada en dos estereotipos de la cultura japonesa: la geisha y el guerrero samurai.

Un total de 20 alumnos, que cursan el Grado en Diseño de Moda en la ESDIR, mostraron sus colecciones, ninguna extravagancia ni exceso sobre la pasarela, donde se vieron siete colecciones realmente atractivas, funcionales y prácticas.

Nuestras felicitaciones, a la ESDIR y a la Jefa del Departamento de Moda, Ana Magaña, por un evento sobresaliente no sólo por las propuestas de los alumnos de la escuela, sino por la puesta en escena, la imagen y el trabajo tan profesional que hay detrás, con maquillaje, peluquería y complementos cuidadísimos. Este año, además, tuvo un marco especial, las Bodegas Dinastía Vivanco.



Ricardo González, Director de la ESDIR junto al diseñador Antonio Miró. Fotografía de Luis Prado.



COLECCIÓN

Amelia

... Inspirada en el personaje de la aviadora norteamericana Amelia Earhart y firmada por Leticia García, Noelia Fernández y Catalina Barroso.

Fotografías: Luis Prado
Textos: Estíbaliz Espinosa



COLECCIÓN

Capriccio

... Invita a darse un capricho, tal y como la han planteado sus creadores: Christian Ortega, Rocío Sancha y Leticia Ramírez.



COLECCIÓN

Around de corner

... Es una colección inspirada en los viajes. Urbana, fresca y funcional, emplea la estampación en sus camisetas y el PVC en las capas de lluvia. La firman Verónica Martínez, Noelia Ortega y Leydy Camina Jiménez.



COLECCIÓN

Downtown

... De Laura Medrano y Esther Santander. El mohair, un material tradicional de la cultura riojana (Ezcarray y sus mantas son hoy su mejor escaparate) que estas dos jóvenes diseñadoras reinventan en clave contemporánea y femenina.



COLECCIÓN

Kintsugi

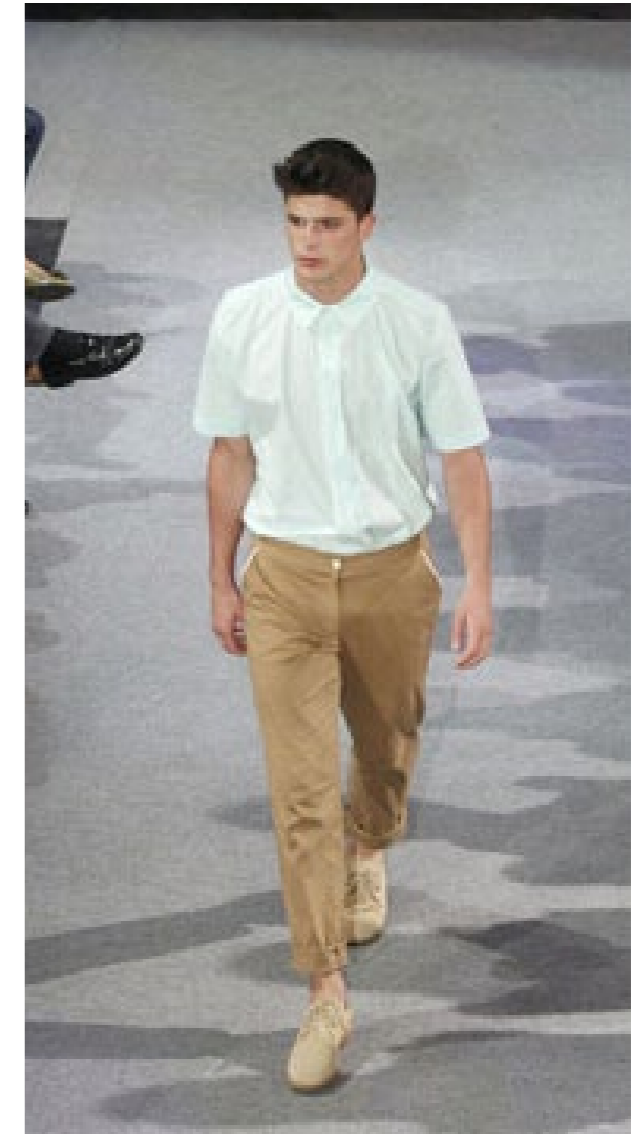
... Recibe su nombre de la técnica japonesa de reparación de la cerámica mediante una resina de oro o plata. Una metáfora muy bien trasladada a las prendas, e incluso al maquillaje de las modelos que desfilan con estas propuestas de Lucía Calleja, María Badules y Paloma Cabrera.



COLECCIÓN

Isadorable

... El título de esta colección delata al personaje que le sirve de inspiración, Isadora Duncan. Una propuesta de Rebeca Irañeta, Sheila Salvador y Mariló Natal que se asienta en las formas fluidas, la seda y el color blanco.



COLECCIÓN

Clash

... De Esther Aramendía, Ericka Almonte y Lisset Álvarez, la única que incluyó propuestas para el hombre. Muestra un juego de contrastes entre lo clásico y lo contemporáneo, las formas arquitectónicas y las orgánicas.



NOTICIAS

*Exposición de moda
Nuevos Creadores*

*Natalia Aguado
semifinalista en Electrolux
Design Lab 2013*

*David Catalán, Primer
Premio en AcrobAtic 2013*

*Premios Nacionales
de Innovación y Diseño*

FAL presenta su Motocalzado

*Ice participa en la exposición
"128 Miradas del Diseño
Gráfico Español 2005-2012"*

*Laus de Bronce
para Caburé de Calcco*

*El Importante de Siete Pasos,
la familia crece*



NATALIA AGUADO

semifinalista en Electrolux Design Lab 2013

La ciudad del mañana será compacta y muy activa. Las viviendas serán pequeñas, con menos espacio de almacenaje. Sin embargo, queremos vivir cómodamente y disfrutar de un entorno saludable. El hogar seguirá siendo el centro de la diversión, la vida social y el disfrute culinario. Para adaptar nuestra vida cotidiana este nuevo modelo de vida urbana, la competición internacional Electrolux Design Lab 2013 propuso diseñar un producto, un accesorio, un consumible o un servicio innovador que suponga un avance en cualquiera de estos tres sectores: Social Cooking, Natural Air y Effortless Cleaning.

Desde este brief como punto de partida, Natalia Aguado y sus compañeros de clase de la ESDIR enviaron propuestas a la competición, 4 de ellos quedaron seleccionados entre los 100 conceptos más innovadores. En la tercera etapa fueron 3 los alumnos seleccionados de la ESDIR entre los 50 mejores. Ahora, ya son 20 los semifinalistas y Natalia, con su proyecto Orbita, está allí.



[+info] www.esdir.eu

Exposición de moda

“NUEVOS CREADORES”

El Centro Comercial Berceo de Logroño exhibe hasta el 28 de julio la muestra de moda Nuevos Creadores, en la que se pueden ver doce conjuntos de prendas diseñadas por trece alumnos de 3º de moda de la Escuela Superior de Diseño de La Rioja (ESDIR).

Los diseños fueron realizados durante el curso 2011-2012 para el Primer Desfile de Moda de la ESDIR, tutorizado por Antonio Miró. Se pueden contemplar en los escaparates de tres locales de la planta superior de la galería comercial.

Se trata de una exposición heterogénea en la que, a partir de ideas originales, cada uno de los conjuntos representa un concepto diferente, con colores, tejidos y diseños muy variados. Las propuestas de los alumnos de la ESDIR no se ajustan a las tendencias de la moda actual, sino que aspiran a convertirse en las tendencias del futuro.

[+info] www.esdir.eu



Algunos de los diseños de David Catalán para AcrobActic 2013.

DAVID CATALÁN,

Primer Premio en AcrobActic 2013

David Catalán alumno de Tercero de Grado en Diseño de Moda de la ESDIR, Primer premio en la 9ª Edición de AcrobActic 2013. Premiado como Mejor Colección y Mejor Coordinado Femenino.

El jurado estaba formado por diferentes figuras del mundo de la moda como Aloísio Brito, Luís Buchinho, Nelson Vieira, Ricardo Andrez, Ricardo Dourado o Vera Deus.

David Catalán (1989) es un diseñador riojano que pese a su juventud ha expuesto su trabajo en el MUSAC de León y ha sido seleccionado en numerosos concursos nacionales destacando “Jóvenes Diseñadores CEM Edición XII Zaragoza”, “Muestra Nacional de Jóvenes Diseñadores de Moda de Can-

tabria”, “Muestra de Encajes de Camariñas Edición XX Galicia”, “XXVI Edición de los premios Nacionales para Jóvenes Diseñadores” y “AcrobActic 9ª Edición”, Portugal.

Recientemente, también fue el ganador del I Concurso de Moda Íntima 2012 de FORGARELLA, para cuya firma esta ahora trabajando en una línea de sujetadores inspirados en el Ecodiseño.

[+info] www.esdir.eu

Concedidos los PREMIOS NACIONALES DE INNOVACIÓN Y DISEÑO

Se otorgan como reconocimiento a empresas y profesionales que han destacado en el campo del diseño y de la innovación. Los galardones en Innovación han recaído en Royo Group y Joaquín Moya-Angeler, mientras que los de Diseño en LÉKUÉ y Nacho Lavernia.

Los jurados de los Premios Nacionales de Innovación y Diseño han decidido que este año los galardonados sean las empresas Royo Group y LÉKUÉ, Joaquín Moya-Angeler y Nacho Lavernia. Estos premios, que otorga la Secretaría de Estado de Investigación, Desarrollo e Innovación del Ministerio de Economía y Competitividad, reconocen el desarrollo de la innovación tecnológica y la utilización del diseño como elemento innovador por parte de profesionales y empresas.

En concreto, el premio de Innovación se ha concedido a la empresa Royo Group en la categoría de Internacionalización y a Joaquín Moya-Angeler en la de Trayectoria Innovadora. En cuanto a los premios de Diseño, los galardones han sido para LÉKUÉ en la categoría de Empresas y para Nacho Lavernia en la categoría de Profesionales.

Estos premios, los más destacados que se otorgan como reconocimiento a empresas y profesionales que han destacado por una trayectoria ejemplar en el campo del diseño y de la innovación, se crearon en 1987, aunque se organizan conjuntamente desde 2011, homogeneizándolos con el resto de reconocimientos existentes en otras disciplinas en el ámbito estatal.

Esta edición la han evaluado dos jurados compuestos por profesionales y expertos de reconocido prestigio en innovación y diseño, presididos por la secretaria general de Ciencia, Tecnología e Innovación, María Luisa Ponce-la. Los jurados en esta edición han sido Javier Santiso, Managing Global Affairs & New Ventures en Telefónica; Francisco Marín Pérez, presidente del Foro de Empresas Innovadoras; Emma Fernández, directora general de INDRA; Elena Pisonero, presidenta de Hispasat; Alicia Alcocer Koplowitz, vicepresidente del Grupo Cementos Pórtland Valerrivas; Amparo Sena Palomar, arquitecta del Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial; José María Milá, vicepresidente de la empresa Santa & Cole; Oscar Mariné Brandi, Premio Nacional de Diseño 2011;

Nacho Lavernia en una reunión con profesionales del diseño de La Rioja celebrada en el marco del Ciclo Jueves de Diseño del año 2009.



Alejandro Benavent, director de la revista de diseño Dxi, y Elisabet Urrutia Bea, directora de LKS.

La empresa valenciana Royo Group, dedicada a la fabricación y comercialización de productos para el baño, ha obtenido el Premio Nacional de Innovación en la modalidad de Internacionalización, para lo que se ha valorado su proyección internacional en el desarrollo de productos tecnológicos e innovadores en un sector industrial tradicional y muy competitivo.

Por su parte, el reconocimiento en la modalidad de Trayectoria Innovadora ha recaído sobre el presidente de la Corporación Tecnológica de Andalucía, Joaquín Moya-Angeler Cabrera, por su aportación al desarrollo de la innovación en todas sus vertientes.

LÉKUÉ ha obtenido el Premio Nacional de Diseño en la categoría de Empresas por haber incorporado la innovación a través del diseño y haber hecho de éste su seña de identidad. Se ha valorado también su notable éxito en la estrategia comercial, apostando por acercar el diseño a los ciudadanos como fuente de creación de valor en productos de consumo de bajo coste. Asimismo, su vocación de diseño integral y su capacidad de crecimiento y de internacionalización, dando a conocer el diseño español y colaborando a su consolidación en el mundo, han sido aspectos muy apreciados por el jurado.

En la categoría de Profesionales, el galardón - dotado con 30.000 euros - ha recaído en Nacho Lavernia. Durante su trayectoria, iniciada en los años 80, ha recorrido varios sectores económicos y abarcado todas las facetas del diseño tanto industrial como gráfico. El jurado ha valorado además su condición de pionero en muchas de las actuales señas de identidad del diseño español y su trabajo divulgativo y docente.

Arriba derecha: El estudio Lavernia&Cienfuegos es toda una autoridad en diseño de marca y packaging. Trabajo realizado para una línea de vinos que la cadena de supermercados belga Delhaize ofrece dentro de su marca propia "365".

[+info] www.idi.mineco.gob.es



Asador al vapor de LÉKUÉ.

FAL presenta su “MOTOCALZADO”

La empresa riojana Calzados FAL ha diseñado una gama de calzado de protección para motoristas urbanos más segura y resistente basada en la nanotecnología y que incrementa la capacidad amortiguadora del impacto entre un 85 % y un 91 % respecto a los materiales habituales.

“Motocalzado”, tras dos años de trabajo, ha permitido el desarrollo de un prototipo de bota de protección para motoristas urbanos basado en nuevos materiales, desarrollados a través de la nanotecnología y avalado por rigurosos estudios accidentológicos, ya que se producen unos 20.700 accidentes de este tipo al año.

Su característica diferencial es que, además de conjugar resistencia y comodidad, incrementa “notablemente” la capacidad de absorción del impacto en un



accidente, lo que multiplica su efectividad y ayuda a la reducción de la gravedad de las lesiones al dispone de una pantalla protectora que amortigua el golpe.

La clave de este nuevo calzado reside en el material utilizado, desarrollado con la aplicación de la nanotecnología y que incrementa la capacidad amortiguadora del impacto entre un 85 % y un 91 % en relación a los materiales que se emplean habitualmente, ha añadido el gerente de FAL, creada en 1965 y con capacidad de elaborar 10.000 pares de zapatos al día.

El nuevo calzado, una vez desarrollado el prototipo, está ahora en fase de industrialización y será comercializado a primeros de 2014, según Abad, quien ha indicado que se ofertará a la administración pública, una vez que ya ha sido probado por las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado.

Este proyecto se puso en marcha en 2011 con el fin de diseñar un calzado más seguro y más resistente para motoristas urbanos a partir de la aplicación de la nanotecnología al desarrollo de nuevos materiales.

El punto de partida fue la constatación de una necesidad en el mercado de equipos de protección para motoristas, ya que, aunque existe una amplia gama de prendas de protección para este colectivo, la mayoría están orientadas a la circulación por carretera. En este contexto se enmarca el diseño de un calzado para motoristas urbanos que combina la seguridad de los equipos para carretera con la comodidad necesaria para el desarrollo de la actividad cotidiana en la ciudad.



El consejero Industria riojano, Javier Erro, el gerente de Calzados FAL, Manuel Abad, y el director gerente del Centro Tecnológico del Calzado de La Rioja (CTCR), Javier Oñate, presentaron, en una rueda informativa, este proyecto, denominado “Motocalzado” y en el que también ha colaborado el Instituto de Investigación sobre Reparación de Vehículos (Centro Zaragoza).

[+info] www.fal.es

ICE participa en la exposición

“128 MIRADAS DEL DISEÑO GRÁFICO ESPAÑOL 2005-2012”

La exposición “128 Miradas del Diseño Gráfico Español 2005-2012” recoge obras de diseñadores y estudios de diseño premiados en el certamen de carácter internacional Anuario. En la que podremos ver una muestra de gran calidad del mejor diseño editorial, imagen corporativa, packaging y publicitario, siendo una muestra viva de la tendencia creativa en el mundo de diseño gráfico que se desarrolla en España.

La exposición está comisariada por Sofía Escudero, diseñadora gráfica y profesora en el Campus de Gandia

de la Univ. Politécnica de Valencia. Su enfoque es altamente comunicativo y reflexivo, ya que tiene como finalidad realizar un estudio sobre el diseño gráfico que se desarrolla actualmente en nuestro país y, al mismo tiempo, acercarlo al gran público y a los empresarios desde una vertiente novedosa, ya que estamos acostumbrados a ver el diseño gráfico pero no a mirarlo como parte de un proceso comunicativo y creativo.

La exposición acerca al gran público el mundo del diseño gráfico desde una vertiente pedagógica y cercana,

permitiendo distanciar los objetos cotidianos de su uso habitual para descifrar y recrearse en sus aspectos más creativos. Permite mirar los objetos cotidianos desde un punto de vista nuevo, como objetos contruidos para facilitar la vida a las personas y al mismo tiempo comunicar las necesidades de los consumidores desde un punto de vista innovador.

“128 Miradas” muestra obras de gran calidad creativa y resolutive de estudios de diseño y diseñadores de gran prestigio en España. La exposición consta de obras de 40 estudios

y diseñadores de todo el territorio: Alejandro Gallego, Beatriz Gimeno, Beusual, Bisgràfic, CUBO, David Belando, EL PASO, Estudio Marina Goni, Flores Taboada, Gorka Aizpuru, ICE, iLUNE, Insignia Creativa, La Japonesa, LA PAGE, LETRAB, Mercedes Gimeno, Montalbán Estudio, NEUTRO, OXIGEN, Pepe Gimeno, PLUVIAM, QUATTRO IDCP, Roberto Núñez, SALVARTES, SIBBARIS PRIVÉE, SIGNUM, Sofía Escudero, SPR-MSH, Suscreativos, tabarestabares*, Tatiana Martins, Unlimit—ed, Valladares, Vanesa Aguilera y Sergio Arredondo, VILLUENDAS + GÓMEZ, Xose Teiga, YINSEN y los estudiantes premiados Sonia Ciriza y Miguel Ayesa por su proyecto “Laboratorio inclusivo”, donde conceptos de diseño de la información y diseño para todos favorecen la conceptualización de pro-

ductos gráficos pensados para todo tipo de clientes.

La exposición cuenta igualmente con entrevistas a diseñadores de prestigio como Alberto Corazón, Pepe Gimeno, Pepe García (Culde-Sac) y Marisa Llongo. Todos ellos proporcionan una visión amplia del sector y expresan su conceptualización sobre varios puntos de interés. Igualmente, los visitantes a la exposición podrán reflexionar sobre el tema de los premios en el sector del diseño gráfico, escuchando a Ignasi Vich, Director de los premios Anuario. Entendiendo de este modo, la importancia que tienen este tipo de certámenes en la difusión y reconocimiento de la labor que hacen los diseñadores y estudios.



[+info] www.128miradas.blogspot.com

“EL IMPORTANTE” Y “LA LIANTA” DE SIETE PASOS, *la familia crece*

Siete Pasos es un innovador proyecto vinícola diseñado por Calcco que pretende reunir vinos seleccionados de diferentes Denominaciones de Origen. Cada vino se identifica con un personaje diferente, todos ellos universales, genéricos y abiertos.

Las últimas incorporaciones a la familia son “El Importante” (Tempranillo, D.O. Ca Rioja) y “La Lianta” (Chardonnay, D.O. Navarra), dos nuevos personajes

que van completando la colección Siete Pasos.

El packaging de “El Importante” refleja en la ilustración la seriedad del carácter del personaje (monóculo y pelo a lo Clark Gable), y los acabados en stamping le confieren mayor presencia que al resto de los vinos de la colección. “La Lianta” se diferencia por unos colores más estridentes y un acabado más fresco y apropiado para un vino blanco.

[+info] www.sietepasos.com

[+info] www.calcco.com

LAUS DE BRONCE

Para Caburé de Calcco

Calcco ha recibido el premio Laus de Bronce 2013 por su trabajo Caburé.

Los Premios Laus son otorgados por la Asociación de Diseñadores Gráficos y Directores de Arte del FAD (asociación privada sin ánimo de lucro de ámbito estatal).

En esta edición, Calcco ha recibido el Premio Laus de Bronce en la categoría de PACKAGING - UNIDAD DE PACK por su trabajo Caburé. El proyecto consiste en un packaging con un estuche de madera en cuyo interior descubrimos una botella de orujo, una serie de posavavos tallados en madera y tres plumas de caburé (es un ave cuyas plumas atraen a la buena suerte).

Con este proyecto Calcco ha querido brindar un regalo a sus clientes creando esta campaña de comunicación 360°, originada en el propio estudio y con la colaboración inestimable de varios colaboradores. Una bonita

muestra de agradecimiento a la confianza depositada en la agencia y una firme apuesta por demostrar el potencial creativo y profesional del equipo.

La información sobre el proyecto está recogida en el site www.orujocabure.com y el vídeo *Making Of* lo puedes ver en el canal Calcco de Youtube www.youtube.com/calccocv

Mención especial a las empresas que han formado parte de este maravilloso proyecto:
VARGAS (www.vargas.es)
IPE (www.ipe-innovaciones.com)
SAVERGLASS (www.saverglass.com)
RENOCAL (www.licoresrenocal.com)

[+info] www.orujocabure.com



Laus
Bronce '13





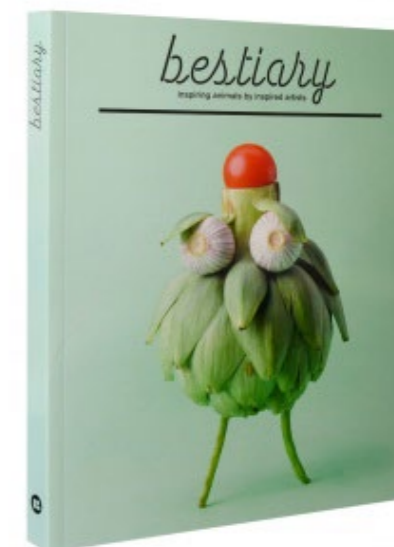
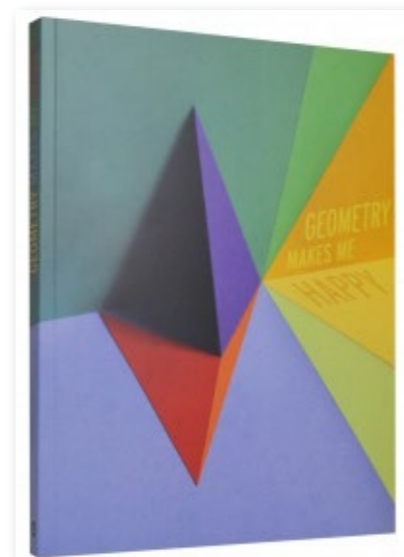
PUBLICACIONES

Psicología para creativos

.....
Cómo crear un portfolio digital

.....
Geometry Makes me Happy

.....
Bestiary



Psicología para creativos

Temática: Diseño Gráfico
Por: Frank Berzbach
Editorial: Editorial Gustavo Gili
Web: www.ggili.com
Año: 2013
Páginas: 192 páginas
Idioma: Castellano

Cumplir con los plazos de un proyecto, estar a la altura de las expectativas del cliente, trabajar en casa de forma disciplinada, trabajar por cuenta ajena sin perder la motivación, lograr jornadas laborales que no se extiendan hasta altas horas de la madrugada, priorizar y ordenar acertadamente el trabajo pendiente... ¿Eres diseñador, ilustrador o creativo y te has enfrentado alguna vez a cualquiera de estas situaciones?

En este libro, Frank Berzbach analiza con humor y lucidez los factores que condicionan el rendimiento y la capacidad creativa del profesional del diseño, y proporciona una serie de reflexiones y consejos prácticos para desenvolverse en el día a día laboral del estudio, la agencia o el aislamiento sin que decaigan los ánimos.

Cómo crear un portfolio digital

Temática: Diseño Gráfico
Por: Ian Clazie
Editorial: Editorial Gustavo Gili
Web: www.indexbook.es
Año: 2012
Páginas: 230 páginas
Idioma: Castellano

Este libro parte de una idea primordial: cuanto mejor sea tu portfolio, más sencilla resultará cualquier entrevista con un futuro empleador o cliente. Tener un portfolio online supone, además, una serie de ventajas añadidas: puede accederse a él en cualquier momento y lugar, puede modificarse y actualizarse de forma rápida y fácil, y permite incluir vínculos que amplíen la información sobre los proyectos mostrados en el portfolio.

Geometry Makes me Happy

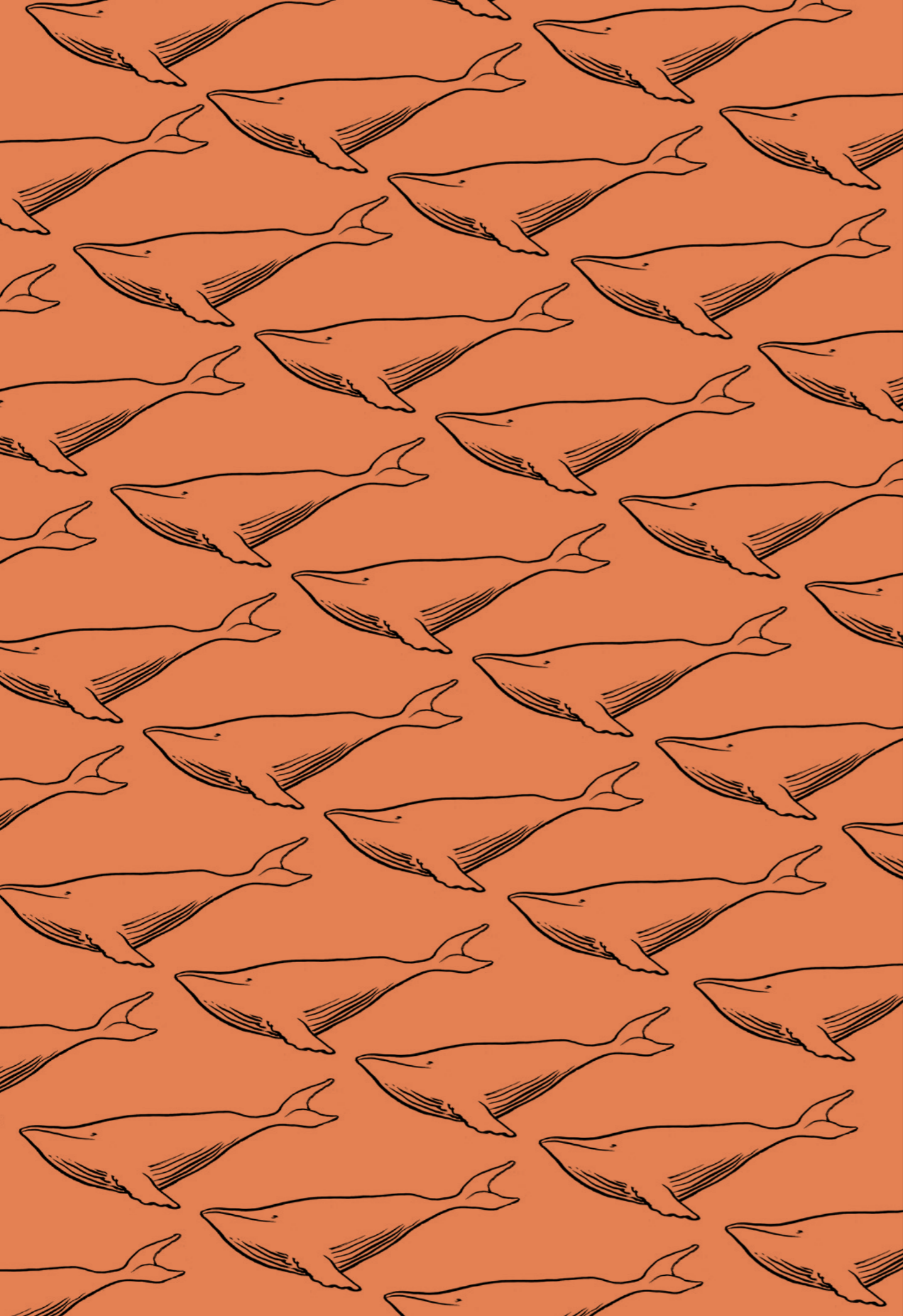
Temática: Diseño Gráfico
Por: Lawrence Zeegen
Editorial: Index Book
Web: www.indexbook.es
Año: 2013
Páginas: 183 páginas
Idioma: Inglés

El mundo del arte y el diseño ha dependido sistemáticamente de algunos elementos de las matemáticas como base y estructura del trabajo creativo. En particular, la geometría es un elemento que siempre ha sido apreciado, y su popularidad ha experimentado un aumento en los últimos años. Geometry Makes me Happy celebra el uso de diseño y el arte geométrico, y muestra una gran variedad de aplicaciones. El libro se divide en secciones distintas, incluyendo el arte, fotografía, diseño gráfico, ilustración, industrial diseño, moda, arte urbano y diseño de interiores.

Bestiary

Temática: Diseño Gráfico
Por: Index Book
Editorial: Index Book
Web: www.indexbook.es
Año: 2013
Páginas: 210 páginas
Idioma: Castellano

Los animales siempre han sido fuente de inspiración para el mundo del diseño y del arte. Ya sea un clásico estampado de leopardo o una escultura estilizada, los animales son un punto rico y vibrante para proyectos de diseño. Hoy en día, el contraste entre el mundo natural y salvaje de los animales, y el mundo del diseño ha dado lugar a yuxtaposiciones interesantes y originales. Puede ser nuestra manera de demostrar respeto a estas criaturas o una forma expresarnos a través de ellas. Sea cual sea la razón, los animales tienen un papel importante en el diseño, y este libro trata de explorar esta relación.



ENTREVISTAS

*Moruba, 9 Laus, 2 The Dieline,
1 D&Ad, Excelente cosecha*

*Phics & Graphics,
entre España e Italia*

MORUBA, 9 LAUS, 2 THE DIELINE, 1 D&AD, *EXCELENTE COSECHA*

El estudio de diseño gráfico formado por Daniel Morales, Javier Euba y Teresa Rodríguez. Fundado en 2008 por Daniel y Javier, ambos formados en Barcelona y con más de 15 años de experiencia. En apenas 5 años han visto reconocidos sus trabajos con premios, nominaciones y selecciones. Premio CEdiR en el año 2012, ahora dan una nueva vuelta de tuerca y con doce premios de diseño de carácter internacional en los últimos tres meses se posicionan como uno de los estudios con más proyección de nuestro país.

El pasado 4 de julio se celebraba La Noche Laus 2013. En la ceremonia se dieron a conocer las piezas galardonadas con un Oro y los Grand Laus de cada categoría, así como el Laus Honorífico que este 2013 ha sido para Eduardo del Fraile. La 43ª edición de los Premios Laus, es decir, los Laus 2013, premian a los profesionales del grafismo, la publicidad y la comunicación visual. Los Laus se otorgan con el objetivo de reconocer la excelencia en la comunicación gráfica. Son unos premios de prestigio nacional e internacional, una celebración del grafismo que se ha convertido en una referencia esencial para conocer las propuestas creativas relevantes del año.

Los proyectos de Mateo & Bernabé (Mateo & Bernabé and friends), Libalis (Vintae), Rasurado (Bodegas y Viñedos Arranz y Argote), Bienbebido (Bienbebido), Degusta (Nueva Rioja) y Real Compañía de Vinos (Bodegas Muriel) han sido Premiados en esta ocasión, con tres platas y nueve bronce.

***Moruba The Dieline
Package Design Awards 2013***

En el mes de junio, The Dieline anunciaba los ganadores del concurso mundial dedicado exclusivamente al diseño de packaging aplicado a la marca. De las 1.100 entradas recibidas de 61 países de todo el mundo, hay cuatro trabajos con firma española y dos riojana. Dos pertenecen a estudio Moruba, que ha obtenido un segundo premio en la categoría Cervezas, Bebidas de Malta y Tabaco por el diseño para Mateo & Bernabé and Friends y su cerveza artesanal. El estudio riojano también ha obtenido un tercer premio en la categoría Vinos y Champagne por los vinos Rasurado. Los otros dos trabajos premiados pertenecen a Laverria & Cienfuegos.

Por último, destacar que en el mes de mayo recibieron un premio D&AD "in book" por su trabajo para los vinos Rasurado.

Tras esta excelente cosecha, no podíamos dejar escapar la ocasión de conversar con Moruba para saber como les han sentado estos premios.

***9 Laus, 2 The Dieline, 1 D&AD,
¿Cómo reaccionáis ante
este aluvión de premios?***

Estamos encantados, ha sido un gran año en cuanto a reconocimiento empezando por el premio del CEdiR, y continuando con los Laus, The dieline y D&AD. Para nosotros lo más relevante de estos premios es que confirman que la forma de enfrentarnos a los proyectos y su ejecución es la correcta, que todo el esfuerzo que dedicamos a cada uno de ellos tiene sentido y no solo es reconocido por el cliente si no por colegas a nivel internacional.





Mateo y Bernabe
 Laus de plata en packaging 2013
 The Dieline 2nd place beer & malt beverages 2013
 Pentawards silver packaging 2012
 Cliente: Mateo & Bernabé and friends



Libalis
 Laus de plata en packaging 2013
 Laus de bronce dirección de arte en ilustración 2013
 Cliente: Vintae



Rasurado
 Laus de plata en packaging 2013
 Laus de bronce naming 2013
 The Dieline 3rd place wine & champagne 2013
 D&AD in book en packaging 2013
 Cliente: Bodegas y viñedos Arranz y Argote



Degusta
 Laus de bronce diseño de marca 2013
 Cliente: Diario La Rioja



Real Compañía de Vinos
 Laus de bronce packaging 2013
 Cliente: Bodegas Muriel

¿Cuál es la respuesta de vuestros clientes a los premios?

Los clientes celebran estos reconocimientos a sus proyectos, ya que les genera notoriedad y les hace más visibles, y por otro lado refuerza la confianza en el estudio para próximos proyectos.

Queda demostrado que desde La Rioja se puede competir en materia de diseño en el ámbito global, ¿cuál es vuestro secreto?

No creemos que haya ningún secreto, es una cues-

tion de trabajo y saber hacer, dedicamos muchísimo tiempo y energía a cada proyecto, los procesos de investigación, de conceptualización, de diseño, de producción, etc, son muy intensos y somos muy perfeccionistas e inconformistas con nosotros mismos, supongo que todo esto hace que el resultado final sea un buen trabajo.

¿Estos premios os han abierto puertas a la hora de trabajar en el mercado internacional?

Los premios generan difusión y te ponen el mapa, hoy en día todo fluye muy rápido por la red, y estar en Logroño no supone un problema para trabajar con clientes fuera de España, actualmente estamos

trabajando en un par de proyectos de packaging para Múnich y Nueva York, y han llegado gracias al difusión de nuestros trabajos en internet, seguro que gran parte de esa difusión se debe a los festivales, ya que parte de su cometido es la promoción de los proyectos ganadores.

¿Cuáles son vuestros próximos retos?

En noviembre del año pasado logramos uno de nuestros retos, abrir el nuevo estudio, tener un

[+info] www.moruba.es

espacio más amplio donde poder trabajar mejor y poder compartir con clientes, como hicimos con la presentación de la cerveza 25 Santiago de Mateo & Bernabe, que se presento en el estudio. Ahora este reto esta conseguido, y el siguiente es el mismo que teníamos cuando creamos Moruba, disfrutar de cada proyecto que entra al estudio y estar orgullosos de el cuando sale, y os aseguramos que no es fácil.

PHICS & GRAPHICS

ENTRE ESPAÑA E ITALIA

Phics & Graphics es un estudio de diseño gráfico creado por Marco Guerreschi y Laura Jiménez, que trabaja en Italia y España desde Logroño, manteniéndose en contacto con diferentes proyectos creativos donde el diseño es el protagonista.

Un estudio multidisciplinar, donde se ocupan desde diseño gráfico, diseño web, branding, editorial, tipografía, multimedia... hasta de la ejecución final, como la impresión, es decir, un trabajo "llave en mano".

Les gusta definirse como creativos y apasionados de su trabajo, y es por esto que buscan satisfacer las necesidades de sus clientes con soluciones innovadoras y atractivas.

Hablamos con Marco Guerreschi y Laura Jiménez, para conocer un poco más sobre esta singular propuesta.

¿Ha llegado la globalización a los estudios de diseño?

Ahora mismo no es difícil trabajar a distancia. No somos el único estudio que desde que nace trabaja a distancia, ya sea dentro del país o fuera. Para los clientes es importante conectar con el diseñador y entenderse, el hecho de estar en la misma ciudad casi siempre es secundario. Se puede tener una buena relación laboral a distancia, y la calidad del trabajo depende más de esta relación que de la distancia agencia-cliente. Aquí, quizá la clave está en la confianza y el compromiso entre ambos.

¿Cómo funciona un estudio a caballo entre España e Italia?

La clave es la organización. En los proyectos participamos los dos, pero generalmente nos dividimos la gestión según nuestras habilidades. Lo mismo hacemos con los clientes: es mucho más fácil entenderse si usamos nuestro idioma natural, sobre todo cuando en los detalles de las conversaciones se esconden las claves para que los proyectos sean satisfactorios.

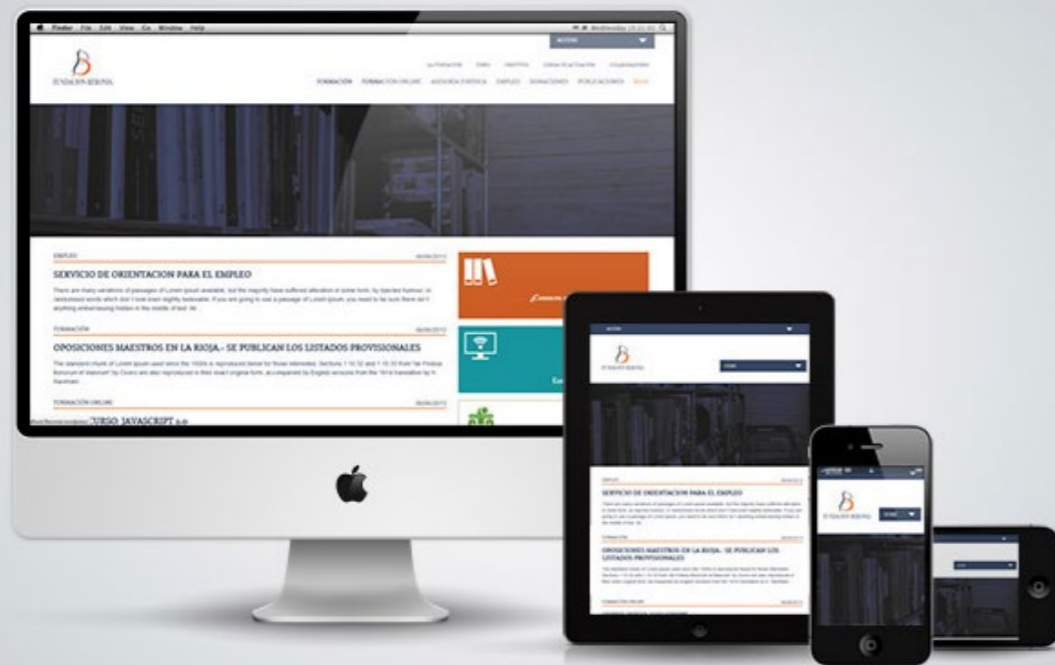
Para Phics & Graphics es interesante que los dos hayamos vivido tanto en Italia como España, de manera que conocemos la cultura del otro país de una manera diferente. Esto, unido al hecho de haber pasado por una empresa multinacional dedicada a la comunicación nos ha ayudado a entender el trabajo a distancia y las diferentes posibilidades. La geografía no tiene por qué ser una barrera, con una buena gestión, puede enriquecer el trabajo de un estudio de diseño.

¿Hay una gran diferencia entre los clientes de uno y otro país?

La cultura de los dos países es bastante similar, con lo cual los clientes no son muy diferentes, generalmente. En Italia, la gente es consciente de la importancia del diseño y la comunicación en sus empresas desde hace muchos años. Tienen referentes muy importantes, y no solo a nivel de moda. En España, estos conceptos llevan menos tiempo en la sociedad, es un mercado más joven que el italiano. Son dos perspectivas diferentes, pero al final, lo que cuenta es la satisfacción del cliente cuando ve un

tikrea
handmade furniture

 PHICS &
GRAPHICS



proyecto terminado, y esto es igual en los dos países. En la práctica, cada proyecto y cada cliente son diferentes, nuestro papel es adaptarnos a las necesidades de cada uno. Así que el país de procedencia es una característica más del proyecto.

¿Cómo es vuestro trabajo? ¿cómo lo definiríais?

Nuestro trabajo es colaborativo. No somos los únicos que aportamos ideas cuando trabajamos en un proyecto, nuestros clientes son el centro del proceso creativo y por eso contamos con ellos para todo. Así que hemos creado una plataforma online que nos ayuda a gestionar los proyectos con nuestros clientes y comunicarnos en cada paso del proceso. Es como

si el cliente pudiera estar en nuestro estudio de forma continuada, comprobando la evolución de sus trabajos y aportando aquellas ideas que puedan enriquecer desde su punto de vista el resultado final.

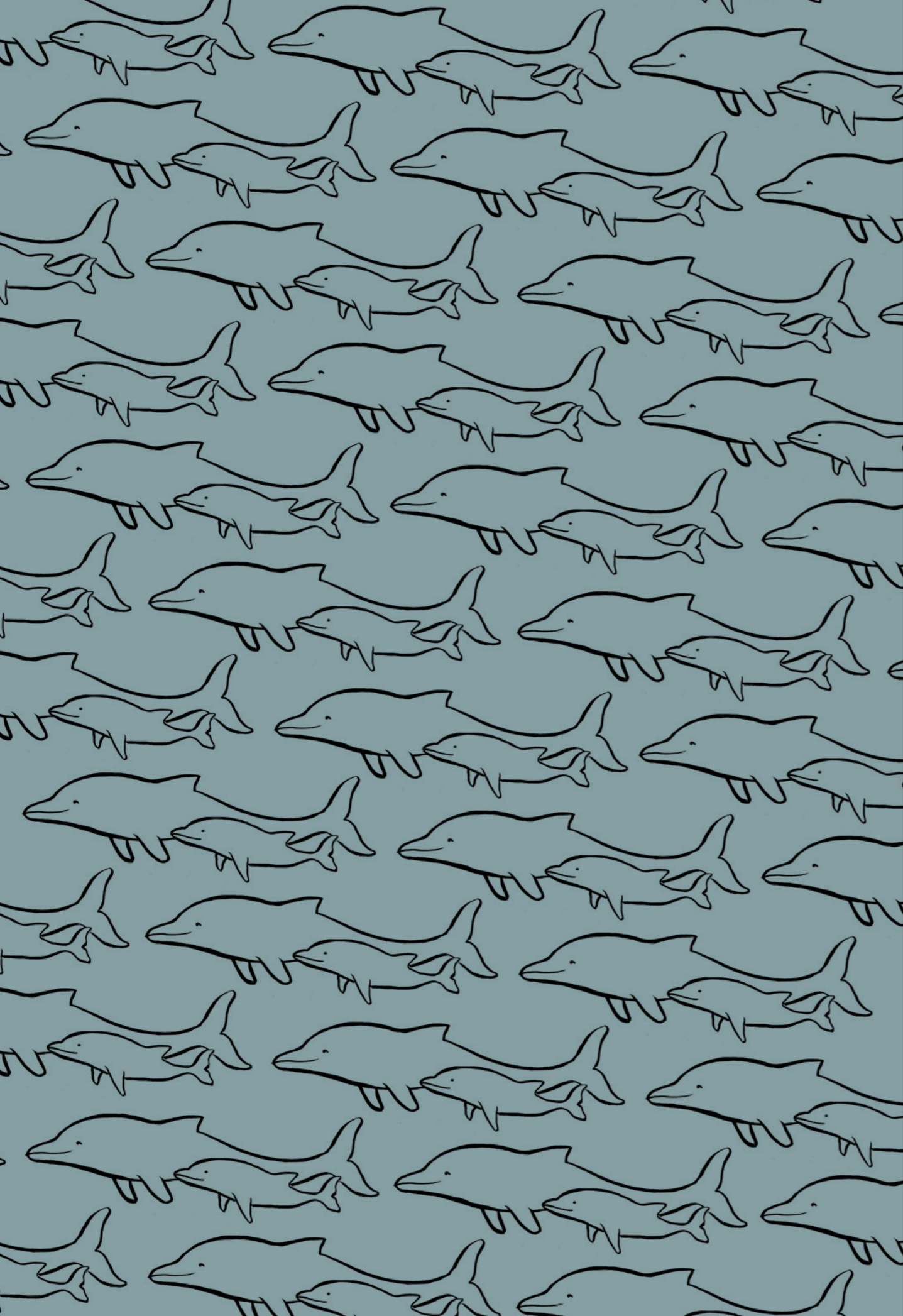
El mundo de la tecnología ha cambiado nuestra manera de trabajar, pero también ha hecho que los medios de comunicación cambien constantemente, por lo que nunca sabemos exactamente donde van a ir nuestros diseños, por mucho que intentemos planificarlo. Así que tenemos a pensar que absolutamente todo lo que hacemos se tiene que adaptar a todos los formatos, impresos o digitales, aunque nosotros no queremos poner una línea que divida lo online de lo offline porque actualmente, todo se integra dentro de una misma campaña.

¿Cuáles son vuestros retos como estudio?

Como ya hemos dicho, el diseño es un proceso creativo, y nuestro punto de partida es el branding. Nos gusta partir de las ideas clave para desarrollar un proyecto. Por eso, nuestro reto es trabajar con clientes que nos permitan empezar un proyecto desde cero y como somos un estudio multidisciplinar, colaborar con ellos para aplicar esos conceptos tan importantes en cada parte del diseño (ya sea el logotipo, la web, redes sociales, carteles...).

[+info] www.phicsandgraphics.com

Después de haber estudiado en diferentes escuelas de diseño en Italia, la Esdir en Logroño o Elisava (Barcelona), sabemos que los conceptos de diseño actualmente son globales. Así que aunque queremos seguir trabajando con Italia y España, no nos ponemos barreras geográficas para otros proyectos que puedan surgir.



CASOS PRÁCTICOS

Spearsoft, software con sello riojano

II Showroom de Arte y Moda organizado por las Cometas de Lucky en el Hotel Carlton de Logroño

Centro de Interpretación del Castillo de La Luna de Cornago, por Voxcom

Spearsoft, software con sello riojano

Enrique Fernández Martínez (Ing. Informático), Íñigo Novoa Belzuz (Ing. Téc. en Informática de Gestión), Yago Novoa Belzuz (Ing. Téc. en Telecomunicaciones I&S) y Manuel Rubio Sampedro (Ing. Téc. en Informática de Gestión), son cuatro emprendedores que a través de su empresa SpearSoft están desarrollando un proyecto empresarial basado en las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC).

En el número 35 de la Revista CEdiR, ya tuvimos noticias tuyas en relación a un novedoso proyecto de creación de nuevos contenidos multimedia a través de técnicas de visión artificial y realidad aumentada.

Como buenos emprendedores, en Spearsoft no dejan de trabajar en nuevos proyectos que tengan un alto grado de innovación, fruto de este esfuerzo han desarrollado un software para el sector fitosanitario, otro para el mundo de la sanidad, y un sistema de planificación de recursos empresariales (ERP). Por último, en su afán por explorar nuevos mercados se han adentrado en el universo de los juegos para aplicaciones móviles.

Desde el Centro de Diseño entrevistamos a los componentes de SpearSoft para conocer en profundidad sus numerosos proyectos.

Han pasado sólo unos meses desde vuestra última aparición en la Revista CEdiR, pero se puede decir que lo habéis aprovechado, ¿Cómo es vuestra dinámica de trabajo para ser tan productivos?

Como empresa joven y dinámica que somos usamos

metodologías de desarrollo ágiles como SCRUM; estas nos permiten adaptarnos, de una manera rápida y sin demasiado impacto, al desarrollo en curso, a las cambiantes necesidades del mercado o del proyecto que estamos realizando.

Gracias a estas metodologías y al esfuerzo constante conseguimos alcanzar nuestros objetivos de desarrollo en unos plazos altamente ajustados, lo que se espera de nosotros.

¿Cómo funciona vuestro software para el sector fitosanitario? ¿Qué ventajas presenta?

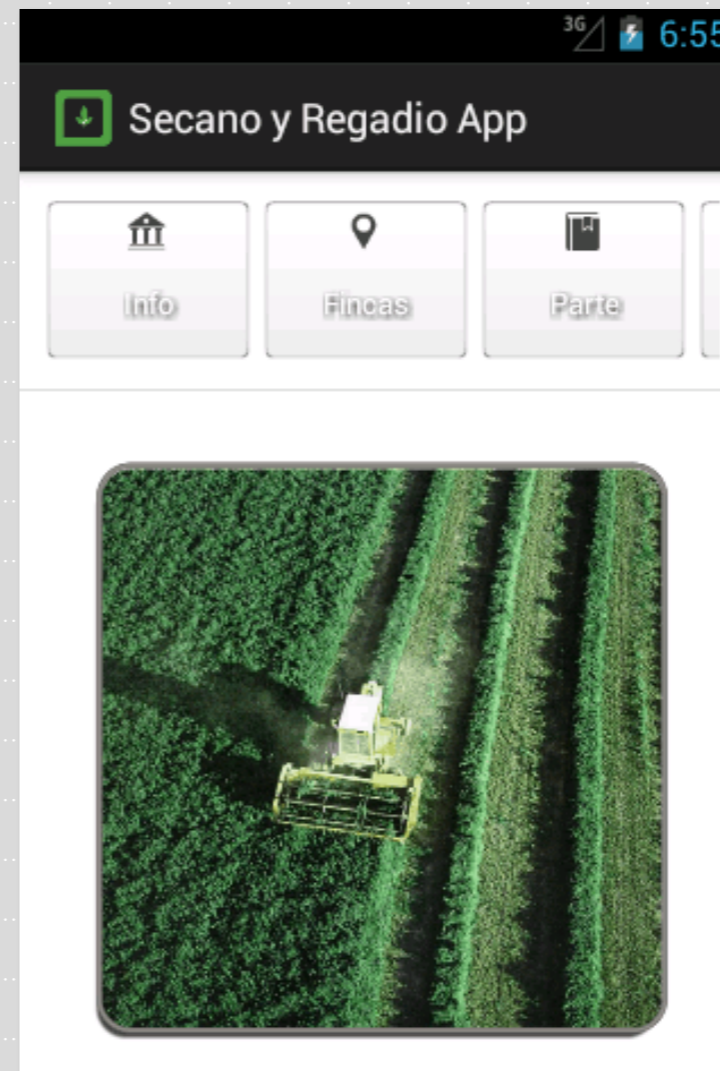
Nuestra Plataforma Cloud para la trazabilidad de parcelas, es una solución que pretende simplificar la tarea de llevar el registro de productos fitosanitarios utilizados en una explotación agraria de una manera cómoda y poco costosa para el productor.

Para ello el sistema cuenta con una aplicación móvil en la cual el productor va tomando nota de las acciones que va realizando.

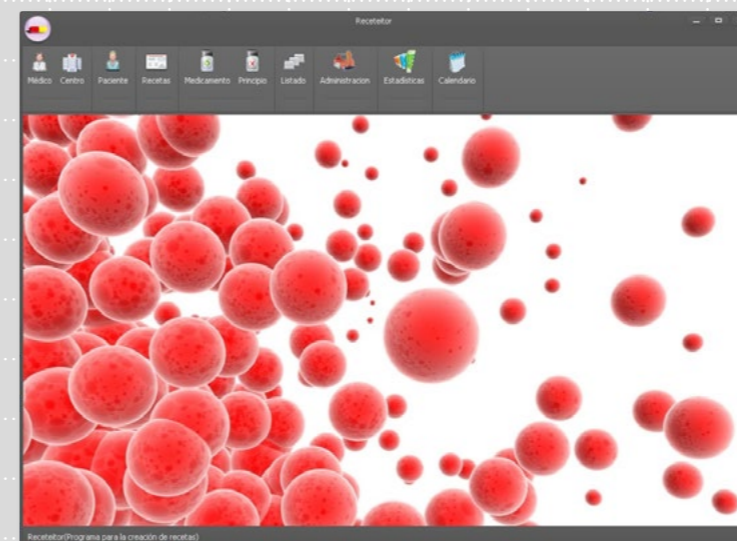
Una vez sincronizadas dichas acciones en la plataforma el productor, tranquilamente desde su casa o cualquier ordenador del mundo, puede tener acceso a estas acciones y así generar los expedientes que son requeridos por la administración pública dado que se generan conforme al impreso oficial.

¿En qué consiste el software para la sanidad? ¿A quién está dirigido?

Nuestro sistema de ayuda al recetado de medicamentos para profesionales de la salud, consigue que



Plataforma Cloud para la trazabilidad de parcelas.



Sistema de ayuda al recetado de medicamentos para profesionales de la salud.

la tarea de realizar una receta se vuelva algo tan sencillo como realizar cuatro clics en el ordenador y automáticamente se obtendrá la receta. Con sólo un clic más, será impresa en el papel oficial.

El sistema cuenta una base de datos de medicamentos totalmente actualizada y diversos modelos de recetas oficiales para que se pueda usar indistintamente en varios puntos de España.

Nos podéis explicar en qué consiste vuestro ERP...

Sonogestión es nuestro desarrollo ERP más consolidado. Ayuda en las tareas de gestión más comunes de la organización de eventos y producciones audiovisuales tanto a pequeña y gran escala.

Se trata de un sistema multiusuario, multipuesto simultáneo con sincronización automática de datos; permite que varios empleados de la oficina estén trabajando por ejemplo en la gestión del inventario a la vez y el sistema es capaz de mantener la coherencia de la información.

Nos ha llamado la atención que también estáis desarrollando aplicaciones para móviles, en concreto algunos juegos. ¿Por qué esta línea de negocio?

Como toda empresa de I+D+i siempre hay que estar explorando nuevos horizontes de mercado ya que los "smartphones" cada vez son potentes y permiten implementar tecnologías anteriormente reservadas a los equipos tradicionales como portátiles o sobremesas.

[+info] www.spearsoft.es

Tecnologías como la Realidad Aumentada, que antiguamente solo podía ser realizada en estos sistemas, ahora es fácilmente escalable a dispositivos móviles.

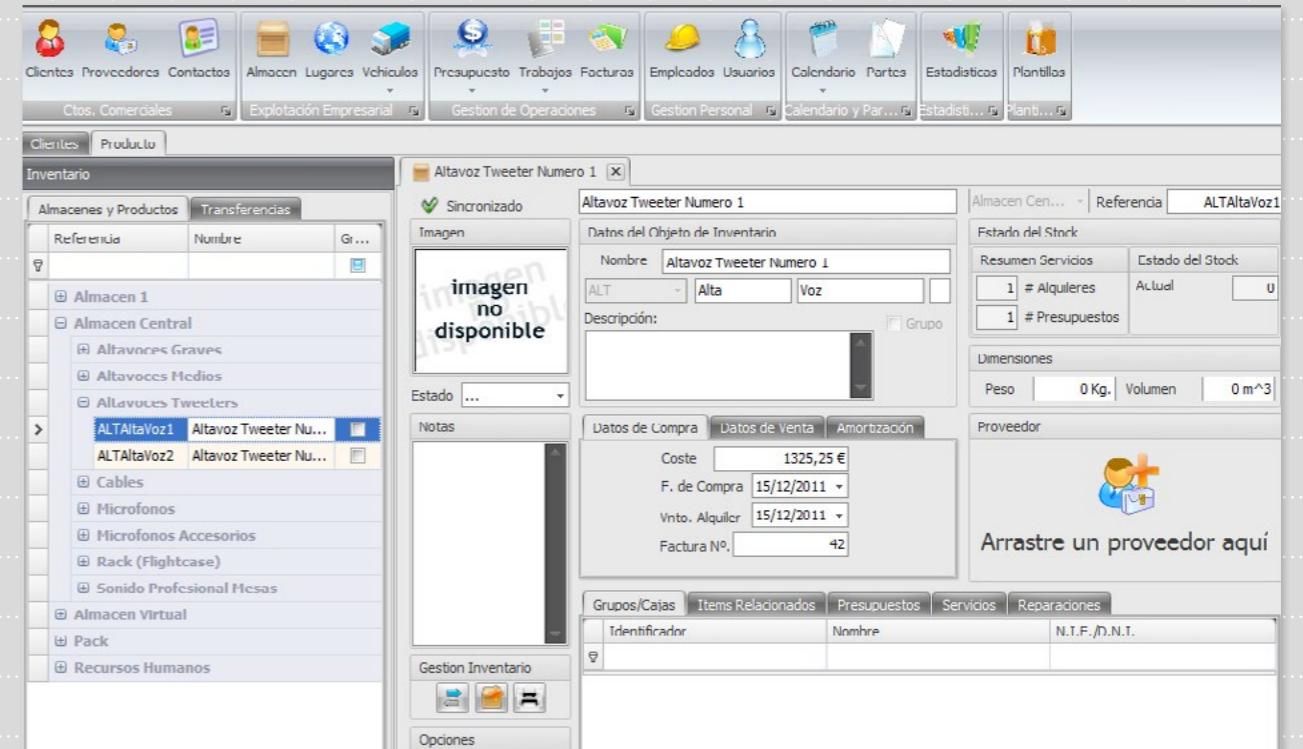
Además, para todo el equipo, fue una gran satisfacción personal el poder desarrollarlos y realizar las pruebas necesarias para su correcto funcionamiento.

¿Qué proyectos tenéis en cartera para el futuro?

En este momento nos estamos centrando en el desarrollo de la labor comercial sin dejar de desarrollar nuevos productos como por ejemplo un sistema para el uso de técnicas de minería de datos en el ámbito empresarial "Business Intelligence".

Nuestro objetivo es ayudar a las empresas a maximizar sus procesos productivos mediante la consolidación de sus fortalezas y detección de debilidades así como el control de la productividad de los empleados.

Ha sido un placer el poder atenderos y contestar a vuestras preguntas. Para cualquier duda, sugerencia o contratación nos podéis encontrar en: www.spearsoft.es



Sonogestión ERP.



Aplicaciones para móviles de juegos desarrolladas por Spearsoft.

II Showroom de Arte y Moda

*organizado por las Cometas de Lucky
en el Hotel Carlton de Logroño*

El mercado efímero Showroom-Logroño volvió a instalarse en el Hotel Carlton de la capital riojana el pasado 15 de junio. Durante toda la jornada, sus habitaciones se transformaron en atractivos escaparates donde lucieron las creaciones de una treintena de jóvenes diseñadores y artesanos de distintos puntos del país, la mitad de ellos riojanos. Si en su primera edición, hace seis meses, la iniciativa concitó a 15 participantes, ahora el número se ha duplicado.

Desde las once de la mañana y hasta las nueve y media de la tarde, cualquiera pudo acceder a este showroom para curiosear, comprar, charlar con los creadores o, simplemente coger ideas.

La singular puesta en escena invitó a recorrer las dos primeras plantas del hotel y acceder a sus habitaciones, donde camas, mesillas y armarios mudaron por unas horas sus usos habituales para convertirse en percheros, estanterías, mostradores...

Los promotores son Ana Ibáñez y su marido Nacho, una calahorrana vinculada al mundo de la moda a través de "Las Cometas de Lucky" <http://lascometasdelucky.blogspot.com.es/> su proyecto personal de camisetas hechas a mano al cien por cien.

Por otro lado entre todos los participantes se otorgó un Premio Especial a la habitación mejor decorada, entre todas las habitaciones participantes, se eligió a la mejor decorada por parte de los bloggers y el premio consistió en la participación gratuita para la siguiente edición. El premio fue para Zapaluz.

Después del éxito obtenido en los dos primeros showroom, ya han comenzado a trabajar en el tercero que se celebrará en el mes de diciembre y que seguro nos deparará nuevas sorpresas.

Participantes

Jordana Mis Cosillas
Zapaluz (Ganadora 2ª Edición)
Mándragora, Bisutería divertida
Inkietudes
El Atelier, con mis manos
Las Cometas de Lucky + Sweet Emotion (Colabora)
Printzesa
Bisutería 21trece (Ganadora 1ª Edición)
Maisó Opticos
Conuve complementos
Molonas
Original Nutta
Pretruska Alri
Rituals Spain (Logroño)
Petite Amelia
Misasi Maria
Mary Key
Zuriñe Tirado
El Taller de Petunia
Jose Maria Ferrer
Hilvanes de Colores
Flamingos
Madame Kivi
Horror Box
Beatriz Zangroniz Hernan
Lapusa_Bcn
Amai
Cafes Gold
Bo Mambo

Fotografías:

Paolo Sapia (www.paolosapia.com)



Centro de Interpretación del Castillo de La Luna de Cornago, *por Voxcom*

Ángel Sánchez y Beatriz Torres, están al frente del proyecto empresarial de Voxcom, un nuevo modelo de agencia capaz de integrar y gestionar de forma homogénea, eficaz y rentable todas las necesidades de comunicación de la empresa.

Uno de sus últimos proyectos es el Centro de Interpretación de Cornago. Este proyecto define las bases para el conocimiento museográfico de un conjunto patrimonial singular. Revaloriza el espacio y le aporta una función de difusión cultural. Actualmente es el símbolo y el testimonio por excelencia del pueblo de Cornago. Su singularidad favorece su doble misión de erigirse como un centro difusor del conocimiento del Castillo y su historia.

¿Qué es Voxcom?

Voxcom es, ante todo, un nuevo modelo de agencia de comunicación que surge de la constatación del cambio de paradigma que, desde hace unos años, se está producido en la comunicación. Los medios de comunicación han cambiado, las herramientas se han desarrollado y los consumidores también han evolucionado en su forma de relacionarse con los medios y con las marcas. Por esta razón, las necesidades de la empresa ahora son también distintas.

Voxcom da una respuesta integral y profesionalizada a las necesidades de comunicación de las empresas.

¿Cómo se afronta un proyecto de este tipo?

Ante todo entendiendo que cualquier proceso de diseño ha de responder a un objetivo concreto, y en el caso del Centro de Interpretación de Cornago es servir de elemento de tracción turística; hacer que el visitante se quede un día más, teniendo una experiencia cultural diferente y completa.

Para ello, lo primero que hicimos fue analizar los diferentes ejes temáticos existentes en la zona y, tras un proceso de investigación, nos dimos cuenta de que desde el Castillo de Cornago se podía dar continuidad a un eje histórico que nos lleva desde el s. IV a. de C. en Contrebia Leucade hasta prácticamente el s. XVI d. de C.

Posteriormente vino la investigación en profundidad y el establecimiento de las conexiones que podíamos realizar desde el Castillo de Cornago con hechos relevantes de nuestra historia, desde la invasión árabe hasta el fin del feudalismo y el inicio de la edad moderna, pasando por el inicio de las peregrinaciones a Santiago de Compostela - que a su vez entronca con el camino de las estrellas - la Reconquista, el cisma de Occidente, en el s XV, etc. Pero todo ello, teniendo siempre como eje conductor a Cornago.

Una vez definido el contenido, se trataba de estructurarlo en diferentes salas a través de un proyecto museográfico bien conceptualizado que facilitara la interpretación de lo que queríamos transmitir; definir los flujos, los ritmos y las interacciones con el visitante, para ofrecer una adecuada experiencia de usuario.



Ángel Sánchez y Beatriz Torres, están al frente de Voxcom

A partir de aquí entra el diseño.

¿Conceptualmente, el proyecto en qué se ha basado? ¿En qué partes se ha dividido el museo?

La propia investigación nos marcó la Luna como eje conductor del proyecto en un triple sentido:

1. La media luna islámica como símbolo de la dominación árabe del territorio a través de la dinastía de los Banu Qasi, cuyo origen se remonta al noble visigodo Cassio.
2. La luna como símbolo de los señores de Cornago: los Luna; con Álvaro de Luna, condestable de Castilla en tiempos de Juan II, como figura más representativa.
3. La luna como elemento del cielo de Cornago, enmarcado dentro de la Certificación Starlight de la Reserva de la Biosfera.

De esta manera, el planteamiento del Centro de Interpretación ha sido cohesionado mediante la Luna como hilo conductor, un elemento común que pone en valor el relato histórico del Castillo de Cornago.

El Centro de se divide en cuatro espacios diferenciados temáticamente:

La Sala I nos introduce en los reinos visigodos y nos presenta la invasión árabe de la Península Ibérica y el valle medio del Ebro; en la Sala II, la Reconquista con Cornago en el epicentro de la formación de los reinos cristianos de Navarra, Aragón y Castilla. En la Sala III, se recrea La Casa de Los Luna, propietarios del castillo: Don Álvaro de Luna, su hija María de Luna, y su tío D. Pedro de Luna, más conocido como "El Papa Luna". La Sala IV, se muestra la vida en el castillo; una etnografía de las formas de vida y su doble función de espacio, de relación social y de bastión defensivo de un territorio, el modelo de vida feudal así como la evolución del Castillo de Cornago desde el siglo VIII hasta su remodelación en el s. XVI.

¿El uso de interactivos permiten profundizar en los contenidos?

En efecto, los interactivos permiten estructurar el contenido en niveles de conocimiento que el visitante puede adaptar a su exigencia personal. Al tiempo que proporciona una experiencia personal más intensa con el contenido.

En el Centro de Interpretación del Castillo de La Luna, se puede acceder desde la información general sobre la invasión árabe de la península pero tam-

bién puede profundizar para conocer la realidad y la leyenda de la batalla de Clavijo, o la importancia de batallas decisivas de la reconquista como las Navas de Tolosa; además se puede conocer la historia de este territorio fronterizo, asociado a la evolución histórica que se está produciendo en cada momento.

¿Cómo se ha conjugado la gráfica con la historia que cuenta el museo?

Todo el Centro de Interpretación respira un mismo aire general, una misma gráfica que le aporta coherencia, pero a medida que se avanzan en las diferentes salas las imágenes se vuelven más elaboradas, acompañando la evolución que se produce en el arte a lo largo de estos siglos. No olvidemos que empezamos en el s. VIII con el Románico y terminamos en el s. XVI, cuando Leonardo está pintando La Gioconda o Miguel Ángel se dispone a esculpir su David.

Todo esto se deja ver sutilmente en el tratamiento gráfico que se le ha querido dar al museo.

¿Cómo se puede medir el éxito de un museo?

Creemos que el éxito de un Museo, o de un Centro de Interpretación en este caso, no se ha de medir por el número de visitantes que recibe, sino por el número de visitantes a los que ha enseñado alguna cosa. No se mide por el número de objetos que expone, sino por el número de objetos que los visitantes han logrado entender de su entorno humano; no se mide por su extensión, sino por la cantidad de espacio que el público puede, de manera razonable, recorrer en aras de un verdadero aprovechamiento. Este es el verdadero éxito de un museo.

En este caso pretendemos que el visitante, aparte

de un conocimiento y una experiencia, se lleve en su interior la constatación de que la historia que le hemos contado es parte de su propia historia y, por lo tanto, le pertenece.

Por otro lado está la labor de dinamización de este Centro, que corresponde a su ayuntamiento, y que ha de ser capaz de atraer visitantes y seducirlos con una propuesta más amplia de todo el territorio, para que se queden un día más o decidan volver en otro momento, así como de transmitir su experiencia a su entorno para generar más visitas.

¿Cuáles son vuestros próximos retos como empresa?

Continuar por la línea que hemos emprendido. Cuatro años después de nuestra constitución, parece que el modelo de agencia que proponemos se está imponiendo. Nos gusta crecer, aprender, colaborar y desarrollarnos con proyectos que nos ilusionan y nos alimentan.

En este sentido estamos trabajando en diferentes proyectos relacionados no sólo con la interpretación cultural, sino con otros sectores como el calzado, un sector estratégico que tiene que despegar adecuando sus modelos de comercialización a las nuevas exigencias del consumidor, bodegas y el enoturismo (que tienen mucho que ver con la interpretación cultural), la innovación o la dinamización comercial. De todos aprendemos y en todos podemos aportar la experiencia que vamos acumulando.

También estamos trabajando con proyectos innovadores en otras comunidades autónomas y nos planteamos el hecho de dar el salto e implantarnos en ellas, pero siempre siendo conscientes de que Voxcom no quiere ser una agencia grande, sino una gran agencia.



