

BOLETÍN INFORMATIVO

del CENTRO de DISEÑO INTEGRAL de LA RIOJA

año 3 / número XIV / diciembre 2005

Gobierno de La Rioja
www.larioja.org



Agencia de
Desarrollo Económico
de La Rioja



CEDiR
CENTRO DE DISEÑO INTEGRAL
DE LA RIOJA

ÍNDICE

<i>Reportajes</i>	<i>4</i>
<i>Entrevista</i>	<i>9</i>
<i>Noticias</i>	<i>10</i>
<i>Agenda Nacional</i>	<i>14</i>
<i>Legislación</i>	<i>16</i>
<i>Publicaciones</i>	<i>18</i>
<i>Web</i>	<i>21</i>
<i>Caso Práctico</i>	<i>23</i>

EDITORIAL

2001 - 2005 Cinco años apostando por el diseño

En el año 2001, la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), creó el Centro de Diseño Integral de La Rioja (CEDiR), con el doble objetivo de impulsar el diseño entre las Pymes de La Rioja y de promocionar a los diseñadores de nuestra Comunidad.

Desde la ADER habíamos constatado que la mayor parte del tejido empresarial riojano no utilizaba el diseño como herramienta de competitividad y en consecuencia disminuían las posibilidades de competencia frente a otros mercados que llevan años explotándolo u otros que simplemente compiten bajando los precios a niveles inadmisibles para nuestras empresas.

En el Centro de Diseño, entendemos el concepto "Diseño" de una manera global y para nosotros el diseño comienza por la elección del lugar de trabajo que debe responder a una estrategia empresarial. Existe una relación muy estrecha entre lo adecuado del entorno y la productividad, y con la imagen interna y externa que pretende proyectar la empresa. Después, no basta con un producto de calidad, sino que su diseño debe adaptarse a las exigencias del mercado al que va dirigido.

Luego, ese producto hay que saber "vestirlo" con un buen diseño gráfico que además de hacerlo más atractivo sea didáctico de cara al consumidor.

Otro punto que consideramos fundamental en la ADER es la creación de imagen de marca por parte de las empresas riojanas, ya que la marca se convierte en un valor incalculable y en muchas ocasiones nuestra marca es nuestra mejor tarjeta de presentación. Como ejemplo, basta con citar la palabra Rioja y en cualquier país del mundo la relacionaran inmediatamente con uno de los vinos de mayor prestigio internacional.

Por último, también entendemos que el diseño es innovación - no solo diseño de producto - y que las empresas riojanas deben aprovecharse de las nuevas tecnologías para promocionarse, tal vez la puerta más inmediata sea la creación de una página web, pero insistimos en que una web debe estar bien planificada y mantenerse activa ya que si no lograría el efecto contrario al pretendido.

En estos cinco años, nuestras actuaciones han estado dirigidas a solucionar los problemas en materia de diseño que hemos

detectado y han sido numerosos los proyectos piloto encaminados a facilitar la incorporación del diseño a las Pymes, como: DA. Industria, DA. Comercio y Diseño Tutelado para el Sector del Mueble.

No sólo se han apoyado los proyectos piloto, sino que a través del Plan de Competitividad de la Pyme (PCC), se han apoyado iniciativas empresariales a título individual, encaminadas a incorporar el diseño en su estrategia empresarial.

También se han realizado esfuerzos para animar a las empresas riojanas a impulsar el valor de sus bienes intangibles -la marca- y la reciente creación del Centro Regional de Información de Patentes de La Rioja facilitará a las empresas las cuestiones relacionadas con este asunto.

La promoción y la gestión de recursos de diseño han sido otro de los puntos fuertes de nuestra gestión, con actuaciones como: la Guía de Recursos 02 y 05, la página web y el Boletín del CEDiR, Ciclo Jueves de Diseño, Exposiciones, etc.

Por último, también hemos mostrado interés en acercar la importancia del diseño a los ahora estudiantes, pero que en un

futuro cercano se convertirán en profesionales del diseño o en empresarios, en este campo hemos apoyado las Jornadas de Diseño de la Escuela de Arte y hemos organizado el Curso de Diseño y Competitividad en la Universidad de La Rioja.

En estos cinco años, hemos contado con la ayuda de los diferentes instituciones que integran el Comité Asesor del CEDiR y en estas líneas queremos mostrar nuestro agradecimiento a las mismas y les animamos a seguir colaborando con nosotros en la tarea de ayudar a nuestras empresas a incorporar el diseño a su estrategia empresarial, una incorporación que aumenta día a día, pero a la cual le queda un largo camino por recorrer. ♦

* - continúa en, otras páginas centrales -



Javier Eno Urzúa
Presidente de la ADER

2001-2005 Cinco años apostando por el diseño

Proyectos y relaciones con las empresas

Diseño Aplicado a la Estrategia Empresarial.

Metodología que aplica el diseño a la mejora de la comunicación de productos y servicios o a la identidad corporativa.

DA. Industria I 2001-2002

Inversión total 280.957,00 €
Subvención ADER 268.936,80 €

DA. Industria II 2004-2005

Inversión total 309.395,71 €
Subvención ADER 247.516,57 €

DA. Comercio I 2002-2003

Inversión total 370.000,68 €
Subvención ADER 351.227,80 €

DA. Comercio II 2004-2005

Inversión total 390.899,50 €
Subvención ADER 312.719,60 €

100 Empresas se han beneficiado de estos proyectos.

106 Profesionales del diseño han participado en los cuatro proyectos.

1.180.400,77 € Inversión ADER en los Proyectos DA.

* En la actualidad esta en marcha el tercer proyecto DA. Comercio.



Proyecto DA.



Diseño Tutelado del Mueble

Diseño Tutelado para la Industria del Mueble de La Rioja 2003-2006

Fase I. Diez empresas riojanas han trabajado con diez diseñadores de producto para llegar a la realización de prototipos que apuestan por la innovación a través del diseño.

Inversión total 290.156,00 €
Subvención ADER 273.156,00 €

Fase II. Se han desarrollado herramientas para la estrategia comercial (catálogos, displays, imagen de producto, etc.) y lanzamiento de nuevo producto.

Inversión total 361.937,00 €
Subvención ADER 289.549,60 €

20 Empresas se han beneficiado de este proyecto.

20 Profesionales del diseño han participado en estas dos fases.

562.705,60 € Inversión ADER en el Proyecto Diseño Tutelado.

2001-2005 Cinco años apostando por el diseño

Apoyo individual a las empresas riojanas

La ADER, a través del Plan de Competitividad de la PYME, en su categoría de diseño a apoyado de manera individual a más de 400 empresas riojanas en su proceso de incorporación del diseño como herramienta de competitividad empresarial.

AÑO 2001 Inversión ADER 533.168 €

AÑO 2002 Inversión ADER 1.342.137,85 €

AÑO 2003 Inversión ADER 1.442.624,68 €

AÑO 2004 Inversión ADER 1.409.740,59 €

AÑO 2005 Inversión ADER pendiente del cierre del ejercicio 2005.



Gestión de Recursos

Guía de Recursos 2002 - Guía de Recursos 2005

Una herramienta de consulta a la hora de contratar un servicio de diseño y un instrumento de promoción de los profesionales del diseño riojano.



Guía de Recursos 2002-2005

Web CEdIR 2002 - Web CEdIR 2005

La web del CEdIR evoluciona adaptándose a las nuevas tecnologías y ofreciendo renovados contenidos y servicios, como ; biblioteca, bolsa de trabajo, foro, encuestas, etc.



Web 2002-2005

Boletín CEdIR

Tiene como objetivo principal promocionar el diseño y a los diseñadores de La Rioja. Además, de ser una referencia para el mundo empresarial a la hora de obtener información sobre esta materia. El boletín lo realiza cada vez una empresa de diseño riojana.

* Además, se dispone de información evaluada y procesada relativa al sector y a la disciplina; ayudas, premios, concursos, becas, exposiciones, cursos, seminarios, certámenes y jornadas. Así como; novedades tecnológicas, tendencias del mercado, consulta de base de datos del sector; directorios de profesionales, instituciones con competencias en diseño, empresas, etc.



Boletín CEdIR

2.000 Ejemplares de las Guías y más de 10.000 Boletines distribuidos entre empresas riojanas e instituciones regionales, nacionales e internacionales. En total, la ADER ha invertido 116.000,00 € en gestión de recursos de diseño.

2001-2005 Cinco años apostando por el diseño

Promoción

- **Concurso de Diseño del Mueble** 7 ediciones.
- **Muestra de la Creatividad Empresarial** 18 ediciones.
- **Ciclo Jueves de Diseño:** *Carlos Rolando, Patí Nuñez, Pepe Cortes, Isidro Ferrer, André Ricard, Norbert Tomás, Ramón Benedito, Norberto Chaves, Ignacio Quemada.*
- **Exposiciones:** *Premios Laus, Muestra Urbana "Los Ojos del Diseño", etc.*

Consideramos imprescindible generar una cultura del diseño entre los empresarios nicaragüenses y toda la sociedad en general. Son más de **10.000** personas las que han participado en nuestras actividades de promoción.

100.000€ Inversión ADER en actuaciones de promoción del diseño.



Promoción

Formación

Profesionales

Uno de nuestros objetivos es poder acercar distintos aspectos del diseño a empresarios y profesionales del diseño, desde la creación del Centro de Diseño hemos diversificado nuestra oferta haciendo especial hincapié en puntos que consideramos fundamentales en la gestión del diseño.

- **Curso Diseño con Materiales plásticos.**
- **Proceso de Diseño en el Sector Calzado.**
- **Diseño e Internacionalización.**
- **Diseño, Moda e Internacionalización.**
- **Diseño y Ergonomía.**
- **Diseño e Infografía.**
- **Packaging.**
- **Legislación.**
- **Gestión Estratégica de Marcas.**

300 Empresas han pasado por los diferentes cursos que hemos organizado.

54.000€ De inversión ADER en formación especializada para empresarios en materia de diseño.

2001-2005 Cinco años apostando por el diseño

Formación

Estudiantes

Es fundamental que los ahora estudiantes conozcan las ventajas que ofrece el diseño como herramienta competitiva, en este sentido desde la ADER, a través del CEDiR, nos hemos involucrado en diferentes iniciativas con el fin de acercar el diseño a los universitarios, alumnos de formación profesional y a los futuros profesionales del diseño.

• **Cursos de Diseño y Competitividad en la Universidad de La Rioja** más de 300 matriculados en sus dos ediciones.

• **Jornadas de Diseño de la Escuela de Arte de Logroño** con una media de 600 asistentes en cada edición.

• **Conferencias en Formación Profesional** más de 80 alumnos han conocido de cerca experiencias empresariales que les acercaron el mundo del diseño.

En total, la ADER ha invertido 32.000 € en formación complementaria para estudiantes en materia de diseño.



Formación

Relaciones Institucionales

1. **El Centro de Diseño ha ingresado en la Federación Española de Entidades de Promoción del Diseño (FEÉPD).**

2. **Firmó un Convenio de Colaboración con el Centro Aragonés de Diseño Industrial (CADII) y ha colaborado puntualmente con otros Centros de Diseño, como Barcelona Centro de Diseño (BCD).**

3. **Se ha trabajado con Centros Tecnológicos como el Instituto Valenciano de Biomecánica (IBV) o la Fundación Catalana de Empresas de Modas y Matrices (ASCAMM).**

4. **La ADER, a través del CEDiR, ha contado con la colaboración de todas las instituciones riojanas que conforman el Comité Asesor del Centro de Diseño: FER, Cámara de Comercio, Club de Marketing, COAR, Escuela de Arte, Colegio de decoradores y Dirección General de Educación.**



Relaciones Institucionales

REPORTAJES

Ciclo Jueves de Diseño: tres años de citas con el diseño

Los Jueves de de Diseño son una iniciativa de la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), canalizada a través del Centro de Diseño Integral de La Rioja (CEdiR) y en colaboración con el Club de Marketing de La Rioja.

En el año 2003, se puso en marcha este ciclo de conferencias con la intención de traer a La Rioja diversos ponentes de relevancia en el mundo del diseño nacional e internacional. El Ciclo nació con la pretensión de ser un centro de reunión para todas las partes interesadas en el desarrollo del diseño en La Rioja.

Tenemos que retroceder hasta abril de 2003 para encontrarnos con el primer



Diseño de Carlos Rolando para Camper, 1985.

Jueves de Diseño que se realizó, bajo el título "Si el 2001 fue la fecha de caducidad del futuro, ¿dónde estamos?"; la ponencia corrió a cargo de del diseñador argentino

Carlos Rolando, autor de imágenes corporativas como Camper, Fagor y Pegaso.

En junio de ese mismo año pudimos disfrutar con la presencia de Pati Núñez, que impartió una conferencia sobre las tiendas Vinçon y sus famosas bolsas comerciales, de las que ella a diseñado un gran número. El objetivo de esta ponencia fue demostrar como las bolsas se pueden convertir en un soporte gráfico excepcional para difundir la imagen de marca de cualquier empresa que no destine un gasto específico a publicidad, como pueden ser los comercios.



Bolsa Vinçon.

En octubre, nos visitó Pepe Cortés, diseñador de origen riojano afincado en Barcelona. El ponente centro su charla en el diseño de interiores y situó sus visiones

del diseño entre dos de sus obras más significativas, el restaurante "Tragaluz" (Premio FAD 1990 de la opinión popular) y la tienda "CaixaForum" (Premio FAD 2003 de Interiorismo).



Restaurante Tragaluz, Pepe Cortés 1990.

El Ciclo también contó ese año con la presencia en noviembre de Norberto Chaves, experto en marcas empresariales, que se ha convertido en un clásico



Norberto Chaves.

para los profesionales del diseño gráfico desde que en 1988 publicará su libro "La Imagen Corporativa".

El Premio Nacional de Diseño, Isidro Ferrer, cerró el 2003 con una conferencia que ofreció un pequeño recorrido por el cambiante y sugerente mundo de las palabras de la mano de alguno de sus libros favoritos y de su particular universo ilustrado, todo ello bajo el sugerente título "Al pan pan y al vino pan, la utopía de soñar el diseño".



Cartel San Isidro 2002, Isidro Ferrer.

REPORTAJES

Norbert Tomás Bilbeny "Fotografía publicitaria: obra de encargo vs obra creativa"

19 de octubre de 2005.

Norbert Tomás es fotógrafo profesional y actualmente es el Presidente de la Asociación de Fotógrafos Profesionales de España. También es miembro del Comité Organizador de Sonimagfoto (feria de referencia de la fotografía profesional y de consumo) y del Consejo de Creadores Visuales VEGAP.

Norbert realizó un extenso repaso de la situación de la fotografía publicitaria en España; como es la relación entre fotógrafo y empresa, que se cataloga como fotografía publicitaria, historia, legislación, etc. Norbert no se considera un artista en el sentido romántico de la palabra, aunque sí un "creador".

El ponente explicó hacia dónde se dirige la fotografía publicitaria, "tengo conocimientos más o menos futuristas de hacia dónde va, pero las tendencias las perfilan muchas veces los spots que imitan

las estéticas que marca el cine y luego requieren a los fotógrafos para que realicen imágenes de este tipo".

Para Norbert, "la imagen nos es tan vulgar como algunos pretenden. Algunas de ellas van a ser verdaderos iconos de su época".

El conferenciante reflexionó sobre algunas tendencias actuales, como la fotografía casual, que es una estética del movimiento, del desenfoque, de la improvisación y rompió una lanza en favor de la fotografía de reportaje social (bodas, comuniones, etc.), que algunos compañeros realizan con gran profesionalidad e incorporando nuevos enfoques.

También hubo tiempo para mirar al pasado y ver algunos de los trabajos pioneros de este tipo de fotografía en España, fue curioso observar como imágenes utilizadas para la publicidad, luego tienen un gran poder evocador y entroncaban con muchos de los ismos de aquellos años. ▶

Ya en el año 2004, el prestigioso arquitecto riojano Ignacio Quemada Sáenz-Badillos nos explicó personalmente los detalles de su diseño para las Bodegas Juan Alcorta (seleccionadas para los Premios FAD de Arquitectura). La charla se realizó en la propia bodega para aprovechar los insuperables espacios que esta ofrece y la finalidad era mostrar la relación creciente entre la arquitectura y el diseño en la cultura del vino.



Bodegas Juan Alcorta de Ignacio Quemada.

El 2005 se inauguró, con una charla impartida por el prestigioso diseñador André Ricard, Premio Nacional de Diseño y uno de los pioneros del diseño de producto en España.

Ricard tiene en su haber numerosos galardones; objetos, como la antorcha olímpica de Barcelona '92, el antipolillas de Orión o el cenicero Copenhague. Además, de múltiples ideas para empresas y firmas internacionales que avalan su



Eau de Toilette Carmen, André Ricard 1992.

impecable trayectoria. André, ofreció la claves del éxito: el producto debe ser oportuno, útil y ha de conquistar visualmente. ◆

REPORTAJES

Ramón Benedito "Diseño y Desarrollo de Producto"

Por último, añadir que Norbert realizó una firme defensa de la profesión y de los derechos de propiedad intelectual de los fotógrafos sobre sus trabajos. Desde el Centro de Diseño consideramos que la fotografía profesional es una excelente herramienta que las empresas riojanas deben utilizar a la hora resaltar sus productos, ya que una mala imagen puede echar por tierra un buen producto. ♦



El paciente Norbert Izquierdo (Izquierda) y Florencio Nicolás Aransay / Gerente de la ADER.

17 de noviembre de 2005.

El Ciclo Jueves de Diseño se despidió hasta el 2006 con la visita de todo un Premio Nacional de Diseño (1992) y uno de los pioneros del diseño de producto en España. Fundador en 1973 de Benedito Design, equipo cuya actividad principal es el diseño y desarrollo de producto industrial, ha realizado una intensa labor docente en Elisava, Eina y UPC y colaborado estrechamente con distintas instituciones de la cultura del diseño, como el BCD, ADIFAD y el KIDP.

Benedito, realizó un largo repaso a sus creaciones, que incluyen piezas de mobiliario urbano, decoración e iluminación, objetos de uso cotidiano, automoción, instrumentos técnicos, etc. Y es que según palabras del diseñador, "La diversificación permite una comprensión más globalizadora del entorno".



Ramón Benedito

Ramón Benedito y su equipo, durante sus treinta años de dedicación al diseño y al desarrollo de producto, han actuado bajo el signo de la diversidad y el rigor, como quedó patente en la conferencia. Benedito ha desarrollado proyectos para empresas tan distintas entre sí como Acesa, Carlsberg, Compak, Contener, Diagnòstic Grifols, Escolfet, Fujitsu, Grok, Henkel, Indo, Indra, La Caixa, Quality Espresso, Rank Xerox, Renfe, Repsol, Retevisión, Roca, Rós's, Santa & Cole o Volpak, entre otras, y como mostró, ha mantenido una gran coherencia formal en sus proyectos.

Benedito ha desarrollado sus proyectos, bien en solitario, bien con Transatlàntic, el grupo de diseño experimental que formó Benedito con Lluís Morillas y Josep Puig, durante los años 1984 a 1989, bien en colaboración. Es el caso del proyecto "Urbi, un medio de transporte urbano de uso



Lavabo Kalahari

privado", ideado conjuntamente con el diseñador Ramón Oriol, en 1994.

Tal como reflexiona Alessandro Mendini, director del Instituto Europeo de Diseño de Barcelona, "Hace tiempo encontré en mi escritorio un libro que Ramón amablemente me había regalado: Wabi-Sabi para Artistas, Diseñadores, Poetas y Filósofos de Leonard Koren, en el cual se escribe: La simplicidad es el estado de gracia al que llega una inteligencia sobria, modesta y sinceramente sensible. La estrategia principal de esta inteligencia es la economía de medios. Ir reduciendo hasta la esencia, pero sin quitarle la poesía. Mantener las cosas limpias y sin estorbos, pero sin esterilizar. En la descripción de este concepto de simplicidad de la filosofía Wabi-Sabi está -a mi entender- la quintaesencia de los proyectos de Ramón Benedito".



Helodoro Marino Speed

En definitiva, pudimos disfrutar de una charla marcada por la heterogeneidad y el rigor en el diseño, dos claras características que pueden vislumbrarse en el diseño de Benedito. ♦

REPORTAJES

Desayunos de Diseño

Con Norbert Tomás la ADER, a través del CEDiR y en colaboración del Club de Marketing se inició una novedosa actividad que se desarrolla paralelamente al Ciclo Jueves de Diseño. Se trata de aprovechar la presencia en nuestra Comunidad de estos prestigiosos conferenciantes para organizar desayunos en los que el ponente pueda tener una reunión distendida con profesionales o empresarios riojanos que tengan que ver con la actividad del ponente que nos visita.

En la primera ocasión y dada la profesión de fotógrafo de Norbert Tomás se consideró oportuno organizar un encuentro con todos los estamentos riojanos involucrados en el desarrollo de esta profesión en La Rioja, al desayuno asistieron fotógrafos profesionales, responsables de agencias de publicidad, docentes, etc.

El segundo encuentro, tuvo como invitado a Ramón Benedito y el diseñador de producto compartió mesa con empresarios del mueble, el calzado y el metal, así como con diseñadores de producto afincados en nuestra Comunidad. Los temas desarrollados fueron numerosos, como: situación actual de la práctica profesional, evolución tecnológica, sostenibilidad,

globalización, deslocalización y demanda de valor añadido a través del diseño de producto.

El objetivo final de esta experiencia es crear un foro de debate entre empresas y profesionales en el que puedan surgir sinergias que esperamos se concreten en un futuro cercano. Además, estos desayunos de trabajo sirven para sacar conclusiones reales sobre la situación de los diferentes sectores empresariales a nivel internacional, nacional y regional. ♦



Asistentes al desayuno con Norbert Tomás, jueves 20 de octubre.



Asistentes al desayuno con Ramón Benedito, viernes 18 de noviembre.

ENTREVISTA

Mario San Juan

1. ¿Quién es Mario San Juan?

Un amante de la creatividad que ha tenido la inmensa suerte de poder desarrollarla profesionalmente en el campo del diseño y la publicidad apoyado por un grupo de personas excepcionales.



Mario San Juan y Gabi

2. ¿Puedes comentar un poco cómo ha sido tu trayectoria profesional?

Tras dedicar unos años a la enseñanza del diseño y la fotografía y a la realización de distintos encargos gráficos (fundamentalmente carteles), allá por el año 80, conocí a Gabriel Santolaya con quien creé el embrión del actual ICE Comunicación; fueron desapareciendo las altas mesas de dibujo (que no las herramientas), llegó el ordenador, llegaron nuevas técnicas de trabajo y de organización, llegó el marketing, y lo más importante, poco a poco fueron llegando quienes hoy integran las trece personas del equipo de ICE.

3. ¿Cómo defines tu trabajo?

Trato de no perder el norte de la creatividad en cada uno de mis movimientos: diseños, ideas, proyectos, campañas. La creatividad está presente en la primera entrevista con un posible cliente. Trato de aportar mi experiencia a los compañeros con más y mejores conocimientos técnicos, artísticos o estratégicos que yo considero; es la base de un buen trabajo de equipo.

Ya nadie hace grandes cosas solo. Los grandes nombres son sólo marcas, marketing y comercio.

4. ¿Cómo ves el panorama del diseño gráfico en La Rioja?

Evidentemente - y aunque sólo sea por número de habitantes - es lógico que aquí en La Rioja, y fundamentalmente en Logroño, el número de grandes diseñadores en proporción con capitales más grandes ha de ser menor. También serán menores los puntos de encuentro de los diseñadores, los foros de discusión, los retos personales, las pistas de crecimiento profesional. Hay muy buenos diseñadores aquí, algunos realmente brillantes, de nivel nacional o internacional, pero hay muy pocos equipos que permitan un adecuado crecimiento personal y profesional, en los que exista suficiente libertad de movimientos, tecnología y medios, trabajos relevantes y compañeros competentes con hambre de cultura gráfica.



5. ¿El trabajo del que te sientas más orgulloso?

Por cuándo llegó (el mítico 92), por lo que significaba y por las personas que nos permitió conocer y tratar, la creación del logotipo de la Universidad de La Rioja. Más recientes, y ya con Javier Euba* gran diseñador-integrado como director de arte en el equipo de ICE, el nombre e imagen de Riquiform, el logotipo de Divastia Vivanco, o la línea de cocinados Cidacos (un gran trabajo de equipo), sólo por citar algunos.

6. ¿Un cliente para el que te gustaría trabajar?

Alguien con quien su propio conocimiento del producto o empresa suponga el 50%, y la confianza absoluta en lo que nosotros hacemos sea el otro 50%. Ahí se establecerá el debate y el diálogo, el pulso.

Si esta balanza se desequilibra sistemáticamente hacia quien paga, el trabajo no resulta especialmente gratificante, pero ayudará a pagar las nóminas y los gastos generales del estudio. Afortunadamente tenemos algunos muy buenos clientes que entienden que nuestro trabajo es tan valioso como el suyo, al 50%.

7. ¿Qué diseñadores destacaría en la actualidad?

No me preocupo demasiado de los nombres, sino más bien de los trabajos. Como he dicho antes, detrás de los nombres están los equipos que son quienes realmente me atraen. Suenan nombres como Vasava estudio, Fernando Gutiérrez, con aportaciones muy interesantes.

8. ¿Crees que internet y las nuevas tecnologías han supuesto una revolución en el campo del diseño gráfico?

El estétlogo fue nueva tecnología y desbancó a plumilla y firalíneas. Históricamente siempre ha habido nuevas tecnologías; el problema, quizás, que tenemos ahora es que el tiempo entre una y otra novedad es demasiado

corto para nuestra capacidad de adaptación y nuestro poder de adquisición.

Apenas llegamos a tener tiempo de disfrutar las actualizaciones y eso nos genera necesidades emocionales a las que no podemos dedicar suficiente tiempo porque lo dedicamos a intentar adaptarnos a las nuevas tecnologías. Es la pescadilla que se muere de la cola y que está creando grandes insatisfacciones. Pero este momento histórico es apasionante y merece la pena vivirse. En cuanto a Internet ¿qué decir? Yo lo veo como si en la Edad Media hubieran inventado el teléfono y el automóvil. Esto ha sido un regalo de la Historia que no podemos despreciar, sino cuidarlo muy bien para que crezca y nos haga la vida más fácil y la mente más amplia. Nunca lejos ha estado más cerca, a cualquier hora y en cualquier punto.

9. ¿Cómo te imaginas tu futuro?

Cada paso que damos, cada pestaño, nos separa del pasado y nos lleva al futuro. Hoy mañana será pasado. Mañana hoy es futuro. El futuro tenemos que hacerlo, no imaginarlo, por eso creo que es imprescindible aprovechar cada oportunidad que se nos brinda. Escuchando a quien más sabe y aprendiendo de los más jóvenes.

10. ¿Un pensamiento para tu cliente?

Cree en ti mismo, sé muy culto (más allá de las exigencias básicas de tu trabajo más inmediato), lee, veja, observa siempre, no te dejes halagar demasiado, sé tú el más exigente con tu trabajo, rodeado de un buen equipo en el que no tengas miedo de no ser el mejor, nunca copies, olvida la envidia y piensa que lo que cuesta, al final sabe mejor. ♦

*art patrocina BAC! 05

El Festival BACI (Barcelona Arte Contemporáneo) ha pretendido en su nueva edición mantener el espíritu que lo ha caracterizado desde sus inicios: ser un festival que invada los espacios de la ciudad de Barcelona con propuestas artísticas multidisciplinares que lo acerquen de una forma dinámica a la manera de ver el arte actual. Como característica principal de la edición 2005 cabe destacar que todos los trabajos presentados tratan sobre un tema común que es la violencia.

Dentro de esta nueva edición del festival se ha contado con la presencia de destacados artistas internacionales: Orlan, Bill Viola, Erwin Olaf, Jim Goldberg y Floria Sigismond; y nacionales Ouka Leele, Paco y Manolo, Pau Ros y Ricardo Iglesias.

*art siempre cerca de su público joven, se mueve con las vanguardias y sigue las últimas tendencias. Toda una filosofía de conexión entre la moda, el arte y la música, que tiene su expresión más auténtica en la creación de una comunidad de artistas en la red, www.the-art-company.com

The *art Company entiende el patrocinio de las artes como una forma de expresar su sentir y su concepto de marca; durante este año 2005 el grupo Glamour to kill y el festival Berlin Insane también han recibido el patrocinio de la firma. ♦



www.the-art-company.com

The *art Company galardonada en los Premios Letra

*art gana, por segunda vez, el premio en la categoría de mejor estructura-display PLV. El expositor de calzado presentado a

estos premios nacionales de la comunicación visual ha sido reconocido como la mejor estructura-display PLV, de la edición 2005. El jurado ha valorado especialmente la



Display *art

creatividad, la solución y ejecución técnica aportada, la funcionalidad de la pieza y su capacidad de comunicación.

El diseño de este expositor surgió como una continuación de las pautas generales que marcan la colección de *art para otoño-invierno 2005, donde predominan los materiales naturales y los acabados desgastados, con cierto aire retro o de segunda mano. Así, se han utilizado materiales nobles en una estructura de líneas creativas, rompiendo la verticalidad y el hieratismo que habitualmente se encuentra en este tipo de piezas.

Sign España, Exposición Internacional para la Industria de la Comunicación Visual, acogió esta nueva edición de los Premios Letra. Estos premios nacionales de la comunicación visual han sido establecidos para reconocer las ideas más brillantes aplicadas en España a la comunicación visual, rotulación y gráfica de entorno, y se han convertido en premios de referencia y prestigio del sector. ♦

NOTICIAS

Premio Príncipe Felipe a la Excelencia Empresarial / Diseño

Chocolat Factory, Premio Príncipe Felipe a la Excelencia Empresarial en la categoría de Diseño. El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio ha hecho público el fallo de los jurados de la X edición de los Premios Príncipe Felipe a la Excelencia Empresarial en sus distintas modalidades.

Estos galardones son el más alto reconocimiento a aquellas empresas que han realizado un esfuerzo continuado y modélico en los diferentes ámbitos que contribuyen a la excelencia en la gestión. La ceremonia de entrega, bajo la presidencia de S.A.R. el Príncipe de Asturias, tuvo lugar el 12 de diciembre de 2005.

Chocolat Factory ha sido merecedora de este galardón por hacer del diseño y de su gestión la base de su estrategia y actividad empresarial. Junto a ella, otras cinco empresas han sido nominadas por el jurado de diseño: Andreu World, Nani Marquina, Gandia Blasco, Industrias Ferram y Santa&Cole. ♦



Su estrategia ha sido, desde sus comienzos, el diseño de una línea de packaging y de los puntos de venta acorde con unos productos innovadores y siempre basados en su calidad y vanguardismo. Asimismo, su inversión en I+D está destinada básicamente a la investigación de nuevos sabores en el campo del chocolate. La expansión prevista a nivel nacional se basa en la creación constante de nuevos proyectos. www.chocolatfactory.com

Sign España 2005 cierra su 18ª edición con un notable incremento de su cifra de visitantes profesionales

Entre el 13 y el 15 de octubre, Sign España 2005 ha ofrecido en el recinto de Feria de Madrid las últimas propuestas internacionales en diseño, publicidad gráfica y todos los subsectores de la comunicación visual. La oferta ha atraído a 12.727 profesionales del sector gráfico, cifra que incluso supera las previsiones de la propia organización ferial. La atractiva oferta de

sus expositores y un completo programa de actos paralelos han sido capaces de conseguir que en la edición acabada de clausurar se logre la mayor cifra de visitantes de su existencia.

Respecto a la cifra final de expositores, en esta convocatoria del salón han sido 209 las empresas que han contado con un stand. Un análisis de la procedencia de las firmas expositoras revela que pertenecían a 17 países distintos, si bien la presencia española ha sido mayoritaria.

Entre las propuestas de Sign España 2005 con más seguimiento se ha situado el programa de conferencias Meeting & Select, que en esta ocasión ha registrado 215 inscritos. Por otro lado, el salón ha vivido la sexta entrega de los Premios Letra, añadiéndose en esta ocasión el lanzamiento, a partir de ahora con proyección nacional, de la décima edición de los Premios Anuario. ♦



Sign España 2005

El FAD rinde un homenaje al diseñador industrial André Ricard

El diseñador industrial André Ricard inició el pasado lunes 14 de noviembre el ciclo de actos que, bajo el título de "Maestros. La cadena del FAD", quiere rendir homenaje a socios de esta institución que han aportado grandes creaciones al mundo del diseño, la arquitectura y la creatividad a lo largo de su trayectoria profesional. El objetivo del Fomento de las Artes Decorativas (FAD) es que su testimonio sirva de ejemplo a las generaciones más



André Ricard

jóvenes y, por tanto, se establezca una cadena de intercambios entre los maestros de las diferentes disciplinas del diseño y los profesionales del sector. ♦

Premios Castilla-La Mancha de Diseño

El jurado de los Premios Castilla-La Mancha de Diseño ha decidido por unanimidad otorgar el galardón al diseñador industrial José Luis Pérez Ortega y a la empresa Tecnología y Diseño Cabanes por su dedicación y trabajo en el mundo del diseño. Los premiados serán nominados oficialmente por el Centro de Diseño de Castilla-La Mancha para optar a los Premios Nacionales de Diseño, el más alto galardón que se otorga en el estado español por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y la Fundación BCD, como reconocimiento a una trayectoria relevante en el campo del diseño. ♦



Pérez Ortega, Serie Totem, diseño para la empresa riojana Fiora.

Ouka Leele gana el Premio Nacional de Fotografía

La fotógrafa madrileña Bárbara Allende Gil de Biedma, conocida profesionalmente como Ouka Leele, ha ganado el Premio Nacional de Fotografía, que concede el Ministerio de Cultura y está dotado con 30.000 euros. Ouka Leele, 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". ♦



Ouka Leele

NOTICIAS

Broadcat 05:

La innovación tecnológica, los nuevos formatos o la simple multiplicación de canales, demandan nuevas formas de comunicar con el espectador. Desde el diseño debe darse respuesta no sólo a los retos de siempre, sino también a los que surgen a diario, desde una televisión local hasta un acontecimiento global.

Durante los días 18 y 19 de noviembre se celebró la primera edición de Broadcat, en la que se realizaron encuentros profesionales, ponencias, proyecciones, etc. En definitiva, un evento para conocer, debatir e inspirarse. La organización corrió a cargo de la ADG-FAD y contó con la colaboración de la TV3 Cataluña. ♦

► Información: www.broadcat.net



Broadcat 05:

Rubén Piquer obtiene el Monaco Luxe Pack Design Award 2005

El diseñador español Rubén Piquer recibió el pasado 4 de noviembre el Monaco Luxe Pack Design Award, un prestigioso premio dedicado al packaging de lujo. Rubén Piquer es diseñador industrial diplomado por la Escuela de Artes y Oficios Llotja de Barcelona.

Su proyecto está inspirado en el contenedor por excelencia del Mediterráneo, la ánfora, esencial para el transporte y la conservación en la antigüedad de todo tipo de líquidos: aceites, agua, vino, etc. Recuperar su forma nos acerca un poco más a nuestras raíces. Está dotado de un premio de 10.000 €. ♦



Proyecto ganador.



Entrega de premios.

AGENDA NACIONAL

Cursos

Posgrado en programación y diseño de la identificación corporativa.

Palma de Mallorca. Octubre, noviembre y diciembre de 2005.

El curso se ajusta al modelo de seminario teórico-práctico, y está orientado al perfeccionamiento profesional en diseño de identificación institucional. No es, por lo tanto, un curso introductorio sino un seminario de actualización y capacitación acorde con los estadios más avanzados del diseño corporativo.



El curso asocia tres experiencias profesionales maduras y avanzadas: la de Norberto Chaves, la de Yves Zimmermann y la de América

Sánchez. El curso está organizado por BLAU escuela de disseny y el Instituto de Innovación Empresarial de las Islas Baleares (IDI). ♦

+ Información www.blau.ws

Conferencias

3ª edición "La protección y el registro del diseño. Una visión empresarial para aumentar el valor de la marca".

Barcelona, 23 de enero de 2006.

ESADE, a través de la Cátedra ESADE de Gestión del Diseño, junto con Barcelona Centro de Diseño (BCD), la Cambra de Comerç de Barcelona y la Oficina de Armonización del Mercado Interior (OAMI), y con la colaboración de la revista IPMARK y de la Reunión de Empresas del Diseño (RED), han organizado esta jornada uniendo la visión interdisciplinar entre diseño y empresa que requiere una estrategia eficaz de creación de marca, por un lado, y mostrando la importancia económica del diseño como activo intangible de la empresa y las modernas vías para su registro y protección, por el otro. ♦

+ Información Tel. 934 952 064
E-mail. fin.planas@esade.edu

Concursos y Premios

11º Concurso de diseño industrial CETEM.

El Centro Tecnológico del Mueble y Madera, CETEM ha convocado el 11º Concurso de Diseño Industrial del Mueble. Se han establecido dos categorías en las que se puede participar individualmente o en equipo. Para los profesionales el tema es libre dentro del sector del mueble y el

hábitat doméstico o urbano. Por el contrario los estudiantes podrán optar por los temas del ecodiseño en el mueble o la innovación en el mueble.

Premio a los diseñadores:

1º - 6.000 €

2º - 2.800 €

3º - 1.200 €

Premio a las empresas: Se otorgará un premio a la empresa cuyo producto haya sido galardonado con el primer premio consistente en una actividad de promoción publicitaria valorada en 6.000€. Por otro lado recibirán los informes de los resultados de los ensayos técnicos de Calidad que se realicen a los prototipos ganadores. ♦

Premio a los estudiantes:

· Innovación 600 €

· Ecodiseño 600 €

+ Información www.cetem.es

cdi
11/
concurso
de diseño
industrial
del mueble
región de
murcia

AGENDA NACIONAL

Concursos y Premios

II Premios de Diseño Industrial del Mueble María Martínez Otero.

La Fundación María Martínez Otero, organiza la segunda convocatoria de los Premios de Diseño Industrial del Mueble. El objetivo de esta iniciativa es contribuir a la promoción del mueble de diseño y al desarrollo e innovación de la industria relacionada con este sector. El tema de esta nueva edición consiste en diseñar un mueble para el hábitat doméstico. Se establece un único premio dotado con 6000 euros y podrán participar individualmente o en equipo tanto profesionales como estudiantes de diseño. La fecha límite para la presentación de candidaturas es el 24 de febrero del 2006. ●



www.fundacionmariamartinezotero.org

Otros

Made in Spain. Identity.

La editorial Index Book, especializada en libros de diseño gráfico y comunicación visual. En estos momentos esta preparando un 6º libro de la serie "Made in Spain", por Màrius Sala. Se llamará "Made in Spain. Identity".

Han pensado que tal vez os interese incluir alguno de vuestros trabajos en este libro. El hecho de participar o de que tu material sea escogido para publicarse en el nuevo libro, no comporta ningún tipo de gasto por tu parte, sólo los gastos de envío del material. Si tu trabajo es seleccionado te obsequiarán con un ejemplar.

En www.indexbook.com/madeinspain encontrarás información detallada sobre el libro. La fecha límite para la recepción de trabajos será el 31 de enero de 2006. ●



Cuarto volumen de la serie MADE IN SPAIN

LEGISLACIÓN

Desde la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), a través del CÉDIR, queremos animar a las empresas riojanas a registrar sus marcas. Hemos constatado que muchas empresas comienzan a utilizar el diseño como herramienta de competitividad y realizan importantes inversiones en la creación de nuevas marcas o en el restyling de las ya existentes. Sin embargo, un alto porcentaje de las mismas no las están registrando o solo las registran como marcas denominativas, es decir que no registran la parte gráfica de la marca. Por poner un ejemplo gráfico es como si "adidas" solo tuviese registrado su nombre "adidas" y no hubiera registrado el gráfico que acompaña ha dicho nombre. Por lo tanto, queremos destacar la conveniencia de registrar ambos conceptos, ya que la inversión en imagen de marca y publicidad se puede perder si no tiene registrada la marca.

Recordad que la ADER, asesora gratuitamente sobre este tipo de cuestiones a través del **Centro Regional de Patentes y Marcas**. Como adelanto, el personal técnico de la ADER que gestiona dicho Centro os responde a algunas de las preguntas más frecuentes a la hora de registrar una marca. ♦

¿Que es una marca?

Una Marca es un título que concede el derecho exclusivo a la utilización de un signo para la identificación de un producto o un servicio en el mercado. Pueden ser Marcas las palabras o combinaciones de palabras, imágenes, figuras, símbolos, gráficos, letras, cifras, formas tridimensionales (envoltorios, envases, formas del producto o su representación), etc, cuya función es la de diferenciar en el mercado unos productos o servicios de otros idénticos o similares, siendo un indicador de calidad y un medio para la promoción de ventas.

El título de marca se concede por 10 años y es prorrogable indefinidamente previo pago de la tasa correspondiente.

La marca es el signo que distingue en el mercado los productos o servicios de una empresa, de carácter individual o social. Su función es la de diferenciar en el mercado unos productos o servicios de otros idénticos o similares, identificando su origen empresarial, siendo un indicador de calidad y un medio de promoción de ventas. ♦

¿En qué se diferencia la marca del nombre comercial?

La marca distingue los productos o servicios de un empresario. El nombre comercial es el signo o denominación que identifica a una empresa en el tráfico mercantil y que sirve para distinguirla de las demás empresas que desarrollan actividades idénticas o similares. El nombre comercial también se concede por 10 años y es prorrogable indefinidamente previo pago de la tasa correspondiente. ♦

¿Por que es necesario registrar una marca?

Para tener en propiedad el uso exclusivo del signo, evitando que otro competidor utilice una denominación idéntica o parecida para los mismos productos o servicios que ofrecemos al público. ♦



adidas

adidas

Marca gráfica (arriba).
marca denominativa (abajo).

LEGISLACIÓN

¿Que debo hacer antes de (para) registrar una marca?

Se recomienda realizar una búsqueda de antecedentes registrales, es decir, comprobar que el signo que queremos registrar no está ya registrado. Esta búsqueda se puede realizar de dos maneras, en primer lugar a través de un motor de búsqueda que tiene la oficina en su propia página web y en segundo lugar a través de la solicitud oficial que pondremos a su disposición en la Agencia de Desarrollo y que tiene un precio variable (a partir de 17,18 €).

Una vez elegida la marca conviene solicitar en la Oficina Española de Patentes y Marcas un informe de búsqueda para asegurarse de que el signo está libre. Este informe de búsqueda tiene un precio variable, que debe consultar en el Servicio de Información (a partir de 17,18 € por consulta de identidad o parecido en cada una de las

clases). Este informe sólo versará sobre prohibiciones absolutas y marcas, nombres comerciales y rótulos de establecimiento inscritos en la OEPM. ♦

¿Cuánto me cuesta el registro?

El coste del registro de marca y nombre comercial es, para el año 2005, de 142,62 euros por clase. Este es el único coste, si no existen modificaciones, que la empresa debe abonar. La tasa de renovación, que se paga a los 10 años, es, para el año 2005, de 165,12 € por clase.

Marca Nacional
Solicitud 249 € IVA incluido.
Retirada de título y mantenimiento por 10 años 115 € IVA incluido. Este importe se abona a los 6 meses aproximadamente. ♦

¿Tiempo de la tramitación?

La Marca nacional tiene un tiempo de tramitación variable. Los compromisos de la OEPM son de resolver la solicitud en un plazo de siete meses y medio si no hay oposiciones ni objeciones de fondo o forma o, si existen estos casos, de un máximo de 15 meses. ♦

¿Que documentos se necesita aportar?

Si la marca es mixta (gráfico con texto) o gráfica se deberán aportar cinco reproducciones del signo en un tamaño máximo de 8 centímetros de ancho por 12 centímetros de alto.

Si la marca o nombre comercial coincide con la denominación social de la empresa se deberá aportar escrituras de la misma. ♦

El diseño para todos en las compras públicas

La Unión Europea ha realizado una actualización de la normativa para la adjudicación de contratos públicos de obras, servicios y suministros en todos los países miembros con el objetivo de proteger la igualdad de trato y la lucha contra el fraude y la corrupción, pero sobre todo que defienda la mejora de la cualidad de los servicios públicos. Esta normativa tendrá efecto a partir de enero de 2006 y se incluirán requisitos de "Diseño para todos" en las licitaciones de obras, servicios y suministros según la directiva 2004/17CE y 2004/18/CE.

PUBLICACIONES

Structural Packaging

Temática: Packaging y Diseño Industrial
Por: Josep M^a Garrofé
Incluye CD
Troqueles libres de derechos
Editor: Index Book www.indexbook.com
Año: 2005
Páginas: 456 páginas
Formato: 20 x 18 cms
Características: Cartoné
Idiomas: Castellano

Más de 1.000 imágenes que muestran los procesos de creación, diseño y montaje de una selección de packs realmente originales. Una muestra de los proyectos más importantes y singulares en packaging promocional, presentados en 3 niveles distintos según su complejidad y agrupados según sus características o los sectores de actividad a los cuales pertenecen: botellas, alimentación, textil, christmas, joyería, decoración, ocio, escritura, carpetas, chocolate, cosmética, regalos, merchandising, editorial. ●



Estamos Hablando de Packaging

Temática: Packaging y Diseño Industrial
Por: viction:ary
Editor: Index Book www.indexbook.com
Año: 2005
Páginas: 224 páginas
Formato: 23,5 x 28,7 cms
Características: Cartoné
Idiomas: Castellano

Este volumen invita a los lectores a un recorrido mundial que expone los últimos y más interesantes diseños de packaging de todos los sectores. El libro se divide en tres secciones: Visual, Tacto e Idea, y en él se muestran diseños que van desde bolsas comerciales hasta música, pasando por productos de alimentación, cerillas, libros o juguetes. ●



PUBLICACIONES

Listo para imprenta

Temática: Orientación Profesional
Por: Mark Gatter
Editor: Index Book www.indexbook.com
Año: 2005
Páginas: 179 páginas
Formato: 17,5 x 25 cms
Características: Rústica
Idiomas: Castellano

El objetivo de este libro es proporcionar a los diseñadores la confianza necesaria para llevar a cabo todos los pasos que aseguren una impresión sin problemas de alta calidad. Proporciona consejos prácticos y sin jerga no solo para el diseñador gráfico principiante, sino para aquellos que llevan años trabajando en estudios profesionales.

Los temas incluyen:

- RGB frente a CMYK.
- Conflicto entre los ángulos y el centro de la pantalla.
- Ganancia de punto.
- Calibración de imágenes.
- Escaneado.
- Reventado.
- Colores Pantone.
- Trucos de Photoshop. ♦



Branding emocional

Temática: Orientación Profesional
Por: Marc Gobé
Editor: Divine Egg Publicaciones
www.indexbook.com
Año: 2005
Páginas: 310 páginas
Formato: 15,5 x 23 cms
Características: Rústica
Idiomas: Castellano

Branding Emocional no solo es una guía precisa al buen uso del diseño, del branding y de la comprensión psicológica de las generaciones de consumidores vigentes hoy no solo en los Estados Unidos también en el mundo globalizado. Además ofrece un acercamiento al cliente y la manera de cómo discernir la cercanía que un producto es capaz de lograr con los consumidores. ♦



PUBLICACIONES

Premios Lux 2004

Temática: Fotografía
Editor: Asociación de Fotógrafos Profesionales de España AFP
www.afp-online.org
Año: 2005
Páginas: 171 páginas
Formato: 24 x 24 cms
Idiomas: Castellano

Organizados por la Asociación de Fotógrafos Profesionales de España (AFP), con la colaboración especial de Sonimagfoto, los Premios LUX fueron creados en el año 1993 con la voluntad de promover la creación artística y técnica de los profesionales de la fotografía a través del reconocimiento que representa la concesión de un galardón que viene avalado por las principales empresas y entidades del sector. ♦



256 Pages of Corporate Layouts

Temática: Identidad Corporativa
Por: Page One
Editor: Page One www.indexbook.com
Año: 2005
Páginas: 256 páginas
Formato: 22 x 30 cm
Características: cartón con camisa
Idiomas: Inglés

Si piensas que los catálogos corporativos y los reportes anuales son todos iguales y además suelen ser muy aburridos, entonces este es el libro para ti. Este libro presenta una colección inédita de los mejores folletos y catálogos corporativos del año 2004 de todo alrededor del mundo. El libro abarca una gran variedad de trabajos de empresas tan conocidas como Coca Cola y algunas menos conocidas como Heidrick & Struggles. ♦

256
PAGES OF
CORPORATE
LAYOUTS

WEB

En esta ocasión, desde el Centro de Diseño os queremos proponer una visita a páginas de editoriales especializadas en libros de diseño. En las web podréis encontrar libros de cualquier tipología relacionada con el diseño: imagen corporativa, multimedia, fotografía, producto, packaging, tipografía, interiorismo, etc. Especial atención merecen los libros de autor y aquellos que se convierten en auténticos manuales o guías de orientación profesional. Una de las ventajas que algunas ofrecen es la posibilidad de adquirir sus publicaciones vía Internet. Esperamos que estas direcciones sean de vuestro interés y encontréis en ellas la "inspiración" necesaria para vuestra labor diaria. ♦



www.indexbook.com

Editorial puntera en todo lo referente al diseño, ninguna temática escapa a sus contenidos: editorial, gráfico, interactivo, fotografía, identidad corporativa, ilustración, libros de autor, logotipos, orientación, profesional, packaging, diseño industrial, etc. La estructura de la web es diáfana y permite encontrar fácilmente el tipo de libro que estamos buscando, además de cada libro hay un resumen detallado de características técnicas y contenidos.

Index Book organiza el Meeting & Select, una iniciativa en dos actos: Meeting (conferencias) y Select (edición de un libro sobre diseño gráfico en España), que se desarrolla en el marco de Sign España.

Consell de Cent, 160 Local 3
08015 Barcelona (España)
t: 934545547 f: 934548438
tb@indexbook.com



www.divine-egg.com

Una pequeña editorial con base en Barcelona y en Ciudad de México. Su filosofía es hacer libros para diseñadores gráficos que desean sobresalir y no sólo sobrevivir. Sus libros ofrecen ideas y soluciones para los diseñadores en el desarrollo de su profesión. Excelente en libros de orientación profesional.

Roger de Llúria, 137, bajos Box 201
08037 Barcelona
Tel/Fax: 932152781
info@librosdivineegg.com



www.ggll.com

Otra de las editoriales referentes en materia de diseño, en su web podréis localizar una amplia gama de libros de muy diversa tipología. La búsqueda por el site es dinámica y es sencillo encontrar los libros deseados. Dispone de un boletín digital que contiene información acerca de sus novedades editoriales y se envía aproximadamente cada mes.

08029 Barcelona
Rosselló 87-89
Tel. 933228161 - Fax 933229205
e-mail: info@ggll.com

WEB



www.blume.net

Editorial que incluye en su catálogo libros sobre arquitectura, diseño, artesanía, pintura y dibujo. En español.



www.inksbooks.net/fo

Editorial de libros de arquitectura y diseño internacional con sede en Barcelona. Amplio catálogo de libros y diccionarios de arquitectura, construcción y diseño. En español, catalán e inglés.



www.loftpublications.com/loft/

Interesante editora de Barcelona dedicada a libros de arquitectura, diseño y estilo de vida.



www.paopress.com

Interesante editor norteamericano de libros de arquitectura y diseño. En inglés.

Fe de erratas:

Publicamos aquí las erratas que encontramos en el XII Boletín de CÉdR. En la sección webs, que en esta ocasión recoge las web de otros Centros de Diseño del territorio nacional. En concreto facilitamos las direcciones correctas de cuatro de ellos.

- Fundación Barcelona Centro de Diseño (BCD) www.bcd.es
- Institut Balear de Desenvolupament Industrial (IDI) www.idi.es
- Centro de Diseño / D2 www.d2design.com
- Sociedad Estatal para el Desarrollo del Diseño y la Innovación (DDI) www.ddi.e

Cedir
PUBLICIDAD

www.cedir.es / Muro de la Mata, 13 - 14 / 26071 Logroño (La Rioja) / España / Tel. 941 29 15 00 / Fax 941 29 15 37

