

4ª bienal  
iberoamericana  
de diseño

**bid\_14**



BID\_14\_

I  
MA  
GI  
NA  
CI  
ÓN

CO  
LEC  
TI  
VA\_

4ª bienal  
iberoamericana  
de diseño

## DIMAD

### FUNDACIÓN DISEÑO MADRID

#### PATRONATO

Presidente

Manuel **Estrada Pérez**

Secretario

Gelo **Álvarez Díaz**

Patronos

Carlos **Baztán Lacasa**

Alberto **Corazón Climent**

Sonia **Díaz Jiménez**

Pedro **Feduchi Canosa**

Isabel **León García**

Antonio **Serrano Bulnes**

Roberto **Turégano Moratalla**

May **Valdecantos Montes**

Pedro **Corral Corral,**  
**Ayuntamiento de Madrid**

Mariola **Olivera Fernández,**  
**Cámara Oficial de Comercio**  
**de Madrid**

Marina **Arespachaga Maroto,**  
**Escuela Superior de Diseño**  
**de Madrid**

Delfina **Morán Arnaldo,**  
**Universidad Europea de Madrid**

### ASOCIACIÓN DISEÑADORES DE MADRID

#### JUNTA DIRECTIVA

Presidente

Pedro **Feduchi Canosa**

Vicepresidente y Secretario

Gelo **Álvarez Díaz**

Vicepresidentes

María **Cuevas Riaño**

May **Valdecantos Montes**

Tesorero

Antonio **Serrano Bulnes**

Vocales

Rocío **Bardín Mille**

Paloma **Cañizares Martín**

Pep **Carrió Martínez**

Álvaro **Catalán de Ocón**

Marcello **Conta**

Pepe **Cruz-Novillo Jiménez**

Soledad **Hernández de la Rosa**

Alberto **Marcos Flores**

Victoria **de Pereda Fernández**

David **Pérez Medina**

Ignacio **Valero Ubierna**

### SOCIOS COLABORADORES

#### EMPRESAS

**B.D Madrid**

**Brizzolis**

**Empty**

**Gráficas Muriel**

**J&A Garrigues**

**Lucam**

**Simple Informática**

#### ENTIDADES FORMATIVAS

**Centro Superior de Diseño**  
**de Moda de Madrid (CSDMM)\_**  
**UPM**

**Escuela de Arte 10 de Madrid**

**Escuela de Artes Decorativas**  
**de Madrid**

**Escuela Superior de Diseño**  
**de Madrid**

**Escuela Superior de Publicidad**

**IED Madrid Centro Superior**  
**de Diseño**

**Título Propio de Grado en Diseño**  
**de Interiores\_ETSAM\_UPM**

**Trazos\_URJC**

**Universidad Europea de Madrid**

**Universidad Francisco de Vitoria**

**Universidad Nebrija**

**Universidad Rey Juan Carlos**



# 4ª BIENAL IBEROAMERICANA DE DISEÑO

## IMAGINACIÓN COLECTIVA

### ORGANIZA

**DIMAD**  
**Central de Diseño**

### COORGANIZA

**Ministerio de Asuntos Exteriores  
y Cooperación\_ Cooperación  
Española\_ACERCA**

### EN COLABORACIÓN CON

**FIIAPP\_Fundación Internacional  
y para Iberoamérica de  
Administración y Políticas  
Públicas**

### OTROS COLABORADORES

**Fundación ONCE**

**Telefónica I+D**

**Comunidad de Madrid**

**Ayuntamiento de Madrid\_  
Matadero Madrid**

### APOYAN

**INAPA España**

**Samsung**

### PRESIDENTE EJECUTIVO

Manuel **Estrada**

### PRESIDENCIA

Félix **Beltrán**

Henrique **Cayatte**

Alberto **Corazón**

Rubén **Fontana**

Carlos **Hinrichsen**

Ruth **Klotzel**

Frank **Memelsdorff**

### COMITÉ ASESOR

Adrián **Lebendiker**, AR

Rubén **Fontana**, AR

Frank **Memelsdorff**, AR

Susana **Machicao**, BO

Giovanni **Vannucchi**, BR

Ruth **Klotzel**, BR

Gonzalo **Castillo**, CL

Carlos **Hinrichsen**, CL

Dicken **Castro**, CO

Iván **Cortés**, CO

Oscar **Pamio**, CR

Sergio Luis **Peña**, HR

Peter **Mussfeldt**, EC

Esteban **Salgado**, EC

Marisela **Ávalos**, SV

Alberto **Corazón**, ES

Manuel **Estrada**, ES

Pedro **Feduchi**, ES

Félix **Beltrán**, MX

Oscar **Salinas**, MX

Celeste **Prieto**, PY

Marita **Quiroz**, PE

Henrique **Cayatte**, PT

Francisco **Providência**, PT

Stephen **Kaplan**, DR

Alvaro **Heinzen**, UY

Alvaro **Sotillo**, VE

Ignacio **Urbina**, VE

### EQUIPOS BID COLABORADORES

Wustavo **Quiroga**, AR

Roxana **Hartmann**, BO

Andrés **Villela**, CL

Carolina **Agudelo**, CO

Diego Giovanni **Bermúdez**, CO

Pastora **Correa**, CO

Felipe César **Londoño**, CO

Alfredo **Enciso**, CR

Francisco **Cervilla**, CR

Franklin **Hernández**, CR

Karina **Salguero-Moya**, CR  
Luis Fernando **Quirós**, CR  
Antonio **Romero**, SV  
Eugenio **Menjívar**, SV  
Carlos **Valladares**, GT  
Otto **Valle**, GT  
Carolina **Aguilar**, GT  
David **Beyl**, HN  
Adriana **Malespín**, HN  
Mario E. **Martín**, HN  
Mercedes Sofía **Hernández**, HN  
Teresa **Camacho**, MX  
Rina **Rodas**, NI  
Alejandro **Pachón**, PA  
Ricky **Salterio**, PA  
Pepe **Corzo**, PE  
Carlos **Bobonis**, PR  
Natalia **Pi**, PR  
Arancha **Toribio**, DR  
Julia Virginia **Pimentel**, DR  
Carmen **Lorente**, DR  
José **de los Santos**, UY  
Rossana **Demarco**, UY  
Carolyn **Aldana**, VE  
Ruth **León**, VE

JURADO BID14  
Ruedi **Baur**  
Dora **Becher**  
Rui **Costa**  
Chus **Martínez**  
Manuel **Lecuona**  
Antonio **Pérez Iragorri**  
Allan **Urban**

COORDINACIÓN GENERAL  
Gloria **Escribano**  
COMITÉ ORGANIZADOR  
Gelo **Álvarez**  
Manuel **Estrada**  
Pedro **Feduchi**  
Soledad **Hernández**  
May **Valdecantos**  
Ignacio **Valero**

GERENCIA Y PRODUCCIÓN  
Concha **Moreno**  
EQUIPO DE APOYO bid\_14  
Claudia **Ferrari**  
Edgar **González**  
Manuel **González**  
Pilar **Lara**  
Isabel **León**  
Luis **Montenegro**  
Laurent **Ogel**  
Jody **Parra**  
Mariano **Serrano**  
Juan **Toribio**  
Mª Luisa **Walliser**

EQUIPO bid\_  
DOCUMENTACIÓN  
Julia **Diez**  
Natalia **Borja**  
Julia **Moñino**  
Ana **Muñoz**  
Raquel **Ibáñez**  
Fátima **Fernández**  
ADMINISTRACIÓN  
Rosa Mª **Santana**  
Majdouline **Amhaouch**  
Noelia **López**  
Alba **Novillo**  
COMUNICACIÓN Y PRENSA  
INTERNACIONAL  
Gabinete **Primar Comunicación**  
Valentina **Volpato**  
Angélica **Alarcón**  
Viviana **Carrasco**  
Andreia **Galiano**  
Gema **Sanz**  
REDES SOCIALES  
cubo-3  
Rubén **Hita**

## PROTOCOLO

Felisa **Arribas**

## TRADUCCIÓN

Kelli **Pape**

Bruno **Lemarchand**

Roi **Nash**

## PROYECTO GRÁFICO BID

### LSDspace

Gabriel **Martínez**

## DISEÑO GRÁFICO Y DIRECCIÓN DE ARTE

Yago **Bolívar**

## MAQUETACIÓN

Óscar **Treviño**

César **Bienzobas**

Fernando **Carbayo**

Cristina **Carpintero**

Sergio **Sánchez**

Carlota **Prieto**

Alonso **Callejas**

Sergio **Garrancho**

Álvaro **Llorente**

Larissa **Ely**

Marina **Alonso**

Raquel **de Lope**

Claudio **Sale**

## EDICIÓN Y CORRECCIÓN

Mario **Marco**

## PROYECTO EXPOSITIVO

Jorge **López Conde**

## APOYO AL DISEÑO EXPOSITIVO Y COORDINACIÓN TÉCNICA

Mariano **Villalonga**

Yetta **Aguado**

Rachele **Borgato**

Miguel **Pomares**

Laura **Medina**

Ángela **Gutiérrez**

Violeta **Velasco**

## COORDINACIÓN DE MONTAJE

Pablo **Díaz**

## EQUIPO DE MONTAJE

Francisco **Díaz**

Arturo **Fernández**

Teresa **F. Alba**

Pablo **de los Perales**

Jorge **Val**

## AUDIOVISUALES

**trazos\_**

Iván **Olmos**

Raúl **Flory**

## WEB

**xCisco**

**Alturax**

Alicia **Gutiérrez**

Lorena **Cardona**

## IMPRESIÓN

**Gráficas Muriel**

**BRACE**

## SEGUROS

**Medicorasse**

ORGANIZA

# di\_mad

CENTRAL DE DISEÑO

COORGANIZAN



acerca

CON LA COLABORACIÓN DE



OTROS COLABORADORES



PARTICIPA



APOYAN



SAMSUNG

PROVEEDORES OFICIALES



trazos\_

AGRADECIMIENTOS





# La bid\_ un evento con una vocación participativa y democrática

Dirección de Relaciones Culturales y Científicas

*Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo*

*Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación*

Fue en noviembre de 2007 cuando 14 países iberoamericanos y 24 diseñadores de diversos ámbitos profesionales y creativos suscribimos en Madrid el manifiesto constitutivo del Comité Asesor de la Bienal Iberoamericana de Diseño. En él se constataba ya que *el diseño de Iberoamérica es una realidad insuficientemente conocida y valorada*.

Desde aquel primer encuentro, el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación (MAEC) de España ha apostado decididamente por el desarrollo del contenido de dicho manifiesto, consciente de que diseño y desarrollo son elementos de una misma ecuación. En ese sentido, el diseño se ha consolidado como una de las disciplinas básicas de la Estrategia de Cultura y Desarrollo de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) del MAEC, definida también en aquel año 2007.

Desde la Cooperación Española concebimos el diseño en una doble dimensión: como manifestación de la diversidad cultural que anima a un mundo tan versátil y dinámico como el de nuestro siglo XXI y, al tiempo, como medio idóneo al servicio de la libertad cultural misma y del desarrollo ciudadano. El diseño es una faceta dinamizadora de la sociedad y contribuye al enriquecimiento mutuo de culturas que, como en Iberoamérica, se recrean o reinventan sin cesar, cada vez que los individuos adaptan y redefinen sus valores y prácticas en función de la mutación de contextos, contenidos y opciones individuales o se intercambian ideas y experiencias.

Nuestro compromiso con la agilización de la circulación de productos culturales y con el objetivo de lograr un mayor acceso del público a una oferta más sólida, variada e innovadora de diseño iberoamericano nos ha conducido a impulsar entusiásticamente esta cuarta edición de la Bienal Iberoamericana de Diseño, lo que hacemos este año a través del Programa de la Cooperación Española ACERCA/FIIAPP.

La bid\_ constituye el escaparate ideal a nivel mundial para mostrar el diseño más fresco y de calidad del momento y constituye un evento con una vocación participativa, horizontal y democrática sin parangón. Quisiéramos por todo ello expresar nuestra enhorabuena y mayores parabienes a sus promotores y organizadores y a cuantas personas e instituciones han permitido nuevamente edificar esta magnífica plataforma del mundo del diseño de los países de nuestra comunidad iberoamericana.

# Desde México a Argentina. Desde Brasil a Ecuador. Desde Valencia a Lisboa

Manuel Estrada

*Presidente ejecutivo bid\_*

La cuarta edición de la bid\_ es un paso más en la consolidación de uno de los proyectos que mejor señalan a Iberoamérica como territorio de creciente interés para el Diseño. Cuatro ediciones por las que habrán pasado casi dos mil proyectos de diseñadores y varios cientos de miles de visitantes en las exposiciones de Madrid y de las ciudades por las que la bid\_ ha itinerado en estos 9 años. Un recorrido que confirma que la apuesta por crear una Marca conjunta para el Diseño Iberoamericano se va abriendo paso.

Todos sabemos que la comunidad de los 23 países formados por América Latina, Portugal y España es bastante dispar. Lo es en cuanto a su desarrollo económico e industrial, en cuanto a su renta y a su estructura social, y también en cuanto a algunas de sus especificidades culturales. Sin embargo, además de las dos lenguas comunes y otros importantes lazos, los países iberoamericanos compartimos una posición de juventud, de adolescencia incluso, respecto a algunas de las realidades de nuestro mundo global. El Diseño, como expresión cultural clave de la sociedad industrial, es sin duda una de ellas.

Nuestros países han llegado tarde y de forma desigual al Diseño, como llegaron también tarde a la industrialización y a la Democracia. Pero esto se compensa con un entusiasmo desbordante. Miles de jóvenes llenan un creciente número de Instituciones, privadas o públicas, de Enseñanza del Diseño. Desde México a Argentina. Desde Brasil a Ecuador. Desde Valencia a Lisboa. Estos miles de próximos diseñadores son la expresión de una sociedad que ha asumido que en el Diseño se aúnan, como en pocas otras disciplinas, el empleo sistemático de la creatividad con el impulso de la actividad económica.

El Diseño ayuda a los pueblos y ayuda a los ciudadanos. Contribuye al bienestar y al desarrollo de la mejor economía posible. No es casual que en los países Latinoamericanos, y también en Portugal y España, el Diseño haya eclosionado como un fenómeno de masas, ligado a los procesos de democratización, a la extensión de la Cultura, a los primeros estándares de bienestar económico y a la búsqueda de factores para potenciar el desarrollo.

Tal vez sea precisamente nuestra propia realidad social la que explique porqué el Diseño que se está generalizando en nuestros países esté más asociado con la búsqueda de vías para el desarrollo de nuevas actividades económicas, con la sostenibilidad, con la experimentación y el reciclado de materiales que con la producción de objetos de lujo. Y probablemente también y de forma especial con la creatividad. Ingrediente básico de todas las actividades que hemos dado en llamar "Industrias Creativas", y que un viejo refrán castellano sitúa siempre asociada con la resolución de las necesidades más primarias.

El futuro va a necesitar más Diseño. Lo que no necesariamente significa más producción de objetos. Un mundo con 7.000 millones de habitantes, con importantes problemas de dualidad y pobreza. Con un cambio climático como el mayor pero no el único desafío ambiental, requiere cambios urgentes en nuestra forma de producir y en nuestra forma de consumir. Mejores objetos y más sostenibles, producidos en procesos más cuidadosos, y con la participación de ciudadanos y diseñadores más conscientes y comprometidos.



# Hablando de Diseño

Oscar Pamio y Karina Salguero

*Comité asesor y equipo de selección bid\_*

## El diseño libre

Las principales transformaciones en el diseño tienen que ver con un cambio en la mirada del diseñador. Un diseñador posa su atención en el pasado, el futuro y el presente de manera simultánea. Y en ese recorrido multiplica sus posibilidades, que encuentran sentido en herramientas de producción más cercanas, abiertas y posibles como el *open hardware*, *open software* y *creative commons*.

Este paso hacia la apertura de los procesos creativos está poniendo en discusión roles, disciplinas, sistemas de consumo y la relación ideación-diseño-producción-comercialización-uso. El diseño protagoniza el resurgir de movimientos que, gracias a las posibilidades ofrecidas por las redes, expanden sus propuestas concretas de redefinición del rol de la producción y de apropiación de las herramientas y tecnologías para la ideación.

De esta manera, para desarrollar una idea de producto o negocio ya no es necesario, en muchos casos, tratar de conseguir una costosa financiación en instituciones financieras. Los *crowd funding* permiten, a través de internet, involucrar a miles de contribuidores voluntarios por montos pequeños. El desafío está en saber utilizarlos para desarrollar ideas que promuevan mejores sociedades.

## El camino de la enseñanza

La Academia, además de su labor docente, se ha volcado en promover nuevas fuentes de inserción al campo laboral para sus estudiantes y su estandarte ha sido el paradigma de la multidisciplinariedad en espacios de trabajo que, por tradición (o por tradicionales), no incorporaban profesionales de disciplinas creativas en sus nóminas. De este modo, áreas de salud, construcción, tecnología, planificación urbana, etc., han ido abriendo un diálogo con diseñadores, arquitectos, fotógrafos y animadores. Esa descentralización de la Academia —que ha salido del campus para presentar contrapuntos a las conceptualizaciones del desarrollo de nuestras sociedades— ha deconstruido también las ideas.

## Y la bid\_

El papel de la bid\_ en la marca Iberoamérica sigue en una etapa de construcción. Cada vez queda más patente la heterogeneidad de esta región donde quizá el respeto por las diferencias sea justamente lo que les permite reunirse. Es papel de este proyecto promover las colectividades, los trabajos de cooperación entre países, los acuerdos de colaboración entre diseñadores y el apoyo a eventos y proyectos clave con estas características internacionales.

En este andar de una comunidad tan amplia son importantes todos los recursos que puedan reunirse desde todos los sectores y países involucrados para dotar de fondos al proyecto y hacerlo crecer. Es necesario cambiar el discurso de la crisis y andar un camino que conocemos bien, el de las sinergias. La bid\_ enfrenta su mayor reto.

# Territorio visible

Ignacio Urbina Polo

*Comité Asesor bid\_*

La práctica del diseño, vinculada al contexto, refiere inmediatamente a la noción de lo territorial, y al menos dos principios sólidos emergen de las relaciones entre diseño y territorio. El primero se conecta con los asuntos del conocimiento: los territorios son lugares donde se encuentran los saberes, la cultura y los materiales. Un espacio que actúa como medio para este conocimiento. Una imagen que, fundamentalmente focalizada en las condiciones físicas y geográficas de una región, está invariablemente impregnada por las historias, costumbres, imaginarios y deseos de sus habitantes. El segundo principio surge de las conexiones, donde, pensado en términos de Deleuze y Guattari, el territorio es más una acción que un objeto: una suerte de red intangible de intercambios e interacciones, en un recorrido lleno de relaciones entre eventos y personas que ocurren en tiempo real, pese a la vastedad de ese territorio. Una idea que permite salir del rígido concepto de las áreas controladas y donde se reconoce la riqueza en estos espacios móviles. Territorios capaces de moverse por encima de sus propias fronteras.

La Bienal Iberoamericana de Diseño nació del genuino deseo de un grupo de profesionales de mostrar lo que se produce en diseño en una región muy particular del planeta. La necesidad de dar visibilidad al trabajo de cientos de diseñadores esparcidos en casi 30 países de América y Europa, frente a la tormenta planetaria que se debate entre la globalización y las particularidades de lo local.

La bid\_ es una diminuta pero poderosa ventana al panorama actual del diseño que proviene de Iberoamérica, expresado en un recorte que agrupa el resultado de diferentes disciplinas que actúan en un territorio multicultural, mestizo, colorido y diverso. Las lecturas que podemos hacer de esta muestra confirman los apartados iniciales de este esfuerzo de visibilidad. Proyectos que circulan por discursos sensibles como el diálogo entre la artesanía y el diseño, especialmente rozando los tópicos de la identidad y la responsabilidad, o por difíciles espacios que proponen la perspectiva de la sostenibilidad y la vida en el planeta. Así mismo, prudencia y compromiso del trabajo con la tecnología, la investigación y la integración de la industria en los procesos de diseño. Productos que revelan la sensibilidad en el uso de los materiales y de las formas. Artefactos que han sido diseñados con una mirada diferente, por gente de esta parte del mundo.

El trabajo no es, ni ha sido fácil, nadie dijo que lo era. Todavía quedan grandes preguntas abiertas. Interrogantes que emergen de esa pequeña historia del diseño contemporáneo, construida sobre modelos ajenos, depurados y reinventados de forma local, que genera una rica diversidad y un potencial que todavía no es posible cuantificar. Frente a los gigantescos cambios económicos y socioculturales que vivimos, que impactan de forma muy especial en la región, los diseñadores tenemos el compromiso de dar respuestas oportunas, sólidas y diferentes, en concierto con los demás actores que participan de la creación de las nuevas formas para vivir. Producir el mayor conocimiento posible, en el lugar que nos tocó ver, generando la mayor cantidad de roces. De esta manera podremos caminar hacia la innovación y el bienestar, desde nuestro propio reconocimiento, hasta producir nuevas y disruptivas ideas para el futuro.

# Prestar atención

Ruedi Baur

*Jurado bid\_14*

En un par de años el encargo de un diseño ha pasado de ser una valiente decisión de un cliente a significar un aporte imprescindible para que la empresa pueda alcanzar éxito. Sin embargo, la necesidad u obligación de utilizar las competencias del diseño y el consenso general en torno a sus ventajas no han contribuido suficientemente a explicitar lo que distingue a un diseño de calidad de un mal diseño.

Durante mucho tiempo el término *diseño*, a imagen y semejanza de la palabra *democracia*, consiguió designar una situación que había de ser positiva por naturaleza. Esa valoración y generalización ya no vale pero, al menos, tiene una virtud: demostrar que el diseño no es un escudo contra nada, ni contra la estupidez, ni contra el populismo, la descortesía, ni siquiera contra el mal gusto.

Dicho esto, quedan por definir los criterios de calidad que permitan, por ejemplo a un jurado, seleccionar algo excepcional. Durante mucho tiempo el tema de la originalidad se impuso en detrimento de cualquier otro criterio. Pero, hoy día, otros temas y ejes priman a la hora de valorar un buen trabajo. El concepto *Una respuesta precisa y una buena relación con los contextos de fabricación y de uso* ha logrado imponerse poco a poco. Las nociones ecológicas de sostenibilidad, la accesibilidad universal y las cuestiones sociales —tal como lo vimos en este jurado— también están cobrando protagonismo. Pero, bajo mi punto de vista, el aspecto más sensible es la usabilidad, que está en la base del diseño y en total contradicción con el marketing. Lo que podemos llamar *la atención prestada* tanto al objeto de trabajo como a la persona que interactúa con él. Creo que esa es la clave.

Un buen diseño es fruto de la atención especial que uno dedica al problema concreto que tiene resolver y del respeto hacia los usuarios que se verán involucrados en las soluciones brindadas. Tener en cuenta esta atención y este respeto es un valor intrínseco del diseño y es la mirada que a mí me complace encontrar en un diseño.

# Creatividad e innovación

Allan Urban

*Jurado bid\_14*

Luego de impartir un taller de Design Thinking para un curso de 30 futuros ingenieros de una universidad del norte de Chile, entre 18 y 20 años, dan vueltas en mi cabeza preguntas que ahí surgieron en relación a su idea inicial en relación a este tema. ¿Qué es?, ¿de dónde viene este concepto? Explico que se trata básicamente de una manera distinta de abordar las problemáticas que consiste en identificar primero las necesidades de los usuarios o clientes y, después, desarrollar las soluciones apropiadas. En otras palabras, transformar una necesidad en demanda.

Es frecuente una baja autoestima en relación a nuestras capacidades creativas y, aunque suene paradójico, principalmente son nuestros sistemas de educación los que, en buena medida, anulan nuestra creatividad. Ésta es sólo es valorada durante nuestros primeros años de vida y en general en la educación preescolar o básica, cuando todo era celebrado y aplaudido. Sin embargo, luego, comienza a ser considerada casi como una amenaza.

Es tiempo ya de cambiar este paradigma. Las soluciones actuales, sacadas mayoritariamente de libros y recetas para el éxito, han demostrado no ser suficientes para los desafíos a los que el mundo está hoy enfrentado. La subvaloración de las capacidades creativas de los profesionales es un fuerte impedimento para generar la innovación que se necesita en nuestro tiempo. No se trata de encontrar a los *creativos* y traerlos sino, más bien, de un urgente despertar de la capacidad creativa que habita en todo ser humano, en todos nosotros.

La disciplina del diseño es capaz de traspasar sus fronteras tradicionales y explorar nuevos territorios, considerando todas las nuevas variables que exigen los tiempos que corren. El pensamiento de diseño posee una mirada sistémica que facilita considerar simultáneamente inclusión social, consumo colaborativo, comercio justo, diseño y/o creación de nuevos servicios, recursos renovables, etc. en resumen, sostenibilidad y todos sus componentes.

Ya no se trata de presentar objetos atractivos. Ahora el desafío es mayor y la responsabilidad que lo acompaña, también. Como diseñadores podemos pensar en ciudades, sistemas de energía, nuevos modelos de producción, nuevos usos de materiales, nuevos modelos de negocio, la lista sigue y sigue. Esta es la enorme oportunidad que tenemos entre manos. Podemos hacerlo en forma aislada o colaborando y enseñando nuestra mirada del mundo a otros. Por mi parte, me quedo con lo último.

Con mucha esperanza he visto la gran cantidad de proyectos presentados en esta cuarta versión de la Bienal Iberoamericana de Diseño. Se aprecia claramente una nueva visión, con desarrollos que ya incluyen estas nuevas variables antes mencionadas: producción inclusiva, recuperación de técnicas ancestrales, reutilización de desechos, etc.

La bid\_ tiene el enorme potencial de generar modelos de imitación que propicien la creación de más y mejores proyectos para el desarrollo de nuestros pueblos. Hay que aceptar los desafíos, probar una y otra vez sin miedo. Los resultados pueden ser insospechados, valiosos y con capacidad de abrir un horizonte que ayude a los jóvenes a pasar de ser observadores a convertirse en protagonistas del mundo de hoy y de nuestro futuro.

# Diseñar para Todos

Jesús Hernández Galán

*Director de Accesibilidad Universal*

*Fundación ONCE*

La inquietud del ser humano se encamina hacia la idea de que todas las personas tengan las mismas posibilidades de desarrollar una vida digna y decidir sobre su actividad, vivienda o estilo de vida. Nace así el concepto de Design for All (Diseño para Todos), que centra su actividad en la búsqueda de soluciones de diseño para que todas las personas, independientemente de la edad, el género, las capacidades físicas, psíquicas y sensoriales o la cultura, puedan utilizar los espacios, productos y servicios de su entorno y, al mismo tiempo, participar en la construcción de nuestra sociedad.

Teniendo en cuenta que los entornos construidos (espacios, productos y servicios) están diseñados por personas para ser utilizados por personas, se hace patente la necesidad de que los profesionales que estarán directamente implicados en la construcción de dichos entornos productos y servicios, reciban la formación necesaria, para generar soluciones eficaces a los problemas actuales de inclusión.

En los últimos años, el concepto de *Diseño Para Todas las Personas* se ha extendido por Europa. España ha contribuido considerablemente a su desarrollo y expansión. Ya en 1995, con ocasión de la Asamblea General del European Institute for Design and Disability (EIDD), se realizaron unas Jornadas sobre este tema. A pesar de estos esfuerzos, este concepto sigue siendo relativamente difuso y debe ser analizado estudiado y difundido.

Algunas ideas para entenderlo son:

Uso y experimentación: Utilizar algo no es lo mismo que experimentarlo. Pocas veces, o quizás nunca, utilizamos cosas o situaciones o entornos, sino que los experimentamos. No somos meros usuarios sino que entran e implican emociones. Por eso no se diseñan cosas buenas o malas, se diseñan experiencias, que pueden acabar con resultados exitosos o desastrosos. Belleza: Si no es bello, no es diseño para todas las personas. Todas: Son todas aquellas personas que desean experimentar. Con lo que el deseo es el tema clave del diseño y no se puede excluir a nadie.

Creemos que una de las mejores formas para que los organismos públicos y privados promuevan su difusión es fomentando experiencias concretas. Es aquí donde los diseñadores tenéis un papel importante para cambiar este mundo excluyente, diseñando, desde la belleza, la emoción y la usabilidad, entornos, productos y servicios para todas las personas, independientemente de su edad, su género, sus capacidades y su bagaje cultural.

Por eso, desde Fundación ONCE apoyamos iniciativas que promuevan el Diseño Para Todas Las Personas, como la Bienal Iberoamericana de Diseño, premiando aquellos diseños en los que se tiene en cuenta a ese TODAS con mayúsculas. De este modo os cedemos el testigo, para que desde DIMAD sigáis apostando e incluyáis en vuestro ADN el Diseño Inclusivo, al igual que como diseñadores tenéis interiorizado el concepto de belleza. Vosotros sois los protagonistas en diseñar un mundo mejor.

# Telefónica I+D y su compromiso con el Premio bid14, Diseño Digital

David del Val

CEO de Telefónica I+D

Crear productos y servicios digitales avanzados, objetivo y misión de Telefónica I+D, precisa integrar en el proceso de diseño y desarrollo disciplinas muy diversas, más allá de las puramente tecnológicas y de las relacionadas con el software. El conocimiento del usuario y el diseño de producto son esenciales para alcanzar este objetivo.

Telefónica I+D cuenta con un equipo de diseñadores y expertos en *User Experience* (UX), cuyo trabajo comienza identificando el tipo de usuario al que va dirigido el servicio para, a continuación, conocerlo y entenderlo. Comprender a las personas, su cultura y su contexto contribuye a *atraer* sus mentes y permite construir servicios *a medida*. El usuario participa como protagonista del proceso de cocreación junto con el equipo de desarrollo tecnológico, aportando su visión, el *feedback* de su experiencia y su valoración final.

Por todo ello, integramos en el producto la investigación del usuario, el diseño del servicio y de la interacción y el diseño visual final. Buscamos dar respuesta a las necesidades y percepción de los clientes, utilizando las posibilidades de la tecnología y teniendo en cuenta los requisitos y oportunidades del negocio.

Telefónica concede gran importancia al diseño digital y se siente comprometida y vinculada con Iberoamérica. De ahí, nuestra enorme satisfacción por participar en la Bienal Iberoamericana de Diseño. Iberoamérica, sus personas, su progreso y su futuro son un foco clave de la actividad de Telefónica. Tenemos la oportunidad de pensar cómo serán las ciudades del futuro, los ciudadanos podrán darles forma según sus necesidades. Los emprendedores construirán sus soluciones a medida y serán las propias ciudades las que darán respuesta a cómo debe funcionar una ciudad.

Una de las áreas prioritarias de nuestra innovación es Internet de las Cosas. Queremos participar y aportar nuestra experiencia, para crear un mundo de objetos interconectados: sensores, dispositivos... en edificios, calles... de una forma eficiente y sostenible. A través de la innovación abierta, queremos inspirar a las personas para que creen sus ciudades, den forma a sus espacios y eliminen barreras. Conseguir espacios donde la gente trabaje y viva con calidad y bienestar.

Convencidos de que el Premio bid14 Telefónica I+D - *Diseño Digital* refuerza este objetivo y de que nuestra presencia en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Uruguay, Venezuela, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Nicaragua y Panamá contribuirá a difundirlo, queremos dar la enhorabuena a los ganadores del premio y animar a todos los participantes a seguir creyendo en el diseño como herramienta clave para un futuro fundamentalmente humano y mejor para todos.

# Una ruta que es siempre búsqueda

Gloria Escribano

*Coordinadora general bid\_*

Después de tres convocatorias, la Bienal Iberoamericana de Diseño se consolida como un observatorio desde donde articular todo lo que está sucediendo en el mundo del diseño iberoamericano y desde el que ir analizando y construyendo el futuro de esta disciplina.

La Bienal se afianza, pues, como un punto de encuentro y convergencia para creadores, empresas y centros de formación. Un espacio que suma y aglutina, y en el que la pluralidad y la diversidad son mucho más que simples propuestas de valor. Porque no solo hablamos de diseñadores y productores de 23 países. Hablamos de un equipo de trabajo formado por un comité asesor y colaboradores internacionales, por un jurado de distintas nacionalidades, socios a ambos lados del Atlántico, colectivos de apoyo y alumnos en prácticas de diferentes universidades y colegios de todos los países involucrados. Sin este amplísimo respaldo humano hubiera sido imposible construir esta red transoceánica que ha superado obstáculos para poder llegar a todos los entornos: desde las grandes capitales del diseño como México DF, Bogotá, Sao Paulo, Lisboa o Buenos Aires, a las de los países en donde éste ya es un sector en crecimiento, como San Salvador, San José de Puerto Rico o Guatemala, pasando por las pequeñas comunidades repartidas a lo largo de la región, para las que el diseño y su gestión empiezan a ser una opción de crecimiento.

Desde su nacimiento en 2007, los ejes temáticos de la Bienal siempre han tenido como referencia el diseño en todos sus ámbitos y en todas sus escalas: gráfica, producto, interiorismo, moda, intervención de los espacios, diseño de servicios, diseño inclusivo... Y, por supuesto, con una idea muy clara: no perder de vista en ningún momento criterios como la innovación, la viabilidad económica y la eco-sensatez.

La innovación es inherente a la esencia humana. Decía Charles Eames que el buen diseño no solo ha de adaptarse a los cambios y las transformaciones sino que ha de intuir el futuro. Y en eso creemos. Como creemos igualmente que hay que potenciar una industria que permita que el diseño forme parte de las economías reales de cada país. Sin olvidar, por supuesto, la sostenibilidad. No fomentar el respeto medioambiental es estar fuera del pensamiento contemporáneo. Un pensamiento que exige ser consciente de las limitaciones reales del planeta porque la sostenibilidad no es un titular de prensa.

Lo decimos siempre: esta Bienal no es una exposición, un catálogo, una antología o un mero registro. Son procesos, interpretaciones, experiencias, maneras de pensar la sociedad y cómo vivir en ella desde el diseño. Es un encuentro y un foro de debates en la semana inaugural, una cita en la que todos quieren conocerse y conocer la cocina detrás de cada trabajo seleccionado.

Queremos ser amplificadores de señales de este paisaje iberoamericano y compartirlo desde la voluntad de lo colectivo. Por eso, damos las gracias a los que aceptaron la convocatoria, a los participantes y a todos los que empujan y nos acompañan con generosidad en el recorrido por esta ruta que es siempre búsqueda.

## JURADO



Ruedi **Bauer**

Se formó en diseño gráfico en Zurich, estableciéndose en Lyon, donde creó su estudio, presentando su trabajo en distintas exposiciones.

Ya en París, trabajó para importantes instituciones como el Centro Pompidou, redefiniendo su identidad y su sistema de señalización.

Durante este periodo, se acerca a la arquitectura y el urbanismo e interviene cada vez más en proyectos ligados a identificación, dirección y espacialidad de distintas instituciones.

Baur apuesta por un diseño interdisciplinar y crea, con Pippo Lionni y Philippe Delis, el *Atelier Integral*. Desde 1990, enseña diseño multidisciplinar en escuelas como la Universidad de las Artes en Zúrich, donde ha creado el Instituto de Investigaciones *Design2Context*. Dirige también el posgrado *Civic design*. Es profesor en la Universidad de Artes y Diseño en Ginebra (HEAD) y en la ENSAD en París.

Tiene una amplia bibliografía como autor, coautor o coordinador.

Actualmente prepara una tesis en la Universidad de Estrasburgo.



Dora **Becher**

Dora Becher es periodista. Ha sido durante 10 años editora de moda, belleza y decoración de la revista dominical *Viva* y hoy es editora del suplemento *Mujer* y de los Proyectos Especiales del diario *Clarín*, de Argentina, desarrollando colecciones ligadas a los ejes temáticos de moda, decoración y gastronomía. Hace un año fundó, junto a dos socios, la revista *Contrastes*, único medio argentino especializado en fotografía.

Desde 2010 es profesora en la Universidad de Palermo, en las carreras de diseño (moda, interiores, gráficos, cine y TV). En 2013 fue una de las expositoras del Encuentro Latino de la Moda 2013 y acaba de ser premiada por la UP como una de las 30 Mujeres Creativas 2014, distinción destinada a personalidades destacadas del campo de las artes, la cultura y las comunicaciones en su país.



Rui **Costa**

Diseñador, doctor en diseño, profesor de la Universidad de Aveiro e investigador del ID+, Instituto de Design Media e Cultura.

Designer e Doctor. Professor no Ensino Superior, leccionou Projecto na Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto e na Escola Universitárias das Artes em Coimbra.

Fundou o gabinete de Design *Azulquente*, de que fez parte até 2002. É desde 2001 Professor no Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro, onde também desenvolve investigação no âmbito do ID+, Instituto de Design Media e cultura. Concluiu em 2014 o Doutoramento na área do Design de Informação.





### Chus **Martínez**

Nacida en Ponteceso (La Coruña, España), Chus Martínez ha realizado estudios en filosofía e historia del arte. Actualmente es conservadora jefe de El Museo del Barrio en Nueva York y previamente ha sido Directora de la oficina curatorial de *Documenta 13* de Kassel. Entre 2008 y 2010 fue conservadora Jefe del MACBA, Barcelona. Fue directora de la Frankfurter Kunstverein (2005-2008) y anteriormente fue directora artística de la Sala Rekalde de Bilbao. En la 50 Bienal de Venecia de 2005 comisarió el Pabellón Nacional de Chipre y en 2010 fue asesora curatorial en la 29 Bienal de Sao Paulo.

Martínez ha producido y comisariado numerosas exposiciones internacionales, como las de Sergio Prego, After Trisha Brown, Esra Erse, Wilhelm Sasnal, Thomas Bayrle, Deimantas Narkevicius y La vida unánime (*The Unanimous Life*) entre otras. Imparte conferencias y escribe regularmente ensayos críticos y textos para catálogos. Es colaboradora habitual de la revista internacional *Artforum*, así como de otras publicaciones culturales.



### Manuel **Lecuona**

Catedrático en Gestión del Diseño por la Universidad Politécnica de Valencia. Docente en la ETS de Ingeniería del Diseño y en el Máster Oficial en Ingeniería del Diseño de la UPV. Coordinador del módulo Gestión del Diseño del Posgrado *Design Management* de la Fundación de la UPC. Profesor invitado en la Universidad de la Habana (Cuba); Universidad del EAFIT, Medellín (Colombia); Magister en Diseño Estratégico de la Universidad de Valparaíso (Chile). Fundador del IGD -Grupo de Investigación y Gestión del Diseño. Asesor externo en Gestión del Diseño del Barcelona Centro de Diseño (BCD) y del Centro Tecnológico PRODINTEC.

Colabora con organismos como CANACINTRA y AFANJL (México), Bancomex (México), Centro Tecnológico de la madera CATEM (Bio-Bio, Chile), Banco CETELEM (España), FEDERHABITAT (España). Director del observatorio de tendencias *Trendhal designspotting*.

Es también autor de numerosos informes de tendencias, así como de múltiples publicaciones sobre diseño.



### Antonio **Pérez Iragorri**

Egresado en Diseño Gráfico de la Universidad Anáhuac del Sur, generación '87. En ese año comienza su ejercicio profesional abriendo su oficina de diseño y trabajando para grandes firmas.

En 1991 crea la primera revista de diseño gráfico en México, *a! Diseño*, de la cual es editor hasta la fecha.

Continuando con su línea de promover el diseño, crea el Congreso Internacional *a! Diseño* en 1993, que se ha realizado en diferentes ciudades del país. En 1994, la revista organiza el Premio *a! Diseño*, para difundir y promover el diseño en México. Actualmente cuenta con 34 categorías en todas las áreas de diseño. En 2009 funda una nueva revista: *Diseño es Negocio*, directorio de agencias de diseño.

Es Consejero Consultivo de la Carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Anáhuac del Sur.

En 2012 recibe la Medalla Liderazgo Anahuac, por parte de la Universidad Anáhuac campus Sur.



### Allan **Urban**

Diseñador industrial y Magíster en Estudios Internacionales, el chileno Allan Urban suma al jurado de bid 14 la mirada hacia el diseño estratégico y el diseño de servicios, aspectos cada vez más imprescindibles en la profesión de diseñador.

Urban es consultor en innovación estratégica y experto en *Design Thinking*. Es también académico de las Facultades de Ingeniería y de Economía de la Universidad del Desarrollo en Santiago de Chile. Ha estado involucrado en el desarrollo de proyectos de diseño e innovación para importantes empresas como BellSouth, Gillette, Consorcio, Sodimac, Laborum.com, entre otras.

Director de Innovación para Empresas en *Movegroup*, plataforma abierta de apoyo a la innovación y fundador de *Designfactory* (1990) y *Alusystem* (2006).

## PREMIOS

### PREMIOS POR CATEGORÍAS

#### Premio bid14 **Diseño de interiores/espacios**

Interiorismo, iluminación, instalaciones, arquitectura efímera, equipamientos culturales, museografía, retail, proyectos integrados.

#### Premio bid14 **Diseño industrial/producto**

Producto en serie, producto autoproducido, colecciones/series, manufactura artesanal, manufactura digital/impresión 3D, investigación aplicada, materiales, diseño para la movilidad, diseño para la salud, mobiliario, mobiliario urbano, iluminación, proyectos integrados.

#### Premio bid14 **Diseño gráfico y comunicación visual**

Editorial, tipografía, carteles/poster, logos e identidad, señalética, packaging, comunicación visual, conjunto de elementos combinados, proyectos integrados, web, apps.

#### Premio bid14 **Diseño de moda/textiles**

Indumentaria, colecciones/series, vestuario/figurines, patterns, tejidos, materiales, calzado, bolsos, sombrerería, joyería, complementos, proyectos integrados).

#### Premio bid14 **Telefónica I+D\_Diseño digital**

Web, apps, motion graphics, animación, videojuegos, instalaciones interactivas, interactividad, diseño de experiencias, proyectos integrados.

### PREMIOS ESPECIALES

#### Premio bid14 **Diseño de servicios**

El Diseño de Experiencias de Servicio es una herramienta emergente orientada a la innovación en el sector de los servicios. Es un proceso colaborativo multidisciplinario que se activa para la ideación, planificación y ejecución de servicios centrados en la experiencia de usuarios y clientes. Las propuestas de diseño estratégico plantean la integración de diversos enfoques y de todas las disciplinas del diseño.

#### Premio bid14 **Diseño para el Desarrollo\_con el apoyo de Cooperación Española**

El llamado Diseño para el Desarrollo tiene el importante papel de apoyar e impulsar a las personas y sus comunidades a enfrentar y resolver las dificultades de desarrollo en la que viven y suele conformar una red de experiencias vinculadas a la gestión de diseño para el impulso local. Es el diseño enfocado hacia las necesidades de los más necesitados y se desarrolla involucrando, en su gestión e implementación, la participación comunitaria, la co-creación, la colaboración interdisciplinaria y el *crowd sourcing*.

#### Premio bid14 **Diseño para Todos**

El Diseño Universal es parte esencial de la estrategia para conseguir una sociedad en la que todas las personas pueden participar. Esto parte de un modelo de sociedad que se está redefiniendo, tomando como base la inclusión de todos y que deriva, en gran medida, de la

reflexión acerca del modo que la sociedad quiere acoger a la persona en toda su diversidad la deficiencia, la limitación de la actividad o las dificultades para la participación.

#### Premio bid14 **Diseño y empresa**

El auge del emprendimiento hace surgir proyectos empresariales bien diseñados con posibilidades de ser reconocidos por sus valores como nuevas ideas, pensadas como proyecto de diseño empresarial. La bid quiere premiar las buenas prácticas empresariales en diseño y destacar a aquellos sectores que hayan aplicado el diseño como un valor de competitividad.

#### Premio bid14 **Diseño y nuevas ideas**

Este premio quiere buscar y poner en valor el diseño que surge de las nuevas necesidades y nuevas formas de pensar y organizarse, contemplando el diseño de un futuro deseable para el hombre. Las nuevas ideas no implican necesariamente innovación tecnológica. Se trata, en realidad, de encontrar las maneras adecuadas de responder a cuestiones planteadas por problemas de previsible generalización.

#### Premio bid14 **Diseño e innovación**

El premio quiere hacer un reconocimiento a la innovación que utiliza tanto la novedad tecnológica como los saberes para producir nuevas maneras de hacer las cosas. Se considerarán especialmente, a la hora de evaluar los proyectos y diseños presentados a este premio, la novedad, la aportación de nuevo valor, su imprevisibilidad, la originalidad de los planteamientos aportados y el perfil investigador.

#### Premio bid14 **Diseño y sostenibilidad**

Este premio quiere destacar aquellos trabajos que tienen por objeto aportar soluciones de diseño innovadoras y funcionales. Proyectos que consideren los aspectos ambientales, económicos y sociales en el desarrollo de determinado producto o servicio. De ahí la necesidad crítica de mejorar los procesos de producción, productos y sistemas funcionales de productos y servicios conectados desde la disciplina que nos compete, el diseño.

#### Premio bid14 **Diseño y movimientos sociales**

Sectores sociales y cívicos han organizado sus protestas o reivindicaciones. No sólo han tomado en sus manos su organización, sino cómo comunicarla y visualizarla. Han conseguido crear marca de sus movimientos y gestionar procesos abiertos en sus lenguajes y acciones. En esta edición, la bid\_ busca ejemplos, trabajos, donde el diseño sirva como eficaz herramienta de comunicación de demandas sociales, exhibiendo casos singulares y paradigmáticos en los distintos países iberoamericanos.

#### Premio bid14 **Diseño para la cultura**

En el cambio de paradigma cultural los diseñadores han de formar parte de los proyectos de la cultura y de los procesos de indagación de los nuevos lenguajes sumando sus herramientas de diseño. La bid\_ quiere detectar propuestas, trabajos e ideas ligados a esta renovación y a estos nuevos discursos para ponerlos en valor. Invitamos así a participar no sólo a los diseñadores y diseñadoras sino a las instituciones que han impulsado propuestas acordes con esta candidatura.

#### Premio bid14 **Publicaciones iberoamericanas de Diseño**

La bid\_ quiere valorar y premiar propuestas editoriales (publicaciones impresas, blogs y colecciones) que batallan por la cultura del diseño: promueven debates, muestran tipografías, canalizan herramientas, notifican procesos de diseños complejos y difunden el quehacer de arquitectos e interioristas arriesgados y emergentes sin dejar de cultivar el trabajo de los maestros. Y que a la vez ejercitan en sus páginas el diseño editorial abriendo nuevos caminos, con audacia conceptual y formal, comprometidos con la comunicación y la edición ligados a la disciplina.

## PARTICIPANTES

### Argentina

#### PREMIOS

Observatorio de Tendencias INTI Textiles / Premio bid14 *Diseño y Nuevas Ideas* y Mención bid14 *Publicaciones iberoamericanas de Diseño*

#### MENCIONES

El Espartano / Alexandra Kehayoglou / Mención bid14 *Diseño industrial/producto*, Mención bid14 *Diseño y Sostenibilidad* y Mención bid14 *Diseño y Empresa*.

R.U.S. Feboasoma / Silvina Martínez, Gabriela Antenzon / Mención bid14 *Diseño y Movimientos sociales*

#### FINALISTAS

Alpargatas SAIC / Diego Mohadeb, Martin Churba + equipo de diseño de calzado e indumentaria  
Alpargatas SAIC

Camping / Gabriel Alejandro Balan, Paco Savio, Facundo Fernández, Maxi Ciovich, Natalia Lucero, Francisco González Alzaga, Agustina Fones, Santiago Gorla, Soledad Rodríguez Zubietta, María Hoffman, Catalina Rodríguez Triana, Nicolás Szenig, Ignacio Díaz, Delfina Magrane, Josefina Azulay, Mariano Bonacorsi

Cimalco S.A. / María Eugenia Mena, Rolando Espina, Ricardo Colombano

en bruto / Marcela Coppari Peña

Estudio Cabeza / Diana Cabeza

Fundación Artesanías Misioneras / Lanás de Misiones: Miryam Millan, Gisele Sero y 12 artesanas

La Voz del Interior / Juan Colombato

Patricia Lascano Design / Patricia Lascano

### SELECCIONADOS

Demarco Diseño SRL / Laura Cherny, Julieta Karzovnik, Pablo Daniel Demarco, Nicolás Adrián Demarco

Fabio / Ignacio Fabio

Hombre Lobo / Sol Marinucci, Sebastián Valdivia

Imprenta Chimango / Santiago Pozzi

Kollektiv Migrantas / Florencia Young, Marula Di Como

Lorena Sosa/Terceto / Lorena Sosa

MUMU espacio cultural museo de las mujeres / Cecilia Georget Salomón Tamantini

Patricia Álvarez Joyas / Patricia Álvarez

PLA! objetos criados / Paula Combina, Stefanie Suárez Peña

Revista IF - Centro Metropolitano de Diseño (CMD) / Camila Offenhenden, Nadia Horta, Omar Grandoso, Marta Almeida, Laura Escobar

Siquot'types / Luis Siquot

Tacuarambu / Ezequiel Perini, Julio Morales

### Bolivia

#### FINALISTAS

Alejandro Ugalde / Alejandro Ugalde Hurtado

Hevea / Patricia Isabel Martínez Valverde, Guido Di Mola

#### SELECCIONADOS

Borax / Rodrigo Vargas, Sergio Ávila

Campuzano.de / Paola Campuzano de Haverkamp

Cinenomada CRL / Juan Carlos Valdivia Flores, Sergio Ávila

DAL Industrias / Luis David Arce Vega (Cucho)

Folk (de los pueblos) / María Isabel Álvarez Inchausti

Dirección de Cultura Ciudadana (Gobierno Autónomo Municipal de La Paz) / *Cebras* Educadores Urbanos / Susana Vanessa Peñaloza Palomeque, Evelyn Kathia Salazar Peredo

Juan de La Paz / Juan Carlos Pereira Paz

Keep Calm and Design Stuff / María Alejandra Cornejo, Estefanía Eid, María Reneé Rodríguez Clavijo

Lahostia / Carla Viviana Giménez Arce, Alejandro Llobet Navajas

mi.marquez.diseño / María Isabel Márquez Álvarez

Muñecainflable srl / Marcela Rivera, Andrea Cuadros

Nido / Rodrigo Vargas, Alejandra Ortega, Dayana Guzmán, Rodrigo Vargas

Picante surtido / Matilde Urioste Urioste

## Brasil

### PREMIOS

Greco Design / Gustavo Greco, Tidé, Ricardo Donato, Joao Corsino, Laura Scofield, Alexandre Fonseca / Premio (ex aequo) bid14 *Diseño gráfico y comunicación visual*.

Grendene S.A. / Edson Matsuo / Premio (ex aequo) bid14 *Diseño y Empresa* y Mención *Diseño de moda/textiles*

Questto|Nó / Levi Girardi / Premio bid14 *Diseño industrial/producto*, Mención bid14 *Diseño e Innovación* y Mención bid14 *Diseño y Sostenibilidad*

T+T Design / Felipe Tassara, Daniela Thomas / Premio bid14 *Diseño de interiores/espacios* y Premio bid14 *Diseño para (en y desde) la Cultura*

### MENCIONES

Cosac Naify / Elaine Ramos, Flávia Castanheira / Mención bid14 *Publicaciones iberoamericanas de Diseño*

Furf Design Studio / Rodrigo Brenner, Diego Pedrozo Santo / Mención bid14 *Diseño y Movimientos sociales* y Mención bid14/Fundación ONCE *Diseño para todos*

Livework São Paulo / Luis Alt, Tennyson Pinheiro, Gustavo Bittencourt / Mención bid14 *Diseño de Servicios*

Renato Imbroisi / Renato Imbroisi, Eva Maciel da Cuhna, Ariane Miguel de Carvalho, Daísa Martins de Andrade, Dalvanil da Silva Campo / Mención bid14 *Diseño de moda/textiles* y Mención bid14 *Diseño para el Desarrollo* con el apoyo de Cooperación española

### FINALISTAS

Casa Rex / Gustavo Piqueira, Samia Jacintho, Caroline Vapsys, Marianne Meni

Casa Rex / Gustavo Piqueira, Samia Jacintho, Danilo Helvadjian, Marianne Meni, Caroline Vapsys

Cassiano Prado Design / Cassiano Prado

Cosac Naify / Elaine Ramos, Paulo André Chagas

Fernanda Yamamoto / Fernanda Yamamoto

Indio da Costa Design A.U.D.T. / Luiz Augusto de Siqueira Indio de Costa, Paula Fiuza, Augusto Seibel, Carlos Rutigliani, Felipe Rangel, Felipe Bicudo, Pedro Nakazato, Camila Fix

Indio da Costa A.U.D.T. / Luiz Augusto de Siqueira Indio de Costa

Performa / Renata Meirelles Limongi

Todos Arquitetura / Guto Requena, Paulo de Camargo, Lucas Ciciliato, Tatiana Sakurai

Universidade de São Paulo / Lucas Terra Cardial, Caue Nouer Oliveira, Henrique Dias, Henrique Susumo, Yasmin Ghazzaoui

### SELECCIONADOS

Barbieri e Gorski Arquitetos Associados / Michel Gorski, Salomon Cytrynowicz, Valentina Soares, Julia Mazagão

Clever Pack / Henry Jun Suzuk, Claudio Patrick Vollers

Crama Design Estratégico / Ricardo Leite, Marcos Fontonio, Helena Guedes, Thais Fonseca, Anderson Ribeiro, Ana Cotta, Paula Damazio, Natália Pena

Di20 Design e Arquitetura / Pablo Eduardo Ramírez Chacón

Estação Primeira de Design / Marcia Larica, João Grillo

F/Nazca Saatchi & Saatchi / Bruno Oppido, Eduardo Lima, Romero Cavalcanti, João Linneu, Fabio Fernandes

Folha de São Paulo / Fabio Marra, Mario Kanno, Simon Ducroquet, Marcelo Pliger, Ricardo Balthazar, Ricardo Mendonça

Jair de Souza Design / Jair de Souza, Rita Sepulveda, Afonso Almeida

Keenwork Design / Luis Castelari, Nishimura, Karen Suemi Kohatsu, Karen Stolt, Carla Pellin, Ana Paula Leone, Marco Tomazelli, Felipe Castellari

Mary Figueiredo / Mary Figueiredo

Mucci Estúdio / André Gustavo Giacomucci

Néktar Design / Paula Langie Araujo, Flavia Hocevar, Juliana Dalla Rosa

Prata Design / Didiana Prata, Marcelo Villela Gusmão, Izabelle Alvares

Quatroventos Comunicação / Ricardo Luiz Gouveia Du Melo

Simone Mattar / Simone Mattar Basile

Vibri Design & Branding / Fernando Brito

Voltz Design / Cláudio Santos Rodrigues, Jacqueline Guimarães Ferreira, João Victor de Oliveira, Leonardo Rocha Dutra

## Chile

### PREMIOS

Leónidas Loyola / Leónidas Loyola Valenzuela, María de los Ángeles Briones, Rodrigo López, Horacio Mella, Diego Olivares, Anahí Rivera, Luis Romanque / Premio bid14 *Publicaciones iberoamericanas de Diseño* y Mención bid14 *Diseño gráfico y comunicación visual*

### MENCIONES

Agencia Felicidad / Piedad Rivadeneira, Paula Recart, Rodrigo Frey, Renata Tesser, Begoña Abadía / Premio bid14 *Diseño y movimientos sociales*

DEO / Josefina Bunster, Ismael Prieto / Mención bid14 *Diseño y Nuevas Ideas*

### FINALISTAS

Agencia Felicidad / Piedad Rivadeneira Ruiz-Tagle

Ignacio Hornillos Design Studio / Ignacio Hornillos Cárdenas

José Manuel Silva Astaburuaga / José Manuel Silva Astaburuaga

Luxia / Ximena Muñoz Abogabir, Christina Hoenhmann, Cristian Dreyer, Mónica Labra

NY Slow Design / Natalia Yáñez Guzmán

Puerto Diseño / Verónica Rivas, Equipo Puerto Diseño

Pure Cotton / Daniela Alejandra Valdés Ortiz

Territorios Tipográficos / Sergio Ramírez Flores, Justine Graham, Francisco Gálvez

### SELECCIONADOS

A3 Press / Alejandra Amenábar Álamos, Camila Ortega, Teresa Díaz

Alterstudio / Felipe Andrés Hurtado Acuña, María Teresa García, Javiera Tapia, Ana Palma Silva, Cristóbal Jiménez, Cristian Berrios

Awayo / Catalina Recabarren García, Diego Martínez Zubietta, Sergio Recabarren García

Bercz / Dani Berczeller Najum, Consuelo Saavedra, Felipe Trávez, Leónidas Loyola, Joce Quezada, Priga Costa, Andrea González, Fernanda Casanova, Pol

Factoria Ltda / Susana Andrea Herrera Quezada, Cecilia Figueroa, Rodrigo Troncoso

Grupo Oxígeno / José Luis Bayer Ríos, Rodrigo Stierling, Tomás Gottlieb, Carla Delgado, Carlos Brocco

Grupo Oxígeno / José Luis Bayer Ríos, Hernán de Pol, Chantal Soulodre, Bernardita Ojeda

Grupo Oxígeno / Juan Figueras Maldonado, Francisco Cabezas Moreno, José Luis Bayer

Magia Liquid / José Covarrubias, José Luis Valdés, Pamela Castillo, Camila Leiva, Totoy Zamudio

Mallco / Agustín Quiroga Prieto, Pedro Castro, Nicolas Galdames, Diego Valenzuela, Carlos Ordenes

Nueve Design Studio / Patricio Silva Carrasco, Karin Cáceres Andrades

Piano & Piano / Luis Piano, Magdalena Oyanedel

Surorigen / Alejandra Bobadilla Alvarado

The Rack Ltda. / Valentina Mery Rodríguez, Trinidad Gómez Pinto

Tinca Diseño / María Constanza Rebolledo, Mariana Achelat

Void / Weichi He, Carlos Molina, Camila Valdés, Esteban Serrano, Ignacio Pérez, Tomás Dintrans

## Colombia

### PREMIOS

Artesanías de Colombia / Felipe Rodríguez Cabra, Equipo de Diseño Artesanías de Colombia / Premio (ex aequo) bid14 *Diseño y Empresa*

### MENCIONES

Arquitectura e Interiores / Marta Gallo, Juan Pablo Campos, Natalia Heredia, Alejandra Arse,

Laura Prieto / Mención bid14 *Diseño de interiores/ espacios*

Restaurante WOK / Guillermo Fischer, Lucho Correa, Carolina Codina Ruiz (coordinación) / Mención bid14 *Diseño y Empresa*

#### FINALISTAS

Anthropologic / Otto Nassar, Anna Palacio, Susana Ospina, Mauricio Peña, Camilo Luna, Juan Gama, Ana Salcedo, Bárbara Niño, Carolina Bonilla

Comunican S.A. / Anderson Rodríguez Montero, Jorge Dario Forero Aldana, William Leonardo Ariza Chavarro, Juan Camilo Pachón Palomares

Dado Diseño Para Todos / Oscar Ivan Diaz Moreno

Diseño Universal Tecnoayudas-Corporación Discapacidad Colombia / Gustavo Alberto Hincapié Corrales, Mónica Virginia Sosa Correa, Javier Alberto Saldarriaga Cano

Estudio Celta Ltda. / José Julián Patiño Umaña, Juanita Cruz Cubillos

Iván Onatra / Iván Onatra, Diana Lara, Ana María Valencia, Adriana Fernández, Carolina Rico

Juan Pablo Blanco / Juan Pablo Blanco Nieto

Kika Vargas / Erika Vargas

Siegenthaler &Co / Oliver Siegenthaler

Terranum Arquitectura / Paula Andrea Restrepo González, Juan Carlos Uscátegui Mejía, Edgar Suárez, Beatriz Robayo, Nadia Méndez, Felipe Pontón, Juan David Duque

#### SELECCIONADOS

Arquitectura e Interiores / Juan Pablo Campos, Natalia Heredia, Silvana Villalba

Diorama Post / Juan Manuel Pardo Barrera, Juan Alberto Diaz, Bernardo Garcés, Didier Moreno

Dupla.co / Guillermo Valencia, Paula Guzmán

Fivelines – Unimedios / Emilio Jiménez, Jaime Franky, Martha Chávez, Pedro Valero, Miler Moreno, Javier Morales, Mauricio Salcedo, César Puertas

Joyas.Blandas / Dayra Benavides

La Libertad / Federico Castrillón Vélez

Metalero / Diana Pulido Contreras, Alexander Cortés

Mon & Velarde / Marta Gavria, Federico Castrillón, Nicolas Betancourt

Sancho BBDO / Giovanni Martínez G., Óscar Correa

Simón Wilches / Simón Wilches Castro, Anna Drubich

Sumotype Foundry / Óscar Guerrero Cañizares

Taller de Diseño / Camilo Andrés Casasbuenas Acuña, María Osorio, Germán González, Fernando Duque

Taller de Diseño / Camilo Andrés Casasbuenas Acuña, María Osorio, Germán González, Oswaldo Rincón

Two Leaves Editions / Mónica Bravo, Juan Luque, Alejandro Bahamon, Carlos Jiménez Moreno

VAYA! Agencia / Guillermo Acevedo Beltrán

Waira / Alejandra Ordóñez

### Costa Rica

#### FINALISTAS

José Alberto Hernández / José Alberto Hernández Campos

#### SELECCIONADOS

Cornucopia Zine / Óscar Ruiz Schmidt

GN Medios / Manuel Canales, Marco Hernández, José Murillo, Edgar Fonseca, Steven Acosta, Olman Hernández, Roberto Acuña

Iden-tica / Juan Manuel Betancourt Martínez

Intelligent Sense / Nathalie Howell Flores

Juli Bolaños-Durman Designer Maker / Juli Bolaños-Durman

Optyma S.A. / María José Quirós Bonilla

Teddy-Boy Studio / Diego Fournier, Andrés Cervilla, Elías Arias

Veritas-Qbico / Andrea González Dittel

Ying Chi Chen Design / Ying Chi Chen

Natalia Vega Design / Natalia Vega, Gaudy Castro, Priscilla Chacón

### Cuba

#### FINALISTAS

Instituto Superior de Diseño / Maité Fundora Iglesias

#### SELECCIONADOS

ArteCubano Ediciones, Consejo Nacional de las Artes Plásticas / María Carolina García Domínguez

Camila Berazain / Camila Berazain



Carlos Augusto Lira Arquitectos / David Alfonso Suárez

Estudio Dekuba / Luis Ramírez Jiménez

Gabriela Moya Llc / Gabriela Moya

Ideambos / Laura Cuendias Abreu, Yosvenky Hernández Camiñas

Instituto Superior de Diseño / Leonardo Regalado Solano

Instituto Superior de Diseño / Alejandro Escobar Mateo, Alfredo Aguilera Torralbas, Carlos Mesa Vera

Instituto Superior de Diseño (ISDi) / Eviel Ramos Pérez, Adolfo García Bastón (Quico)

Instituto Superior de Diseño (ISDi) / Ansley Miguel Méndez Llanes, Laura Suárez Villada

Instituto Superior de Diseño (ISDi) / Laura Suárez Villada, Ansley Miguel Méndez Llanes

## Ecuador

### MENCIONES

Amuki / Vanessa Alexandra Zúñiga Tinizaray / Mención bid14 *Diseño gráfico y comunicación visual* y Mención bid14 *Publicaciones iberoamericanas de Diseño*

### FINALISTAS

Cosmos artediseño / César Fabián López Rivadeneira

Kikoplastic / Alberto Rodríguez Pérez, Murray Cooper, Dimitrov Justiz, Juan Freile, Alejandro Solano-Ugalde, Niels Krabbe

Msghdesign / María Mercedes Salgado Vejarano, Gyorgy Sandor Haffner

### SELECCIONADOS

Dayoco Estudio / Dayanna Gioconda Valdivieso Acosta, Dayoco Estudio, Revista Barranco

Diego Lara Saltos Diseño / Diego Lara Saltos

Diseño Flandoli / Mateo Flandoli, David Vallejo, Marina Gallardo

Grupo Turé / Esteban Lalama, Edytha Lalama, Santiago Coronel, Esther Serrano

Índigo480 / Christian Lasso Rocha

Lápiz y Papel / Diego Coba, Andrea Celi, Patricio Chávez, Daniel Noboa, Christian Monsch

Palapa / Miguel Vega Espinosa

Pánico / Oswaldo Terreros, Marcelo Calderón

puntoymagenta / Gisela Calderón Zurita, María Luz Calisto

Ricardo Cuenca / Ricardo Cuenca

Rizoma Estudio / Diego González Flores

Sikimira Ilustración Textil / Bladimir Trejo

Suspiro Taller / Verónica Buitrón

## El Salvador

### FINALISTAS

Avilés Consolidados / Leonel Avilés, Edgar Avilés, Claudia López, Ned Mejía, Eduardo Benítez

### SELECCIONADOS

Helen Navas / Helen Navas

Dilup / María José Núñez Domínguez

Emma Schonenberg / Emma Schonenberg

Frida Larios / Frida Larios, Andreas Pohancenik

Guaza / Hugo Antonio Zambrana Velásquez, Álvaro Ernesto Guatemala Funes

Kw Design / Alejandro Majano Choto Cruz

La Señora / Adriana Hayem, Óscar Velásquez

Laura Mendoza Vela / Laura Mendoza Vela

Raquel Arana / Raquel Arana

Roberto Juárez / Roberto Juárez

SaraHdz / Sara Hernández

SaraHdz / Sara Hernández, Salvador Llor

Thinking Quantum / Salvador Augusto Guzmán Sandoval, José Ojeda

Verata / Rafael Antonio Campos Navarrete, Alessia Paola Sanabria Henríquez

## España

### PREMIOS

Domo / Domo / Premio bid14/Fundación ONCE *Diseño para todos* y Mención bid14 *Diseño de Servicios*

ECOALF / Javier Goyeneche Marsans / Premio bid14 *Diseño de moda/textiles* y Premio bid14 *Diseño y Sostenibilidad*

Erretres Diseño y Comunicación 2003, S.L. / Pablo Rubio Ordás / Premio bid14 (ex aequo) *Diseño gráfico y comunicación visual*

Estudio Álvaro Catalán de Ocón / Álvaro Catalán de Ocón (director creativo), equipo diseñadores Erretres Diseño y Comunicación 2003 / Premio bid14 (ex aequo) *Diseño para el Desarrollo* con el apoyo de Cooperación española y Mención bid14 *Diseño industrial/producto*

### MENCIONES

Ábaton Arquitectura / Camino Alonso Ramos, Ignacio Lechón, Fernando Alonso, Carlos Alonso, Marta Hombrados, Eva Espada, Jorge Porto, Cristina Alemán, Alberto de Miguel / Mención bid14 *Diseño industrial/producto*

Bestiario / Bestiario / Mención bid14/Telefónica I+D *Diseño digital*

Fjord Spain S.L.U. / Fjord / Mención bid14 *Diseño de Servicios* y Mención bid14 *Diseño e Innovación*

Fundosa Technosite S.A. / Fundosa Technosite / Mención bid14/Fundación ONCE *Diseño para todos*

GVAM / Jaime Solano Ramírez, Jaime Padilla, Javier López-Cózar, Marta García-Muñoz, Marta Redondo / Mención bid14/Fundación ONCE *Diseño para todos*

Labmatic Estudio / Javier González Pontón. Colaboradores: Javier Bootello, Óscar García, Lola Colomera / Mención bid14 *Diseño de interiores/espacios*



## FINALISTAS

Aji by Canya / Pepe Canya

Anna y Eugeni Bach / Eugeni Bach Triadó, Anna Bach

Arkoslight / Rubén Saldaña Acle

Besada y Failde, BMJ Arquitectos, SCP / Marister Failde Ferreiro, Belinda Besada Vergara

Bluups / María Keuchkerian Burgui, Silvia Paredes García

díez+díez diseño / díez+díez diseño

Domo / Domo

Fundosa Accesibilidad / Andrés Urseguia Balbuena, Juan Carlos Bravo Rendo

TF Interactiva / Equipo de TF Interactiva, Lucía Lara

UPM, ETSIT. Grupo Life Supporting Technology / Sergio Salvi, Manuel Ottaviano, Grupo Life Supporting Technology

Woodendot / María José Vargas Díez, Daniel García Sánchez

## SELECCIONADOS

Angélica Barco Studio / Angélica Barco Fernández

Anónima by cm / Carmen María Castañeda Díaz

domohomo arquitectos / Julio Turnes Vieito

Ena Cardenal de la Nuez / Ena Cardenal de la Nuez

Estudio Javier Jaén / Javier Jaén

Estudio Ji / Jorge Frías, Irene Zurdo

Fabio Molinas / Fabio Molinas

maria ke fisherman / Víctor Alonso Oliva, María Lemus Fernández

Media Interactive Design (MID) / Alex Posada Entrecanales, Eduardo Imasaka

Moneo Brock Studio / Belén Moneo Feduchi, Jeffrey Miller Brock

Noviembre Estudio / Susana Sancho Céspedes, Vicente Porres Huelmo

Picado-de Blas Arquitectos / Rubén Picado, María José de Blas

Pratt Institute / Miguel Leiro Fernández-Cuesta

Reinadecorazones / Óscar López

## Guatemala

### SELECCIONADOS

Axel Barrios / Axel Barrios

Fundación ProDesarrolloPro / Francisco Javier Donis Guerrero, Fundación ProDesarrolloPro

GUIiSHEM / Guillermo Jop Zimeri

La Fototeca, Universidad de San Carlos de Guatemala / David Bozareyes

Rustika / María Gutiérrez

## Haití

### FINALISTAS

Sibylle Denis Design / Sibylle Denis Touat

### SELECCIONADOS

Bijou Lakay / Daphnee Karen Floreal

Paula Coles Haití / Paula Coles

Stephanie Dartigue / Stephanie Dartigue, Sara Magloire

## Honduras

### FINALISTAS

Mayan Roots / Esthela Martínez, Indira Martínez

### SELECCIONADOS

Baktún Estudio / Céleo Ramos

Elman Padilla Studio / Elman Padilla

Inversiones Yati, S. de R. L. / Teresa Suárez Faucher, Proyecto del CAC, Universidad Autónoma de Honduras

Joyería Rosalila / Diana Martínez

Viking/Camazo / Andrea Fonseca Chahín, Fernando Domínguez Aguilar

## México

### PREMIOS

Proyecta / Romain Tardy, Laurent Delforge, Manuel Alcalá / Premio bid14/Telefónica I+D *Diseño digital*

### MENCIONES

Centro de Diseño de Oaxaca / Mariana Gullco, Bernardo Porraz / Mención bid14 *Diseño para el Desarrollo* con el apoyo de Cooperación Española

Centro de Diseño de Oaxaca / Laura Noriega Landeros, Laura Quiroz, artesanas de Teotitlán del Valle / Mención bid14 *Diseño para el Desarrollo* con el apoyo de Cooperación Española

Centro de Diseño de Oaxaca / Luciana Corres Tamez, Abigail Mendoza / Mención bid14 *Diseño para el Desarrollo* con el apoyo de Cooperación Española

Centro de Diseño de Oaxaca / Luciana Corres Tamez, Mayra Contreras, artesanos de Oaxaca de Juárez / Mención bid14 *Diseño para el Desarrollo* con el apoyo de Cooperación Española

CWI Centro de Matemáticas e Informática de los Países Bajos / Lilia Pérez Romero, Michiel Hildebrand / Mención bid14/Telefónica I+D *Diseño digital*

Emiliano Godoy + Tuux / Emiliano Godoy, Daniel Romero, Rodolfo Samperio, Pedro Valencia, Ángel Sánchez, Ingrid Corona, Mariana Armella / Mención bid14 *Diseño y Empresa*

Taller 6A / Bernardo Gómez-Pimienta, Alejandro Sánchez García / Mención *Diseño de interiores/ espacios*, Mención *Diseño y Sostenibilidad* y Mención *Diseño para (en y desde) la Cultura*

Taller Alejandro Magallanes / Alejandro Magallanes / Mención bid14 *Diseño para (en y desde) la Cultura*

### FINALISTAS

Andrés Mario Ramírez / Andrés Mario Ramírez

Blok Design / Vanessa Eckstein, Marta Cutler, Patricia Kleeberg, Kevin Boothe

Centro de Diseño de Oaxaca / Ivonne Lartigue  
Mendoza, Mariana Cantú Garza Gallardo, Patricio  
Chaves Zaldumbide, Alfonso Castellanos Ribot,  
Andrea Barrios Nogueira

Estudio Claudina Flores / Claudina Flores

Estudio Espacios / Carlos Torre Hütt

Jacal / Belén Moro, Eliana Zaghis

Lara Hnos. / Mauricio Lara, Sebastián Lara

### SELECCIONADOS

3indesign / Ricardo Espinosa, Pablo Vega Correa,  
Edgar Solano Chávez, Tanibel Marmolejo, Minerva  
Pérez Tzompantzi, Heriberto Santibáñez, Héctor  
Mora

Advento Art Design / Silvino López Tovar

Alejandro Macías / Alejandro Macías P. Medrano

AureaCode / Óscar Alberto Mondragón, María del  
Carmen López Ortega

Creativos RD / Jesús Roberto Palacios Peña, Zaira  
Lorena Gutiérrez Tenopala

DayDreaming / Gabriela Chang Valdovinos

ene o / Iván W. Jiménez, María Romero, Carlos  
Rodríguez, Salvador Jaramillo, Matz Estrada,  
Emma Mora

Esrawe Studio / Héctor Esrawe, Manuel Baño

Futura / Vicky González, Iván García

Grupo W / Grupo W

JD-E Industrial Design Studio, Ofimodul S.A. de  
C.V. / Jorge Diego Etienne Ortega

Komoni / Daniela Elguero, Susana Torres

Mackech / Geraldina Herrera Vega

Moisés Hernández / Moisés Hernández

Moromori / Guido Yannitto

Namuh / Luis Fernando Luna Bermúdez

Peca / Caterina Moretti

Savvy Studio / Jorge Diego Etienne, Savvy Studio

Sebastián Lara / Sebastián Lara, Roberto Sedano  
Ibarra

The Apps Factory Center México / Héctor  
Bohoslavsky

### Nicaragua

#### FINALISTA

Carlos Zúñiga / Carlos Zúñiga

#### SELECCIONADOS

ARCO Producciones / Lonnie Ruiz Gómez

Estudios Corporativos / Fernando Alemán Malespín

Jorge Pavón / Jorge Pavón Rojas

Managua Lab / Ricardo González Mejía, Óscar  
Caballero, Gerardo Alemán, Stephany Mendoza,  
Moisés García, Mario Puentes, Reynaldo Ruiz

### Panamá

#### FINALISTAS

Marcarlo / Carlo Valdés

#### SELECCIONADOS

Wei Loo You Design / Wei Loo You, Rosendo Merel  
Choy, Pepe Canya, Ricky Salterio

Ají by Canya / Pepe Canya (Martí)

Ecléctica Estudio / Mayrena del Carmen Briones  
Tejada, Alex Manyoma, Raúl Altamar

Fábrica de Malvaviscos / Ana Pereda, Mario  
Castrellón, Juan Rivera, Arturo de la Guardia,  
Ángel Alvarado, Miguel Saravia

Hexagram / Alexander Wtges, Jonathan Pragnell,  
Ricardo Fernández

JiA / José Isturain, Héctor Ayarza, Raúl Correa

Kiosco Creativo / Laura Arias, Carla Lachman

### Paraguay

#### FINALISTAS

10x / Nicolás García Boccia

#### SELECCIONADOS

Astrid Poletti / Astrid Poletti

CCO S.R.L. / Iciar Bravo

Cultura Guaraní / Rebeke Nadir Sanabria, Hugo  
Ismael Ruiz, Rodrigo Hamuy Aquino

Ilse Jara / Ilse Jara

Laura Piñeiro / Laura Piñeiro

### Perú

#### PREMIOS

Walter Gonzales Arnao / Walter Héctor Gonzales  
Arnao / Premio (ex aequo) bid14 *Diseño para el  
Desarrollo* con el apoyo de Cooperación Española

#### MENCIONES

Sandra Serrano / Mención bid14 *Diseño de moda/  
textiles* y Mención bid14 *Diseño para el Desarrollo*  
con el apoyo de Cooperación Española

## FINALISTAS

Infinito / Franco Zegovia, María José Vargas, Alfredo Burga

Jordi Puig Estudio / Jordi Puig

K+M Arquitectura y Urbanismo / Sharif S. Kahatt, Mateo Eiletz, Claudia Ortigas, Arturo Higa, José Orrego

Meche Correa Sac / Meche Correa

Moisés Portella / Moisés Portella

Vacide Erda Zimic / Vacide Erda Zimic

## SELECCIONADOS

Barrel / Eric Barclay

DEPA Design Store / Estrella Jibaja Burneo, José Carlos Andrade Borda

El cartel Design Ghetto / Cristina María Rendón Bernui

Escudo / Chiara Macchiavello Urteaga, Giuliana Macchiavello, Janice Rubini

Icono / Raúl Cárdenas, Giuliana Gotuzzo, Luis Jordán, Alex de Feudis, Luis Chumpitazi, Valerie Crousse

Infinito / Alfredo Burga, Franco Zegovia, Lucía Nolasco, Eliza Fernández, Claudia Boggio

Kinsa / Michelle Álvarez Rozas, Johana Flores, Claudia Hermosilla, Anjara Rodríguez

Lama / Neil Gayoso, Sara Vilchez

Mago / José Antonio Mesones del Río

más diseño / Álvaro Chang-Say, José Antonio Mesones, Gustavo Rodríguez, Álvaro Lasso

Mr. Kat / Jaime Álvarez Sobreviela

Nidea / Samuel Gutiérrez

OnLine Studio Productions / Mirella Sala Michelsen

Roger Loayza / Roger Loayza Mainardi

Thalia Echevarría / Thalia Echevarría

Youth Experimental Studio / Jonathan Castro Alejos, Aaron Julián, Paulo Novoa

## Portugal

### PREMIOS

Computational Design and Visualization Lab  
CISUC / Pedro Miguel Amaral Melo da Cruz, Cátia Costa, Penousal Machado / Premio bid14 *Diseño y Movimientos sociales*

### MENCIONES

Miguel Palmeiro Designer / Miguel Palmeiro, Emídio Cardeira, Pedro Sousa / Mención bid14/ Telefónica I+D *Diseño digital*

Paulo Merlini architects / Paulo Merlini, André Santos Silva / Mención bid14 *Diseño de interiores/ espacios*

Viral / Carlos Quitério, Hugo Branco, Tiago Abelha, Mónica Planche / Mención bid14 *Diseño y Nuevas Ideas*

## FINALISTAS

barbara says / António Silveira Gomes, Cláudia Castelo

DROP / Joao Miguel Couto Faria

Joana P. Cunha / Joana Pereira da Cunha

João Pedro Filipe Studio Unipessoal Lda / João Pedro Filipe

Luis Mendonça, Rui Mendonça / Luis Mendonça, Rui Mendonça

Mother Volcano / Eduardo Barbosa, Mother Volcano

## SELECCIONADOS

Alfaiataria / Rui Silva

DAM / Hugo Fernando Rodrigues da Silva, Joana Augusta Guedes dos Santos

Diogo Frias Studio / Diogo Frias

ESAD / José Manuel Silva Bártolo, João Martino, Inês Melo

FBA - Ferrand, Bicker & Associados Lda. / Ferrand, Bicker & Associados, João Bicker, Daniel Santos, Hugo Pinheiro

Julietainspace / Julieta do Vale

LIKEarchitects / Diogo Aguiar, Teresa Otto, João Jesus

MAAN Design Studio / Pedro Lima Ferreira, Vítor Claro, Helder Dias

Miguel Palmeiro Designer / Miguel Palmeiro, Pedro Sousa, Emídio Cardeira

Paulo Bago D'Uva / Paulo Bago D'Uva

Pitanga Design / Luis Marques Ferreira, Daniela Michelli

Sara Westermann / Sara Westermann

Silvadesigners / Jorge Silva

Studio Dobra / André Cruz

Studio Gud / Alexandre Kumagai, Paulo Neves

Universidade de Aveiro / Álvaro Sousa  
Vera Vélez / Vera Vélez

### **Puerto Rico**

#### **FINALISTAS**

Landscape Forms / Efraín E. Vélez

Rubberband Design Studio / María de Mater  
O'Neill

#### **SELECCIONADOS**

Armada <sup>TM</sup> / Vladimir García Bonilla

Concalma / Matilsha Marxuach

DF | D - Doel Fresse | Design / Doel Fresse

Diseño Marxz Rosado / Marxz Rosado

Diseñotipo / DD-Diseño / Luis Díaz-Alejandro

Estudio Interlínea / Alberto Rigau, Alex Martínez

estudio-iris / Iris Ledesma

hacedor::maker/arquitectos / José Fernando  
Vázquez Pérez

Mar & Mar / Martín Albarrán López, María del Mar  
Gómez

Manuel Olmo Rodríguez / Manuel Olmo Rodríguez

MB María Blondet Jewelry / MB Maria Blondet

TAGd2 / José y Alberto Dueño Jordán

### **República Dominicana**

#### **SELECCIONADOS**

Edgar López Design Studio / Edgar Antonio López  
Acosta

Grupo.Diseño.Republica / Keith Thomas, Maxim  
Olivares

Paolat Design / Illustration / Paola T. de la Cruz

Tania Marmolejo / Tania Marmolejo

Tuto y Carola / Cinthya Ventura Villar

### **Uruguay**

#### **PREMIOS**

DATA Uruguay / Martín Garrido, Hugo Barboza, Fer-  
nando Uval, Mariana Mas, Victoria Esteves, Daniel  
Carranza, Gabriela Rodríguez, Fabrizio Scrollini / Pre-  
mio bid14 *Diseño de Servicios* y Premio bid14 *Diseño  
y Nuevas Ideas*

#### **MENCIONES**

DVLgroup / Emilio Oteiza, Diego Fraga, Inés Arioni,  
Alberto Menestrina, Carola Antuña / Mención  
bid14 *Diseño y Nuevas Ideas*

Pomelo Games / Juan Pedro Salvo Seade, Máximo  
Martínez, Sebastián González Majó, Felipe  
Otamendi, Jonás Mora, Federico Romero, Alvaro  
Riet / Mención bid14/Telefónica I+D *Diseño digital*

#### **FINALISTAS**

Moncloa / Matilde Pacheco, Gabriella Calderini

Óptica Lamaison / María Emilia Tato

#### **SELECCIONADOS**

Alba Knitwear / Marcela Abal

Amuéplate / Andrea Kac,  
Herman Schenck

Antipodes Café / Felipe Ridao

Carolina de Cunto / Carolina  
de Cunto, Nicolás de Cunto

Estampapas / Valentina Barreiro, Mariana Laplume,  
Lucía Burgueño

KOI / Cecilia Rodríguez Oddone, Alejandra  
Rodríguez Destouet

Menini Nicola / Carlo Nicola, Agustín Menini

Mundial / Martín Azambuja, Francisco Cunha

Ramiro de León / Ramiro de León

Sámago/ Rafael Antía, Ernesto Fasano, Pablo  
Jaime, Nicolás Galati

Trocadero GabineteDDiseño / Alejandro Sequeira

### **Venezuela**

#### **FINALISTAS**

Diego Zaks Comunicación Visual / Diego Zaks

Zang Tumb Studio / Miguel Monteagudo Herrera,  
Fabiana Daly Pizzolante

Zang Tumb Studio / Fabiana Daly Pizzolante, Miguel  
Monteagudo Herrera

Colectivo Proyecto 365 Venezuela / Miguel Ángel  
González Rojas, Carolyn Aldana, Alfredo Aldana,  
Wuilliam Arias, Pedro Marcano, Juan Bautista  
Rodríguez

#### **SELECCIONADOS**

Boulevard 03 / Grace Souky, Humberto Pappaterra,  
Julene Recao

Daniel Ostfeld Designs / Daniel Ostfeld

Galería Venezolana de Diseño/Instituto de Diseño  
Darias / Juan Carlos Darias, Alexander Morey,  
David Bezara, Domingo Villalba, Yessica Silvio

Grangris / Rubén Darío Moreno Aldana

Grupo Élite Textil Century, C.A. / Diana Carolina Piña Durán

Grupo Novanet C.A. / Freddy Polanía

Ibravodesigns / Irma de los Ángeles Bravo Jerez

Instituto de Diseño Darías / Domingo Villalba, Yessica Silvio

Isabel Caleyá Arquitectura / Isabel Caleyá, Karen Agusti

Laa! Design Studio / Rodolfo Agrella

MAGO Atelier / Manuel González Ruiz

Mediodesign / Juan Pablo Quintero Ávila

Monte y Culebra / Carlos Guzmán

Proyecto editorial Venezuela CMYK / José Villamizar, John Moore, Rafael Guerra

Simpl3 / Colectivo Simpl3 & Invitados

Universidad Católica Andrés Bello / Humberto Valdivieso, Santiago Pol, Teresa Mulet

Valentina Camacho / Valentina Camacho

Venezolana de Televisión / Frank Guzmán



P  
M  
RE EN  
CIO  
MI NE  
O S  
S







Premio  
**Diseño de  
interiores/  
espacios**



Premio  
**Diseño para  
la Cultura**

## MUSEO DE IMIGRAÇÃO

DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. BRASIL

**Felipe Tassara, Daniela Thomas**

Estudio T+T Design. 2014

Cliente Governo do Estado de Sao Paulo.

[www.mis.rj.gov.br/museografia](http://www.mis.rj.gov.br/museografia)

Desenvolvido desde o ano de 2010 até 2014, o Museu do Imigrante foi projetado para ocupar o edifício da antiga Hospedaria de Imigrantes do Brasil construída entre 1886 e 1888, um dos maiores centros de recepção de estrangeiros no Brasil. Ocupando dois mil metros quadrados, a exposição de longa duração é composta por 9 módulos expositivos e foi concebida para oferecer ao visitante um percurso sequencial, onde cada módulo apresenta um conteúdo específico de forma isolada, porém com alguma permeabilidade visual entre eles, através de passagens, aberturas e janelas. Os materiais escolhidos foram aço e madeira, que possuem uma personalidade afetiva ligada à memória do passado do imigrante, aos navios e trens que os transportaram. Todas as paredes e estruturas da área expositiva foram pintadas de cinza escuro, de forma a dar uma aparência de congelamento temporal e contrastar com o *calor* da Madeira.

A mostra apresenta diversos materiais multi-midiáticos combinados com acervo e imagens históricas. O projeto foi elaborado com a contribuição e colaboração das equipes de multimídia, Estúdio Preto & Branco, comunicação visual, Bummub, e iluminação, Design da Luz Estúdio.



**bid\_14**

Premio  
**Diseño industrial,  
producto**

**bid\_14**

Mención  
**Diseño  
e Innovación**

**bid\_14**

Mención  
**Diseño y  
Sostenibilidad**

## NATURA SOU

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. BRASIL

**Levi Girardi**

Estudio **Questto**|Nó. 2013

[www.questtono.com.br](http://www.questtono.com.br)

Cliente **Natura**

*Por que eu preciso do que eu não preciso?* Esta premissa conduziu o desenvolvimento do projeto *Natura Sou*, proposto a partir de um grande desafio: levar o consumo consciente a todos, através de uma nova marca focada na grande massa de novos consumidores brasileiros, ávidos por produtos acessíveis e de alta qualidade. Um processo de inovação pelo design se iniciou, no qual a participação dos times criativos se deu em todas as esferas de desenvolvimento: investigação, nome, embalagem, formulação, modelo de negócios, distribuição, fabricação etc. Um projeto colaborativo, com a participação de todos os *stakeholders*, onde foram testados modelos com diversos cenários, integrando de forma criativa todas as etapas do ciclo de vida do produto ao lado das análises financeiras. O resultado foi um produto que reduziu em mais de 50% o custo, quando comparado à um produto equivalente, utiliza 70% menos plástico que uma embalagem convencional e garantiu a redução de impacto em todo o seu ciclo de vida. *Natura Sou* é uma marca de cosméticos que questiona, junto da população, paradigmas de embalagem e consumo consciente.



Premio  
Diseño gráfico  
y comunicación  
visual

## IMPLEMENTACIÓN DE LA NUEVA IDENTIDAD CORPORATIVA CANAL +

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. ESPAÑA

**Pablo Rubio Ordás (director creativo), equipo de diseñadores ERRETRES Diseño y Comunicación 2003**

Estudio ERRETRES Diseño y Comunicación 2003, SL. 2012 [www.erretres.com](http://www.erretres.com)

Cliente Canal+

Proyecto de *branding*, desarrollado por ERRETRES para Canal+, cuya meta es renovar la conexión de la marca con el público a partir de una identidad y una experiencia totalmente nuevas.

El proyecto incluye la estrategia corporativa, la arquitectura de marca, el estilo de comunicación y la identidad visual, así como la implementación en sus diferentes productos. Se ha mantenido el logotipo original y la tipografía de CanalPlus, cambiando todo lo demás de manera disruptiva. La incorporación de color y la apuesta por un diseño plano permiten rejuvenecer la marca. El estilo fotográfico facilita incorporar contenidos, así como el manejo a los más de 5 millones de usuarios.

El logotipo se transforma a veces en una ventana que incorpora imágenes (a la que se asoma el usuario) y, otras, en un cuadro de diálogo (recurso gráfico para la incorporación de mensajes y de la voz del usuario). El *escalón*, un área de reserva que se apoya en el margen de las piezas, permite ubicar elementos corporativos o información sobre el producto.

La nueva marca se presenta junto a la campaña #abusadetuimaginación.





Premio  
**Diseño gráfico  
y comunicación  
visual**

## [D]ESIGN + [D]IVERSIDADE = [B]IENAL

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. BRASIL

**Gustavo Greco, Tidé, Ricardo Donato, Joao Corsino, Laura Scofield, Alexandre Fonseca**

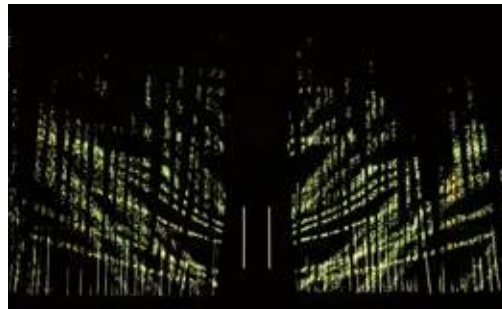
Estudio Greco Design. 2013

[www.grecodeign.com.br](http://www.grecodeign.com.br)

Cliente **Governo do Estado de Minas Gerais.**

O tema da IV Bienal Brasileira de Design é a Diversidade Brasileira. Para a criação da marca dessa edição, foram tomadas como ponto de partida questões advindas do tema, como diversidade dos recursos naturais, produção industrial/artesanal, diferentes ângulos de visão ou abordagem. Era fundamental, portanto, que a marca fosse tão flexível quanto as infinitas possibilidades de manifestações do homem no registro de seu tempo por meio do design.

O resultado foi a criação de uma identidade variável, na qual duas letras D (uma representando o design e a outra, a diversidade) de tipos distintos se alternam, formando sempre um B (de Bienal). Assim, as escolhas tipográficas representam os diversos recortes apresentados nas mostras, como joias, mobilidade, manualidades, mobiliário, indústria, entre outros, e enfatizam ainda mais o tema principal dessa edição da Bienal: a diversidade brasileira.



Premio  
**Telefónica I+D**  
Diseño Digital

## EL ARCA

DISEÑO DIGITAL. MÉXICO

**Romain Tardy, Laurent Delforge. Dirección Creativa Proyecto: Manuel Alcalá**

Estudio Proyecta. 2013

[www.proyecta.org](http://www.proyecta.org)

Proyecta Oaxaca surgió como un espacio para promover la colaboración multidisciplinaria en el diseño, explorando nuevas plataformas en las que diseñadores y artistas produzcan obras y trabajos inéditos en cada edición del festival.

*El Arca* es una pieza de *videomapping* comisionada por Proyecta al artista Romain Tardy sobre cactus vivos del jardín. Es una animación abstracta pero perfectamente sincronizada con la banda sonora electrónica compuesta por Laurent Delforge.



**bid\_14**

Premio  
**Diseño de moda/  
textiles**

**bid\_14**

Premio  
**Diseño y  
Sostenibilidad**

## ECOALF

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. ESPAÑA

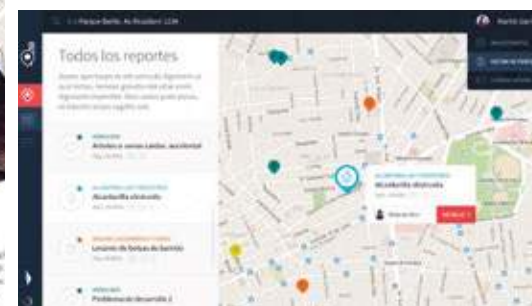
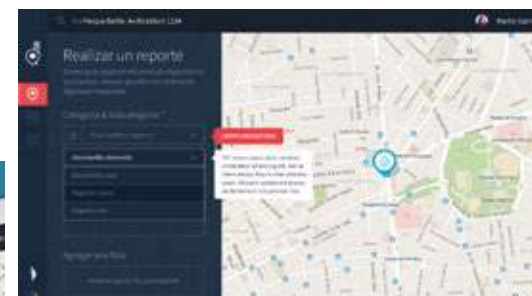
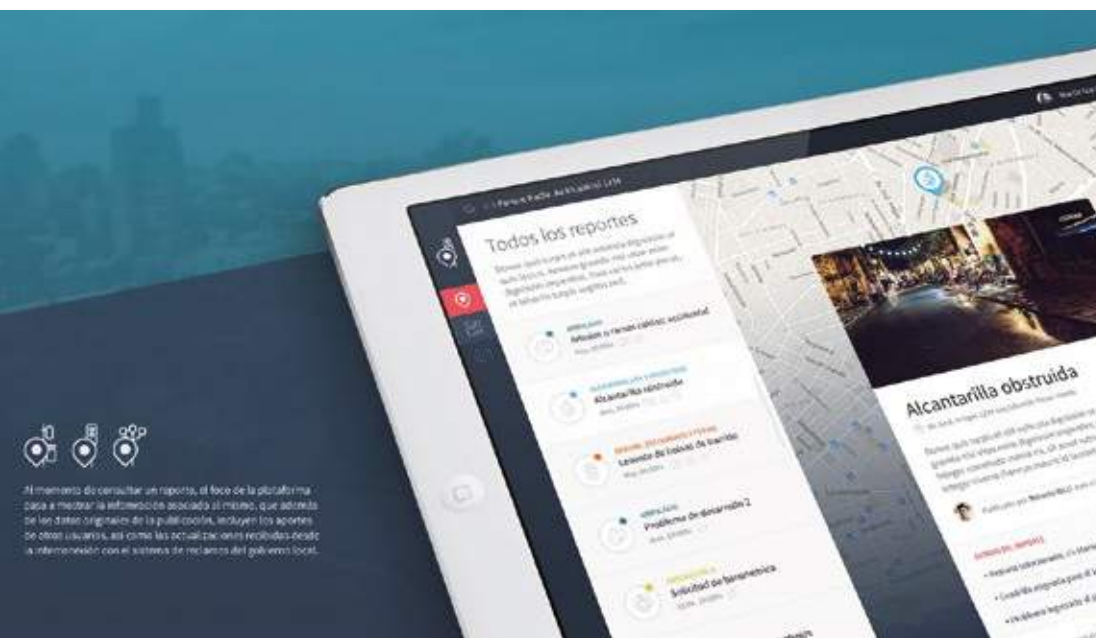
**Javier Goyeneche Marsans**

Estudio ECOALF. 2013

[ecoalf.com/espana/procesos.html](http://ecoalf.com/espana/procesos.html)

ECOALF nació en 2009 con la idea de crear una compañía de moda realmente sostenible. Al equipo fundador le pareció que lo más sostenible era no seguir utilizando recursos naturales del planeta de una forma indiscriminada: el reciclaje podía ser la solución. El problema fue que, al salir al mercado a buscar materiales reciclados, se encontraron con una oferta muy escasa y de muy baja calidad. Los pocos tejidos disponibles sólo estaban reciclados en un pequeño porcentaje (15-20%). La empresa se vio en la necesidad de realizar alianzas para, mediante la inversión en sofisticados procesos de innovación, comenzar a desarrollar tejidos, forros, cintas, etiquetas, cordones, etc. con materiales reciclados. Además, con el propósito de minimizar la huella de carbono, se intenta fabricar siempre donde se realiza el proceso de reciclaje. Eso complica los sistemas de producción pero es coherente con los valores de la marca: el principal elemento diferenciador de ECOALF es que absolutamente todos los productos de todas las colecciones creadas hasta el momento están hechos con materiales reciclados. Además, es la propia firma la que se encarga del desarrollo de los nuevos tejidos.





Premio  
**Diseño de  
servicios**



Premio  
**Diseño e  
Innovación**

## PORMIBARRIO.UY

DISEÑO DE SERVICIOS. URUGUAY

**Martín Garrido, Hugo Barboza, Fernando Uval, Mariana Mas, Victoria Esteves, Daniel Carranza, Gabriela Rodríguez, Fabrizio Scrollini**

<http://89nod.es>

Cliente DATA Uruguay

*Por Mi Barrio* es una aplicación que permite crear reportes sobre problemas urbanos desde el PC o móvil localizando el problema en un mapa, con posibilidad de agregar fotos y comentarios. Asimismo, notifica de la resolución emitida por la Intendencia de Montevideo (IM) así como de estados intermedios como inspecciones o fechas agendadas. Esto es posible gracias a un nivel de integración con el Sistema Único de Reclamos de la IM sin precedentes en este tipo de plataformas en el mundo.

La aplicación se basa en FixMyStreet, software libre de My Society, con quienes se colaboró para aportar al código integración con redes sociales y una profunda readaptación de la interfaz de usuario. La iniciativa busca el empoderamiento también fuera de la web, incluyendo el dictado de talleres en diversos barrios de Montevideo para capacitación, pruebas y mejoras. Para hacerlo realidad se llegó a un acuerdo con la IM, que ensaya aquí su plataforma de servicios abiertos, la Defensoría del Vecino y el proyecto App Cívico de Avina y Omidyar. Se buscó una forma sencilla de involucrarse en la mejora de la ciudad y sus espacios como responsabilidad de todos, otorgando visibilidad a problemas y a soluciones e interactuando entre gobierno, ciudadanía y sociedad civil.



Premio  
**Diseño para  
el Desarrollo,  
con el apoyo  
de Cooperación  
Española**



Mención  
**Diseño industrial/  
producto**

## PET LAMP

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. ESPAÑA

**Álvaro Catalán de Ocón**

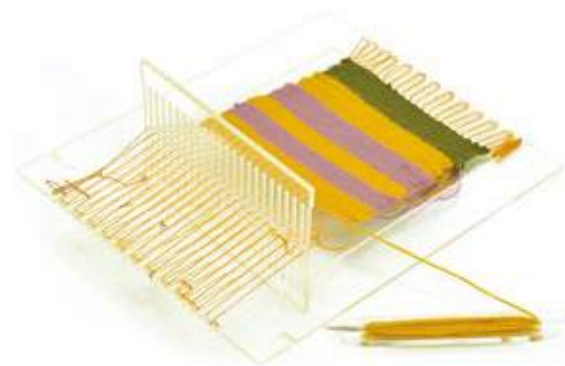
Estudio Estudio Álvaro Catalán de Ocón. 2012

[www.catalandeocon.com](http://www.catalandeocon.com)

Ciente PETLamp Studio SL.

En el año 2011 se propuso al diseñador Álvaro Catalán de Ocón trabajar sobre las botellas de plástico PET arrastradas por las lluvias tropicales al Amazonas colombiano. Partiendo de la contradicción intrínseca del objeto –minutos de vida útil frente a siglos de descomposición material– decidió cambiar la función del objeto fusionándolo con una técnica textil de artesanía local, consiguiendo así que la tradición y cosmogonía propias de aquella cultura quedaran reflejadas en el producto final.





Premio  
**Diseño para  
el Desarrollo,  
con el apoyo  
de Cooperación  
Española**



Mención  
**Diseño  
e Innovación**

## TELAR A PEDAL Y TELAR MANUAL DIDÁCTICO

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. PERÚ

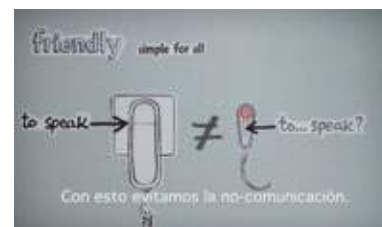
**Walter Héctor Gonzales Arnao**

Estudio Walter Gonzales Arnao. 2013

Cliente Universidad Nacional de Ingeniería

Este proyecto consiste en un telar con dos presentaciones: telar de pedal (versión grande) y telar manual didáctico (versión pequeña).

- \_ 1. *Telar de pedal.* Se trata de un telar manual de pedal armable y desarmable confeccionado a partir de cartón prensado (MDF) para realizar diversos tipos de tejidos gruesos y finos como mantas, tapices, cinturones, chalinas, etc. Como su nombre indica, es fácil de armar y desarmar sin necesidad de tornillos o elementos similares.
- \_ 2. *Telar manual didáctico.* Diseñado exclusivamente para la enseñanza a niños de entre 8 a 12 años, el telar se fabrica a partir de una plancha de acrílico cortada con láser, con piezas completamente armables que permiten un ensamblaje sencillo y fácil de realizar. Las piezas se fijan a presión para su uso y los accesorios ergonómicos permiten la manipulación del telar para realizar múltiples tejidos.



Premio  
**Fundación  
ONCE Diseño  
para todos**



Mención  
**Diseño de  
Servicios**

## CONNECTIA USER EXPERIENCE

DISEÑO DE SERVICIOS. ESPAÑA

Estudio **DOMO**. 2012

[www.domo.es/es/casos/Comunicacion-en-hospitales-centrada-en-las-personas](http://www.domo.es/es/casos/Comunicacion-en-hospitales-centrada-en-las-personas)

Cliente **Connectia Solutions**

La comunicación dentro de los hospitales es clave para una buena experiencia de los usuarios que ahí conviven: enfermos, familiares, enfermeros, médicos, etc. Sin embargo, los sistemas actuales de comunicación no son eficaces, son improductivos (llamadas involuntarias, profesionales no localizables), complicados y no permiten la privacidad. Y, por si fuera poco, el *timbre* durante el sueño se enreda en el cuerpo del paciente... ¡y le deja heridas! En consecuencia, estos sistemas no se usan, lo cual genera una mala experiencia para todos.

*Connectia User Experience* es más que un sistema de comunicaciones. Soluciona todos estos problemas mediante un brazo articulado que permite colocar un monitor y unos módulos *Plug&Play*.

En lugar de añadir funciones, éstas se han reducido colocando botones físicos gigantes, Braille y código de luces y colores e incorporando algunas prestaciones como la carga usb, el portaobjetos o el atril de lectura.

Por otro lado, el sistema permite geolocalizar a los profesionales gracias a un dispositivo RFID y monitorizar los flujos de movimientos y comunicaciones para su posterior análisis.

Un sistema que es eficaz, simple y para todos.



Premio  
**Diseño y  
empresa**

## DISEÑO COLOMBIA

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. COLOMBIA

**Felipe Rodríguez Cabra, Equipo de Diseño Artesanías de Colombia**

Estudio Artesanías de Colombia. 2013

[www.artesaniasdecolombia.com.co/disenocolombia](http://www.artesaniasdecolombia.com.co/disenocolombia)

*Diseño Colombia* es uno de los proyectos más emblemáticos de Artesanías de Colombia dedicado al diseño artesanal contemporáneo; desarrolla e integra objetos provenientes de las comunidades indígenas, afrodescendientes y rurales más tradicionales de Colombia. Estos productos son conceptualizados y elaborados gracias a la disposición y el trabajo de los distintos artesanos, diseñadores colombianos y sobre todo del equipo de diseño de Artesanías de Colombia, quienes aportan todo su conocimiento y habilidades en las distintas materias primas, técnicas y oficios artesanales con el objetivo de lograr productos artesanales vanguardistas dignos de contemplación y admiración.



Premio  
**Diseño y  
empresa**



Mención  
**Diseño de moda/  
textiles**

## MELISSA ONE BY ONE

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. BRASIL

**Edson Matsuo**

Estudio Grendene SA. 2014

[www.grendene.com.br](http://www.grendene.com.br)

A Melissa não apenas cria calçados com alta informação de moda, mas também busca, a cada coleção, presentear a fã com uma nova experiência no jeito de consumir, vestir e usar moda. Foi pensando neste desafio que a Melissa criou a *One By One*, um novo modelo de Melissa com design inovador e misterioso, para calçar e andar de maneira confortável, tanto com o pé direito, quanto com o esquerdo. A possibilidade de a fã comprar unidades (e não pares) dos modelos permite a liberdade ampla de criação ao fazer a combinação que mais lhe agrada. Com 9 modelos distintos é possível criar até 81 combinações de pares diferentes. Viabilizar essa inovação concebida há mais de cinco anos foi a parte mais gratificante, pois coloca a Melissa em um novo patamar de ousadia, depois de criar mundialmente a categoria de calçados plásticos, e quebrando novamente um paradigma no mercado calçadista.





Premio  
**Diseño y Nuevas  
Ideas**



Mención  
**Publicaciones  
iberoamericanas  
de Diseño**

## LIBRO MAPA DE DISEÑO INTI, 101 DISEÑADORES DE AUTOR

DISEÑO DE SERVICIOS. ARGENTINA

### Observatorio de Tendencias INTI

Estudio Observatorio de Tendencias INTI Textiles. 2013

[www.inti.gov.ar/textiles](http://www.inti.gov.ar/textiles)

La publicación *INTI Mapa de Diseño* es el resultado de una investigación realizada durante seis años por el Observatorio de Tendencias del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), organismo público del Ministerio de Industria de la República Argentina.

Más de 200 diseñadores, localizados en 20 provincias del país, fueron entrevistados y su labor analizada. En las páginas del informe se referencian los marcos geográficos y entornos urbanos que influyen en los trabajos de los diseñadores, así como también los escenarios productivos con sus limitaciones y potencialidades. Asimismo, se señalan la historia y actualidad de un rico acervo de saberes conformado por técnicas y oficios. La publicación recorre las producciones contemporáneas de los diseñadores, señalando las individualidades de sus lenguajes y estableciendo puntos de contacto entre las diferentes búsquedas creativas para facilitar el reconocimiento de líneas conceptuales y productivas comunes.

Finalmente, la publicación incluye 101 perfiles creativos de autores, haciendo hincapié en las búsquedas conceptuales y en los recursos constructivos de sus procesos de diseño.





Premio  
**Publicaciones  
iberoamericanas  
de Diseño**



Mención  
**Diseño gráfico  
y comunicación  
visual**

## CATÁLOGO 6ª BIENAL TIPOS LATINOS 2014 CHILE

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. CHILE

**Leónidas Loyola Valenzuela, María de los Ángeles Briones, Rodrigo López, Leónidas Loyola, Horacio Mella, Diego Olivares, Anahí Rivera, Luis Romanque**

Estudio Leónidas Loyola. 2014

Cliente Organización de la 6ª Bienal Tipos Latinos 2014 Chile

*Tipos Latinos* es un espacio cultural latinoamericano integrado por 14 países. Su propósito es llevar a cabo la Bienal de Tipografía que en 2014 llegó a su sexta edición. La muestra se realiza de forma simultánea en cada país, siendo este año Chile sede de la Jura.

Este primer catálogo se realizó en conmemoración de los diez años de la Bienal como un objeto recopilatorio, una caja negra, en la que resalta el texto flúor del lomo (6°BTL2014.CL) escrito con píxeles del ancho de los lomos de los cuadernillos. Es un homenaje al *Pixel*, categoría de premios ya extinta en la bienal.

En la primera parte del catálogo se reflexiona sobre los diez años de Bienal y recoge el proceso en Chile con la visión del jurado del estado actual de cada categoría. En la segunda parte se presentan los 78 trabajos seleccionados. Los textos fueron compuestos con Tikal de Miguel Hernández de Latinotype y Amster Pro de Francisco Gálvez, la infografía es de Ángeles Briones y la obra es fruto del trabajo del equipo de la BTL Chile 2014.



Mención  
**Diseño de interiores/ espacios**



Mención  
**Diseño y Sostenibilidad**



Mención  
**Diseño para la cultura**

## BIBLIOTECA LA CIUDAD DE LOS LIBROS

DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. MÉXICO

**Bernardo Gómez-Pimienta, Alejandro Sánchez García**

Estudio Taller 6A. 2012

[www.bgp.com.mx](http://www.bgp.com.mx)

Cliente Conaculta

Proyecto de interiorismo llevado a cabo en la Ciudadela de México. El edificio se empezó a construir a finales del siglo XVIII y se terminó en 1807 como Real Fábrica de Tabaco, en las postrimerías del periodo colonial, albergando muchos usos desde entonces: cuartel militar, cárcel, fábrica de armas, escuela y, desde 1946, Biblioteca de México. El edificio tuvo una intervención importante del arquitecto Zabudovsky en 1987, cubriéndose los cuatro patios principales con paraguas metálicos.

La presente intervención en el edificio histórico logró rescatar su carácter al retomar el esquema de patios que tenía originalmente y restaurar sus componentes, restituyendo las circulaciones tanto perimetrales como el eje norte-sur. También se mejoraron las condiciones de iluminación y ventilación naturales consiguiendo un ahorro de los recursos energéticos, se atendió a los requerimientos de accesibilidad mediante el empleo de guías táctiles y el uso de rampas en las áreas comunes y se renovaron las instalaciones y equipamientos de acuerdo a las necesidades actuales.

El cernidor configura un patio central que, a nivel de piso, funciona como zona de interconexión. Se dejaron descubiertos los muros históricos evidenciando el sistema constructivo del edificio.





bid\_14

Mención  
Diseño de  
interiores/  
espacios

## BAKERY

DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. PORTUGAL

**Paulo Merlini, André Santos Silva**

Estudio Paulo Merlini Architects. 2013

Cliente Gondodoce

Intenção: Criar uma estrutura que responda às problemáticas do espaço e apele ao imaginário e conforto do utente. Solução: Criar um *exosqueleto* de resposta. Um único elemento cria diferentes ambientes respondendo aos diferentes estados emocionais de cada utente, procura resolver a problemática dos ruídos de reverberação, característicos neste tipo de serviços e resolve também as questões da iluminação através da integração de fitas de leds em algumas das ripas. Utilizando as paredes e teto original como refletor de luz garantimos iluminação de baixo consumo e atribuímos ao espaço um caráter meio etéreo. Procedemos à recolha dos 20 produtos mais vendidos no pão quente, e com base num padrão de identificação global chegamos ao tom intermédio que aplicamos nas paredes situadas atrás do exosqueleto. Em termos formais fizemos o teto *derreter* em algumas zonas para que este se assemelhasse à cobertura de um bolo. As ripas comunicam ao consumidor. Ao deslocar-se pelo espaço este deixa perceber algumas formas escondidas por trás das ripas, que resultam de uma abstração do novo logótipo proposto ao cliente. A intenção é a de reforçar inconscientemente a imagem da empresa no consumidor.



Mención  
**Diseño de  
interiores/  
espacios**

## ST. CHRISTOPHER'S INN HOSTEL BARCELONA

DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. ESPAÑA

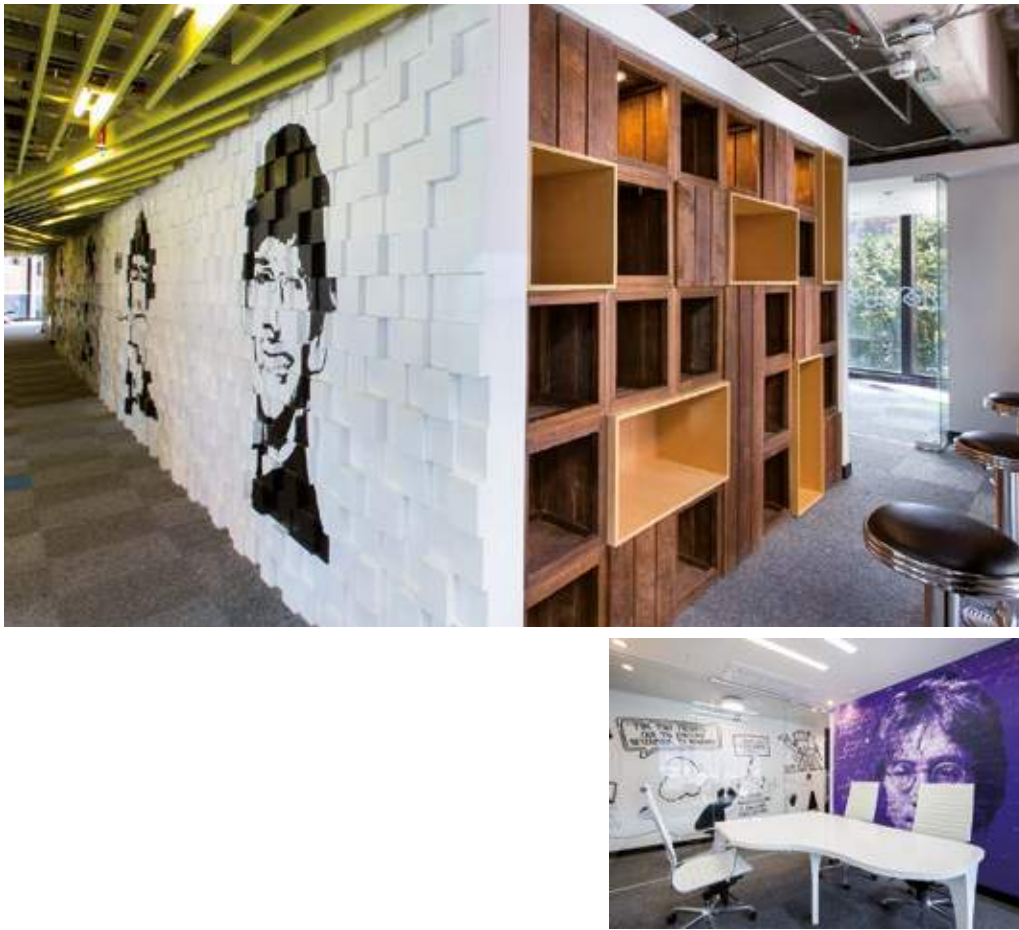
**Javier González Pontón. Colaboradores: Javier Bootello, Óscar García, Lola Colomera**

Estudio Labmatic Estudio. 2012

[www.lab-matic.com](http://www.lab-matic.com)

Cliente Valencia Flats

Proyecto de interiorismo global. En la recepción se encuentran ya todos los elementos que lo definen: el respeto al neoclasicismo propio del edificio en molduras y escaleras, la línea pura del racionalismo norteamericano del mueble de recepción, el toque mediterráneo de la baldosa hidráulica y las gráficas como elemento aglutinador y con el triple objetivo de señalar, ornamentar y jugar. De carácter más duro y nocturno es la entrada de su bar, el Belushi's, con un cartel tipo cabaret sobre fondo negro. La doble altura es aprovechada para realizar un enorme mural cuyo dinamismo y color se contraponen al mobiliario de corte racionalista y tonos neutros. Hay más gráficos presentes en este espacio, unos aplicados sobre azulejos y otros creados al jugar con teselas generando un alfombrado de mosaico de palabras y dibujos. En la sala de encuentro/lectura, Labmatic, fiel a su filosofía, diseñó piezas exclusivas como el mueble pinchadiscos realizado en tela y roble que preside la sala o las estructuras para guardar libros en forma de grada que, a su vez, ofrecen una manera divertida de sentarse. Esta sala está rodeada por dos patios mediterráneos que aportan mucha luz y color.



Mención  
**Diseño de  
interiores/  
espacios**

## OFICINAS GROUP M

DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. COLOMBIA

**Marta Gallo, Juan Pablo Campos, Natalia Heredia, Alejandra Arse, Laura Prieto**

Estudio Arquitectura e Interiores. 2013 [www.aei-col.com/projects](http://www.aei-col.com/projects)

Cliente Group M.

Proyecto de interiorismo para GroupM, el mayor grupo de agencias de medios del mundo.

El objetivo principal fue crear un concepto que pudiera evolucionar, proporcionando a cada unidad de negocio un diseño único sin perder la percepción global de GroupM como empresa. Cada unidad se encuentra en un piso diferente, lo que permitió un desarrollo especial individualizado. Gracias a la inclusión de un túnel, proyectado para dar cabida a espacios de colaboración (salas de reunión y cabinas telefónicas), fue posible que los espacios cerrados se ubicaran en el centro de la planta y las estaciones de trabajo en su perímetro, lo que permite que reciban iluminación natural.

Como rasgos destacables del proyecto cabe citar el uso de elementos de oficina no tradicionales, la inclusión social de artistas de graffiti en un proyecto de diseño de interiores y el trabajo colectivo de arte desarrollado por los empleados de la empresa. Los materiales utilizados tienen carácter moderno y urbano, combinando formas geométricas para dar una ambientación distinta a cada unidad. Con el nuevo modelo de oficinas abiertas y espacios colaborativos se consiguió un mejor entorno de trabajo para los empleados.





Mención  
**Diseño industrial,  
producto**



Mención  
**Diseño y  
Sostenibilidad**



Mención  
**Diseño  
y Empresa**

## PASTIZALES

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. ARGENTINA

**Alexandra Kehayoglou**

Estudio El Espartano. 2013

[www.alexkeha.com](http://www.alexkeha.com) y [www.elspartano.com.ar](http://www.elspartano.com.ar)

El objetivo del proyecto es reutilizar materia prima para confeccionar alfombras con temáticas del ecosistema nativo en peligro de extinción. La idea es vincular el arte al oficio en los procesos de producción, desarrollando un diseño funcional donde se combinen componentes inseparables: el conocimiento de los materiales, la tradición, la técnica y el concepto unificador de la obra.

Las piezas se producen a partir de material recuperado de la fábrica familiar, el espartano. El tejido se realiza con una pistola que se manipula en bastidores de formato vertical para insertar punto a punto la trama final. Los pastizales evocan al suelo nativo, donde se emplaza la ciudad de Buenos Aires, y a la pampa bonaerense.

Se quiere homenajear a ese territorio y colocar en los hogares un recorte de lo que una vez fue su suelo. Cada alfombra es única, con una textura, trama y paleta irrepetibles que ha sido creada a partir de la tradición textil familiar y la resignificación del oficio. Las alfombras están hechas de lana, un producto natural y renovable que proviene de ovejas alimentadas en pastizales, ecosistemas en peligro de extinción.



Mención  
**Diseño industrial,  
producto**

## CASA TRANSPORTABLE ÁPH80

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. ESPAÑA

**Camino Alonso Ramos, Ignacio Lechón, Fernando Alonso, Carlos Alonso,  
Marta Hombrados, Eva Espada, Jorge Porto, Cristina Alemán, Alberto de Miguel**

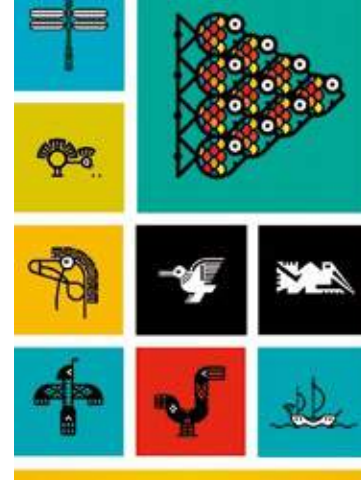
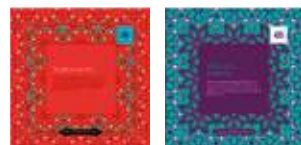
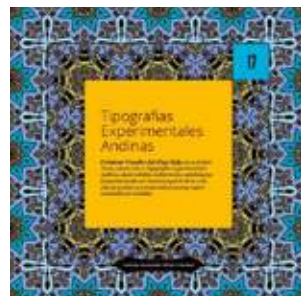
Estudio ÁbatonArquitectura. 2013 [www.abaton.es](http://www.abaton.es)

Cliente Autoproducción.

Construcción de 80 m<sup>3</sup> y 27 m<sup>2</sup>, modulable y de emplazamiento inmediato. Ábaton ha desarrollado la serie ÁPH80 como una vivienda ideal para dos personas, transportable por carretera, que se puede instalar casi en cualquier sitio.

Se trata de una vivienda sencilla y robusta, en la que materiales y acabados aportan sensación de equilibrio y bienestar. Construida en madera y transportable en un camión, se inspira en los principios de Ábaton: bienestar, equilibrio medioambiental y sencillez. Consta de tres espacios diferenciados: estar/cocina, baño completo con ducha y dormitorio, en una superficie de 27m<sup>2</sup> (9x3), con techo a dos aguas de 3,5 m de altura en su punto más alto. La ÁPH80 incorpora materiales, en su mayoría reciclables, que cumplen los criterios de sostenibilidad que el estudio aporta a todos sus proyectos. Se integra con la naturaleza y el uso de madera en toda la vivienda proporciona tranquilidad y confort, además de ser hipoalergénica y provenir de explotaciones reguladas que evitan la deforestación. Tiempo de fabricación: 6-8 semanas. Tiempo de montaje: 1 día. Transportable por carretera.





Mención  
**Diseño gráfico  
y comunicación  
visual**



Mención  
**Publicaciones  
iberoamericanas  
de Diseño**

## CRÓNICAS VISUALES DEL ABYA YALA. REGISTROS DEL 1 AL 50

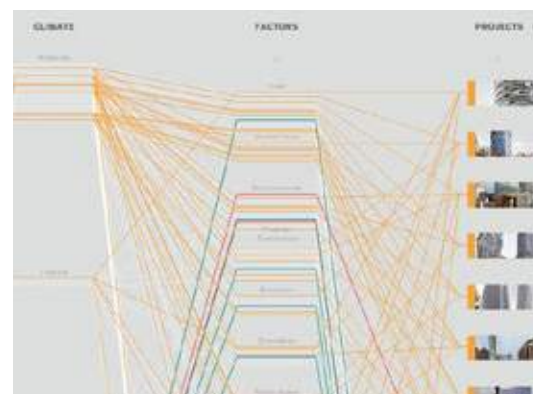
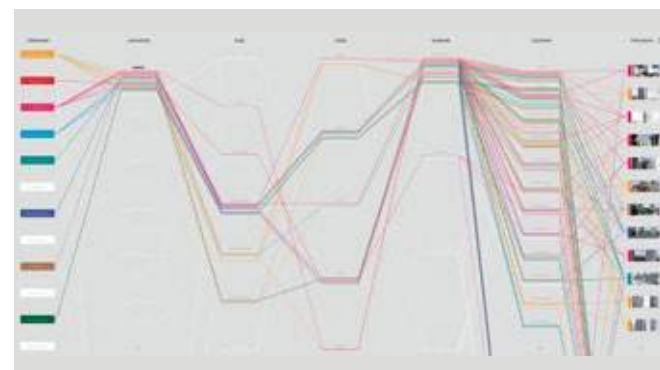
DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. ECUADOR

**Vanessa Alexandra Zúñiga Tinizaray**

Estudio Amuki. 2014

[www.amuki.com.ec](http://www.amuki.com.ec)

*Crónicas Visuales del Abya Yala* (CVA) corresponde a la segunda fase de la investigación *Aproximación a un Vocabulario Visual Básico Andino*, proyecto que nació en el marco de la Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo en Buenos Aires, Argentina, 2004-2006. CVA se enfoca en registrar experimentos realizados con el repertorio de signos visuales de las culturas originarias del Ecuador que tiene en su haber la investigadora, e intenta demostrar que los signos visuales pueden ser apropiados y reutilizables con nuevos argumentos visuales. Se trata de abrir un proceso de recontextualización que permita la puesta en valor de la memoria histórica del Ecuador, dejando de lado la actitud pasiva en donde los signos desterritorializados de otras culturas se imponen cada vez más en nuestro imaginario colectivo. CVA cuenta con 50 registros que se vienen desarrollando desde el año 2007 (17 tipografías experimentales, 5.000 módulos andinos, ilustraciones, iconos, carteles, repertorio de signos visuales, entre otros). Cada registro es una búsqueda de experimentación, una actividad lúdica que desea contribuir al enriquecimiento de la identidad visual ecuatoriana.



Mención  
**Telefónica I+D**  
**Diseño Digital**

## BAD ARQUITECTOS WORK

DISEÑO DIGITAL. ESPAÑA

### Bestiario

Estudio **Bestiario**. 2013 [www.bestiario.org](http://www.bestiario.org)

Cliente **BAD Arquitectos**.

Página web que presenta de forma interactiva el trabajo realizado por BAD Arquitectos, un estudio de diseño y arquitectura, joven e internacional con oficinas en España (Barcelona), Dublín (Irlanda), Líbano (Beirut) y China (Chengdu).

El equipo internacional de BAD cuenta con diseñadores que combinan experiencias de trabajo reconocidas por la crítica en todo el mundo con trabajos académicos que enseñan en algunas de las escuelas de arquitectura más vanguardistas. Esta dinámica crea un ambiente activo y emocionante para los arquitectos emergentes con talento.

El interfaz muestra los trabajos del estudio BAD en base a seis variables: programa, localización, tamaño, año, clima y factores. Cada una de estas variables está asociada a un color y el usuario puede navegar a través de la colección de trabajos de forma interactiva y dinámica.





Mención  
Telefónica I+D  
Diseño Digital

## BULLET BOY

DISEÑO DIGITAL. URUGUAY

**Juan Pedro Salvo Seade, Máximo Martínez, Sebastián González Majó, Felipe Otamendi, Jonás Mora, Federico Romero, Álvaro Riet**

Estudio Pomelo Games. 2013

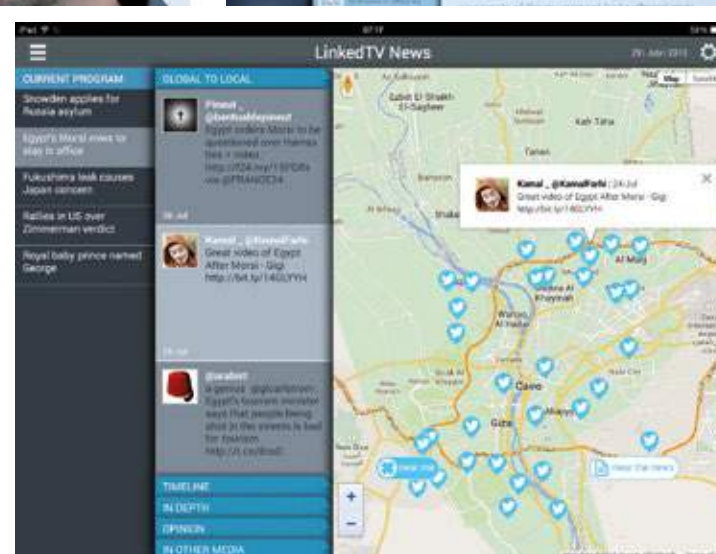
[www.juampe.com](http://www.juampe.com)

*Bullet Boy* es un videojuego pensado y diseñado para plataformas móviles de pantalla táctil. Se trata de un juego de acción construido en 3D. Su protagonista es *Bullet Boy*, un niño que vive en un mundo flotante, donde la gente se transporta disparándose de cañón en cañón. El juego consiste en recorrer este mundo plagado de obstáculos y azotado por tormentas de viento, apoyándose en rápidos reflejos y una precisa ejecución para disparar a nuestro personaje por diferentes tipos de cañones.

El esfuerzo de diseño se centró en dos puntos: interfaz sencilla y aspecto gráfico simple con gran personalidad y belleza. Para la interfaz se diseñaron las mecánicas del juego de forma que solamente se necesite un dedo para jugar y así poder apreciar del mejor modo posible lo que se ve en pantalla. A su vez, el equipo de arte se esforzó en conseguir una estética particular basada en geometría *low-poly* (3D de pocos polígonos) y una paleta simple, coherente y bella.

Los miembros del equipo han cursado estudios de cine, ingeniería, bellas artes y sonido, por lo que *Bullet Boy* es todo un experimento de diseño digital, diseño de interacción y facilidad de juego, así como de trabajo multidisciplinar.





Mención  
Telefónica I+D  
Diseño Digital

## LINKEDTV NEWS

DISEÑO DIGITAL. MÉXICO

**Lilia Pérez Romero, Michiel Hildebrand**

Estudio CWI (Centro para las Matemáticas e Informática de los Países Bajos). 2013

www.liliaperez.net

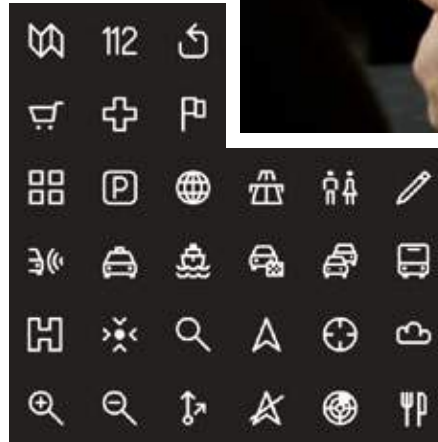
Cliente **LinkedTV**. Realizado en el contexto del proyecto europeo LinkedTV (linkedtv.eu), parcialmente subvencionado por la Unión Europea a través del Séptimo Programa Marco de Investigación (GA 287911).

Foto Edwad Snowden: Laura Poitras / Praxis Films

Aplicación para tabletas digitales que integra la información de la TV con los medios de comunicación en línea. Está diseñada para dar cabida a dos modos de interacción: un modo pasivo, *lean back*, y un modo activo, *lean forward*.

En el modo pasivo la aplicación presenta información resumida sobre elementos importantes de las noticias a través de diapositivas con textos e imágenes que se sincronizan automáticamente con el televisor. No requiere ninguna acción por parte del usuario, aunque le permite navegar por las diapositivas, guardarlas, compartirlas o añadir las noticias a *favoritos* para su exploración posterior.

En el modo activo el usuario puede explorar una noticia específica desde varios ángulos o dimensiones de exploración: tal y como fue presentada por diferentes fuentes, a través de la opinión de distintos autores, mediante artículos de fondo, través de una línea de tiempo de eventos relacionados y a través de *tweets* de las personas situadas en la zona en que el evento ha ocurrido.



Mención  
**Telefónica I+D**  
Diseño Digital

## NLIFE NAVIGATION SYSTEM

DISEÑO DIGITAL. PORTUGAL

**Miguel Palmeiro, Emídio Carneira, Pedro Sousa**

Estudio Miguel Palmeiro Designer. 2012

[www.miguelpalmeiro.com](http://www.miguelpalmeiro.com)

Cliente NDrive Navigation Systems SA

*NLife* é um software de navegação *Turn-by-Turn* desenvolvido pela NDrive, empresa sediada no Porto, Portugal, dedicada ao desenvolvimento de software de navegação *Turn-by-Turn* para smartphones, tablets e dispositivos de navegação pessoal (PND). O design do *NLife* teve como objectivo proporcionar uma experiência de utilização transversal a multiplas plataformas, promovendo uma identidade única e inequívoca a este serviço. O *NLife* é comercializado em Portugal através do operador MEO sob a identidade de *MEO Drive*.



Mención  
**Diseño de moda/  
textiles**



Mención  
**Diseño para  
el Desarrollo,  
con el apoyo  
de Cooperación  
Española**

## AYLLPA CALLPA

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. PERÚ

**Sandra Serrano**

Estudio Sandra Serrano. 2013

La colección Parque Nacional/Bahuaja Sonene *Ayllpa Callpa*, que en español significa *fuerza de la tierra*, nos pone de ejemplo a la tierra como fuente de vida y al campesino como persona que trabaja en armonía con ésta.

Así, la necesidad de incrementar las actividades sostenibles en las zonas de amortiguamiento ubicadas alrededor de las Áreas Naturales Protegidas toma como ejemplo a los pobladores de la provincia de Sandia, ubicada en el límite suroeste del parque. Estos ejercen la actividad del cultivo de café orgánico CECOVASA y representan al grupo ganador del mejor café orgánico del año 2010, el Café Tunki, ejemplo de armonía y trabajo consciente con el medio ambiente.

La propuesta sintetiza la técnica textil representativa de la región, el uso del telar de cuatro pedales, con la era moderna, representada en gráficas digitales en *mix media* estampados en sublimado y con serigrafía al agua.





Mención  
**Diseño de moda/  
textiles**



Mención  
**Diseño para  
el Desarrollo,  
con el apoyo  
de Cooperación  
Española**

## ÁRVORES TECIDAS

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. BRASIL

**Renato Imbroisi, Eva Maciel da Cunha, Ariane Miguel de Carvalho, Daisa Martins de Andrade, Dalvanil da Silva Campo**

Estudio Renato Imbroisi. 2013

[www.renatoimbroisi.com.br](http://www.renatoimbroisi.com.br)

Todas estas árvores foram construídas com tecidos feitos em tear manual pelos tecelões do bairro rural do Muquém, no Sul de Minas Gerais, onde a tecelagem manual, aprendida com os mais velhos e passada de geração em geração, ainda é atividade cotidiana de parte da pequena população.

Desde 1987, os tecelões e tecelãs trabalham também em parceria com o designer Renato Imbroisi, que criou e desenvolveu estas peças com eles e com as designers Liana Bloisi, Lui Lo Pumo e Tina Moura.

Os materiais utilizados são fios de algodão industrial e fibras vegetais coletadas no entorno da casa da mestre tecelã Eva Maciel: taboa, leiteirinha, avenca, bambu, bananeira, junco, eucalipto e milho.



Mención  
**Diseño de  
Servicios**



Mención  
**Diseño  
e Innovación**

## FJORD Y ADIDAS MICOACH SMARTRUN: EL RETO DE DISEÑAR LA INTERFAZ DE UN *WEARABLE*

DISEÑO DE SERVICIOS. ESPAÑA

**Fjord**

Estudio Fjord Spain SLU. 2013

[www.fjordnet.com](http://www.fjordnet.com)

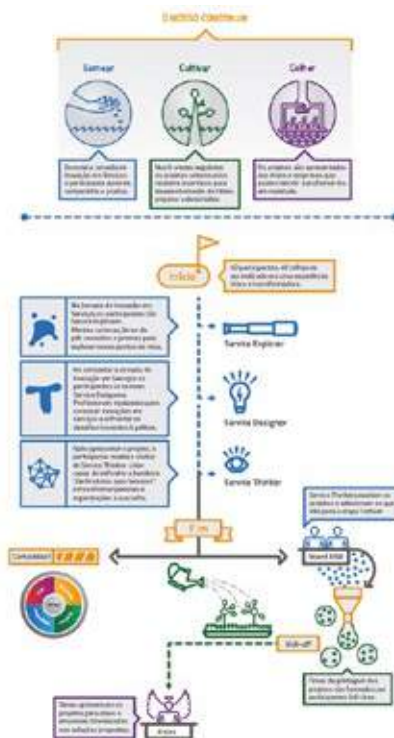
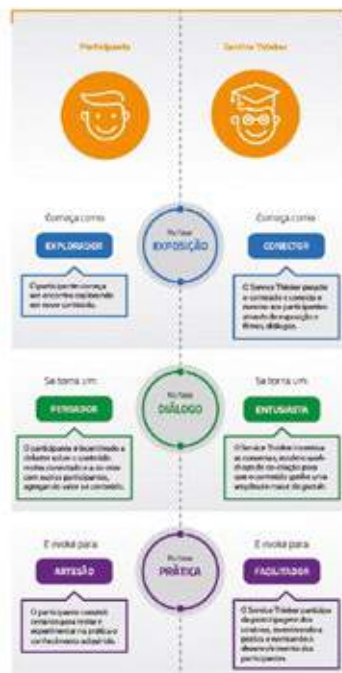
Cliente **Adidas AG, Germany**

Adidas pidió ayuda a Fjord para trasladar su plataforma interactiva de entrenamiento *miCoach* (disponible en web y app) a un dispositivo inteligente *all in one* de muñeca, adaptado al comportamiento de los *runners*.

Fjord diseñó para Adidas la interfaz de usuario (UI) de un *smartwatch* inalámbrico con el que, por primera vez, los corredores tendrían opciones visuales, táctiles, de vibración y de audio para recibir de forma muy sencilla información de su rendimiento, progresos, ritmo cardíaco o *coaching* en tiempo real.

El reto fue comprimir la experiencia e interacciones de la plataforma *miCoach* en una pantalla del tamaño de un sello, sin perder los beneficios de la app y la web. La UI debía ser clara y fácil de usar mientras el usuario entrena, pudiendo recibir información útil con un rapidísimo vistazo al reloj o códigos de vibración y color.

Fjord colaboró muy estrechamente con Adidas, realizó prototipado desde el inicio y recibió *feedback* de atletas reales para ajustar las interacciones tanto en la etapa inicial como durante el desarrollo y el post-lanzamiento. El resultado es uno de los *wearables* con mejor valoración entre los aficionados al *running* de todo el mundo.



Mención  
Diseño de  
Servicios

## A PRIMERA ESCOLA DE INOVAÇÃO DE SERVIÇOS DO MUNDO

DISEÑO DE SERVICIOS. BRASIL

**Luis Alt, Tennyson Pinheiro, Gustavo Bittencourt**

Estúdio Livework São Paulo. 2012

[www.liveworkstudio.com](http://www.liveworkstudio.com)

Cliente EISE

A EISE é mais que uma escola. É um movimento, uma bandeira. Um movimento pela construção de serviços mais inovadores, por um novo modelo educacional, pela quebra dos atuais e nada sustentáveis paradigmas organizacionais, por novas formas de enxergar e vivenciar o trabalho e, por conta disso, por um mundo muito melhor.

Do ponto de vista educacional, é a busca através do Design por algo que faça frente a complexidade dos desafios que enfrentamos nesta louca transição de uma sociedade industrial para uma sociedade de serviços. Um novo modelo que vá da transmissão de conhecimento para o desenvolvimento de competências. Do ensino tradicional para a mediação da aprendizagem. Das respostas prontas para as perguntas certas, difíceis e por isso muitas vezes convenientemente ignoradas. Do diálogo e das interações genuínas. Uma abordagem integral de desenvolvimento, profissional e pessoal. Baseada na colaboração, e busca pela identificação e nutrição de talentos individuais. Da teorização para a ação, para o desenvolvimento de soluções reais. Aprendizado na prática. Da tradicional sala de aula para um laboratório de experimentação e aprendizagem prática. Da tradicional sala de aula para um laboratório de experimentação e aprendizagem.





Mención  
**Diseño para  
el Desarrollo,**  
con el apoyo  
de Cooperación  
Española

El Centro de Diseño de Oaxaca (México) ha sido reconocido con una Mención por los proyectos *Tejidos emergentes*, *Colección de productos en telar de pedales*, *Colección de productos en telar de cintura* y *Colección de productos en filigrana*. [www.cdo.gob.mx](http://www.cdo.gob.mx)

## TEJIDOS EMERGENTES. 2012

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. MÉXICO

**Mariana Gullco, Bernardo Porraz**

El Centro de Diseño de Oaxaca (CDO) impulsa intervenciones urbanas que reavivan las tradiciones oaxaqueñas, generan un impacto positivo en el espacio público y recrean el tránsito ciudadano para crear sorpresa, animación visual y contemplación. El proyecto *Tejidos Emergentes* consiste en la intervención artística de más de 40 coladeras del centro histórico de Oaxaca con el fin de promover el diseño textil como iconografía viva. El CDO comisionó a la artista Mariana Gullco para desarrollar un proyecto de impacto social en el espacio público. La intervención fue concebida mientras la diseñadora caminaba por la ciudad y descubrió en las alcantarillas tramas y patrones de los que podrían surgir grecas, figuras, símbolos y decorados típicos de huipiles y rebozos, haciendo visible un lenguaje común que forma parte de la identidad oaxaqueña y que usualmente pasa desapercibido.

El CDO promueve *Tejidos Emergentes* como iniciativa artística que abre el diálogo entre lo tradicional y lo contemporáneo a través del arte y el diseño para difundir los textiles oaxaqueños, impactar positivamente la experiencia cotidiana de la sociedad civil y ampliar los espacios culturales.



Mención  
**Diseño para  
el Desarrollo,  
con el apoyo  
de Cooperación  
Española**

## COLECCIÓN DE PRODUCTOS EN TELAR DE PEDALES. 2013

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. MÉXICO

**Laura Noriega Landeros y Laura Quiroz (diseñadoras) + artesanas de Teotitlán del Valle**

[www.lauranoriega.net](http://www.lauranoriega.net)

El Centro de Diseño de Oaxaca ha desarrollado el proyecto *Binomios Creativos: Artesanos + Diseñadores*. El proyecto tiene como objetivo mejorar la economía, formación técnica y condiciones de trabajo de artesanos oaxaqueños, agregando valor al oficio artesanal por medio de su vinculación con diseñadores que, a través del diseño participativo, crean productos artesanales contemporáneos que satisfacen demandas y tendencias actuales del mundo global.

El resultado del *Binomio de la técnica de telar de pedales* formado por tejedoras de la comunidad de Teotitlán del Valle y las diseñadoras Laura Noriega y Laura Quiroz es una colección de piezas de lana teñidas con tintes naturales (palo de Brasil, grana cochinilla y añil, entre otros) basados en una paleta de color. Las piezas están compuestas por píxeles, puntos que se generan mediante la combinación de hilos de colores en la trama y que otorgan una textura homogénea a la tela. Los elementos resultantes pueden ser bidimensionales (tapetes) o tridimensionales (tapetes portátiles y pufs), pensados para ser usados en diferentes espacios interiores ya sea como objetos decorativos o utilitarios.





Mención  
**Diseño para  
el Desarrollo,**  
con el apoyo  
de Cooperación  
Española

## COLECCIÓN DE PRODUCTOS EN TELAR DE CINTURA. 2013

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. MÉXICO

**Luciana Corres Tamez (diseñadora), Abigail Mendoza (artesana de Santo Tomás Jalieza, Ocotlán)**

[www.lucianacorres.com](http://www.lucianacorres.com)

El resultado del *Binomio de la técnica de telar de cintura*, formado por artesanas de la comunidad de Santo Tomás Jalieza, Ocotlán, y la diseñadora Luciana Corres, es un juego de mantelería, producto de la experimentación de la mezcla de dos materiales, rafia e hilaza de algodón, que brinda durabilidad, facilidad de limpieza e impermeabilidad al producto. La introducción de una nueva paleta cromática y la reinterpretación de iconografías tradicionales zapotecas produjo como resultado dos colecciones, noche y día. El uso de nuevos materiales amplió las habilidades y posibilidades técnicas de las artesanas, que no sólo se fortalecieron como grupo sino que también les permitió acceder a mercados más jóvenes y contemporáneos.



Mención  
**Diseño para  
el Desarrollo,**  
con el apoyo  
de Cooperación  
Española

## COLECCIÓN DE PRODUCTOS EN FILIGRANA. 2013

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. MÉXICO

**Luciana Corres Tamez y Mayra Contreras (diseñadoras) + artesanos de Oaxaca de Juárez**

[www.lucianacorres.com](http://www.lucianacorres.com)

El *Binomio Filigrana* (trabajado en plata), formado por los artesanos de la ciudad de Oaxaca Juan Manuel García y José Jorge García y las diseñadoras Luciana Corres y Mayra Contreras, produjo una equilibrada colección que reinterpreta la elaborada y delicada joyería de tradición oaxaqueña sin dejar de conservar en sus procesos los principios de ritual y meditación propios de la elaboración de estas piezas únicas. Los productos obtenidos abordan tres planteamientos: la geometría (piezas a partir de círculos), las distintas tonalidades en una mezcla de acabados, brillos y pavonado (plata ennegrecida) y el volumen, con piezas que se superponen y juegan con la asimetría en los adornos (técnica de cartoneado).



Mención  
**Fundación  
ONCE Diseño  
para todos**



Mención  
**Diseño  
y Movimientos  
sociales**

## PROJETO DESIGN INVISÍVEL

DISEÑO DE SERVICIOS. BRASIL

**Rodrigo Brenner, Diele Pedrozo Santo**

Estudio Furf Design Studio. 2013

Cliente Instituto Paranaense de Cegos

O *Projeto Design Invisível* foi criado com o Instituto Paranaense de Cegos (IPC) para compartilhar a importância, poesia e função do design de produtos para crianças e adolescentes que não conseguem enxergar. A ideia nasceu em parceria com o *Projeto Ver Com as Mãos* que possui aulas de música, teatro e até mesmo arte para esses incríveis alunos. É surpreendente como eles conseguem enxergar e entender design melhor que muitas pessoas, como eles focam na função e experiência de uso, na essência da forma, mas especialmente em como eles são fascinados por criar produtos que podem contar uma história, melhorar a vida de algum modo.





Mención  
**Fundación  
ONCE Diseño  
para todos**



Mención  
**Diseño para  
la cultura**

## VENTOUR: HACIA UN NUEVO CONCEPTO DE AUDIOGUÍA

DISEÑO DIGITAL. ESPAÑA

**Jaime Solano Ramírez, Jaime Padilla, Javier López-Cózar, Marta García-Muñoz, Marta Redondo**

Estudio GVAM. 2014

[www.gvam.es/proyectos/apps-museos-y-ciudades](http://www.gvam.es/proyectos/apps-museos-y-ciudades)

Cliente Museo Arqueológico Nacional, Museu de Artes e Ofícios

Gestor de contenidos Ventour, software desarrollado por GVAM. El proyecto nació con el afán de reinventar el concepto de audioguía a partir de la máxima del Diseño Universal. Esta visión se puede materializar gracias a la evolución de la tecnología móvil y a la consecuente transformación de los hábitos de edición y consumo. Hoy, el visitante es también usuario, por lo que el museo precisa mayor autonomía y flexibilidad para satisfacer demandas personalísimas a un ritmo cada vez más exigente.

Ventour es capaz de atender todas estas demandas de forma integrada ya que permite crear y actualizar guías multimedia para todos los públicos sin tener que programar. Las guías pueden descargarse en cualquier dispositivo móvil e incluyen recursos para las personas con discapacidad sensorial.

Actualmente disponen del sistema la app del Museo Arqueológico Nacional de Madrid, España (descarga en [www.gvam.es/proyectos/apps-museos-y-ciudades](http://www.gvam.es/proyectos/apps-museos-y-ciudades)) y la guía multimedia del Museu de Artes e Ofícios en Belo Horizonte, Brasil (más información en [www.mao.org.br/noticia/museu-de-artes-e-oficios-lanca-audioguia-em-quatro-idiomas](http://www.mao.org.br/noticia/museu-de-artes-e-oficios-lanca-audioguia-em-quatro-idiomas)).



Mención  
**Fundación  
ONCE Diseño  
para todos**

## MEDICAMENTO ACCESIBLE PLUS

DISEÑO DIGITAL. ESPAÑA

**Fundosa Technosite sa**

Estudio Fundosa Technosite SA. 2013

[www.technosite.es](http://www.technosite.es)

Cliente **Fundación Vodafone**

Fundación Vodafone y Fundación ONCE, a través del proyecto *Medicamento Accesible*, disponían de una app experimental de reconocimiento de códigos de barras de medicamentos y presentación de los prospectos de los medicamentos en formato accesible a través de *smartphones*.

Como prolongación del anterior, se llevó a cabo el proyecto *Ampliación de Medicamento Accesible* que contó con la participación del Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos, facilitando el acceso a su base de datos Bot Plus 2.0. El objetivo principal era que las apps instaladas en los *smartphones* se alimentaran con los datos de Bot Plus 2.0., conectando la base de datos con la plataforma de acceso de usuarios a los prospectos accesibles mediante una capa de interoperabilidad.

Además, se realizaron mejoras de las apps experimentales y el diseño de material de difusión de las mismas, así como la posibilidad de incluir códigos QR a través de los puntos farmacéuticos como enlace a las plataformas de descarga de las apps.



Mención  
**Diseño  
y Empresa**

## CENTRO DE DISEÑO DE OAXACA

DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. MÉXICO

**Emiliano Godoy, Daniel Romero, Rodolfo Samperio, Pedro Valencia, Ángel Sánchez, Ingrid Corona, Mariana Armella**

Estudio Emiliano Godoy + TUUX. 2012

[www.emilianogodoy.com](http://www.emilianogodoy.com)

Cliente Centro de Diseño de Oaxaca

Este diseño de mobiliario utilitario para el Centro de Diseño de Oaxaca (CDO) establece un diálogo con la fuerte identidad de la arquitectura existente a partir de ciertos rasgos monumentales del edificio: delineación y realce de las bóvedas de medio punto por medio de arcadas y reminiscencias a los gruesos muros de cantera en la construcción de contrafuertes que sostienen dichas arcadas.

El sembrado atraviesa la crujía rompiendo su ortogonalidad para sugerir una subdivisión del espacio por áreas (gestión, administración, proyectos, diseño y sistemas). Los contrafuertes son libreros de hasta 4,5 metros de altura que a lo largo de su base distribuyen electricidad, voz y datos e incluyen espacios de almacenaje bajo llave, estaciones iluminadas multiuso y una cocineta con área de servicio. Se integra a este gran mueble también la iluminación general del espacio.

Los materiales fueron escogidos por su buen desempeño ambiental, bajo costo, mantenimiento sencillo y facilidad de reparación. Casi la totalidad del mueble está fabricado en DecoMDF de Masisa, hecho con fibras de residuos industriales y con certificado E-1 por bajas emisiones de *voc* (compuestos volátiles orgánicos).





## RESTAURANTE WOK

DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. COLOMBIA

**Guillermo Fischer, Lucho Correa, Carolina Codina Ruiz (coordinación)**

[www.guillermofischer.com](http://www.guillermofischer.com) y [www.luchocorrea.com](http://www.luchocorrea.com)

2014

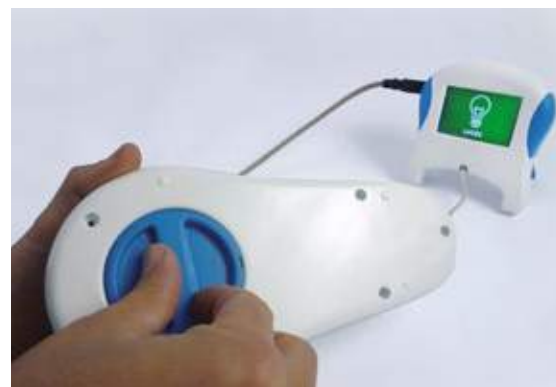
Cliente **Restaurante Wok**

[www.wok.com.co](http://www.wok.com.co)

Wok es una empresa colombiana, fundada en Bogotá en 1998 con el objetivo de ofrecer comida oriental, de buena calidad y a precios asequibles. La firma tiene como uno de sus enfoques estratégicos el trabajo con pequeñas comunidades de proveedores. Wok ha encontrado en el diseño un complemento perfecto a su oferta de comida para transmitir el concepto de la idea original: ese sueño de una vida en un mundo mejor.

Los espacios, los objetos, el menú, el servicio, la comunicación, todo suma a la hora de acercarse a los clientes. Se trabajó con arquitectos (Guillermo Fischer) y diseñadores (Lucho Correa) con coherencia para transmitir el concepto. En la comunicación se adoptó un tono sencillo, con humor sutil y contenido de información relevante y en los locales se utilizó una mezcla de elementos que parten de la lectura del lugar a intervenir, con conciencia histórica y diseño contemporáneo.





Mención  
Diseño  
y Nuevas Ideas

## ONE - CONTROL REMOTO PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. URUGUAY

**Emilio Oteiza, Diego Fraga, Inés Arioni, Alberto Menestrina, Carola Antuña**

Estudio DVLgroup. 2014

[www.dvlgroup.com](http://www.dvlgroup.com)

Cliente **Umove**

Control remoto universal para pacientes con discapacidad. Mediante la utilización de un único botón se pueden controlar diferentes funciones de la casa y/o de la sala de la institución médica. Brinda más calidad de vida, una rehabilitación más rápida y mejor aprovechamiento de los recursos asistenciales. Es el producto fundacional de la empresa Umove.

Umove, fundada por Sebastián Jorcín y Rodrigo Muñoz, se dedica al desarrollo de soluciones inteligentes en el área de la salud y el bienestar social. DVLgroup colaboró en el proceso de innovación del producto que se desarrolló a partir de las necesidades de múltiples tipos de pacientes, en consulta con especialistas y utilizando modelos de control y dibujos para identificar los conceptos con mayor potencial. Sobre el concepto elegido se desarrollaron en paralelo los aspectos técnico-productivos, la adecuación a los componentes electrónicos, las proyecciones de costos e inversiones y el modelado detallado en 3D. Es un proyecto orgánico, que fue presentado con éxito en la región y está incorporando inversores para su producción y comercialización.



Mención  
**Diseño**  
y Nuevas Ideas

## VINO RENACE

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. CHILE

**Josefina Bunster, Ismael Prieto**

Estudio DEO. 2013

[www.deo.cl](http://www.deo.cl)

Cliente **Bodegas RE**

El concepto de Bodegas RE es único, basado en REcrear y REinventar vinos ancestrales, inspirándose en los relatos bíblicos y en los vinos producidos en siglos pasados por la familia Morandé en tinajas de arcilla. Así, se demuestra que se pueden hacer vinos de excelencia con los procedimientos ancestrales y los conocimientos actuales. La firma recreó también las tinajas convirtiéndolas en ánforas gigantes únicas en el mundo, de una calidad extraordinaria y gran belleza.

Renace es el vino ícono de Bodegas RE y representa el alma conceptual de la viña. Su empaque refleja el concepto de ciclo y mezcla la belleza de lo antiguo con lo moderno. Para el empaque se descartó la caja de madera tradicional reemplazándola por una de cartón, elaborada con papeles certificados. Cada botella fue envuelta en una sección del *Nacimiento de Venus*, precisamente porque nace y es una de las pinturas clave del Renacimiento.

El diseño de la etiqueta rescata el concepto de ciclo y representa la belleza de lo simple. Para su realización se utilizó la tipografía clásica Didot, pero dispuesta verticalmente, quebrando así la diagramación tradicional. La primera edición consta de 1.050 botellas numeradas.



Mención  
**Diseño**  
y Nuevas Ideas

## VIRAL AGENDA

DISEÑO DIGITAL. PORTUGAL

**Carlos Quitério, Hugo Branco, Tiago Abelha, Mónica Planche**

Estudio Viral. 2012

[www.viralagenda.com](http://www.viralagenda.com)

Numa era de onnipresença digital, a informação cultural disponível assumiu um carácter tão excessivo e fragmentado que precisamos de novos mapas para navegar, seleccionar e organizar a imensidão de dados a que acedemos diariamente. A plataforma *Viral* apresenta-se assim como uma proposta cartográfica cuja missão é agregar e reorganizar informação cultural.

Uma combinação equilibrada entre a prospecção automática de eventos na rede e uma componente de curadoria humana permitiu à *Viral* converter-se já na agenda cultural mais completa e actualizada, organizada e fácil de utilizar de Portugal.

Lançada em novembro de 2012 apenas em Lisboa e no Porto, a *Viral* contagiou rapidamente os 20 distritos portugueses, incluindo agora cerca de 7.000 locais e promotores em base de dados, apresentando diariamente mais de 2.500 eventos futuros, e contando já com mais de 150.000 visualizações mensais. A missão da *Viral* é replicar-se até atingir o estado de plataforma transnacional de cartografia cultural, contribuindo para a análise de dados e tendências do sector à escala global, para a colaboração entre agentes culturais de todo o mundo, e para uma comunicação directa entre estes e o seu público.





Mención  
Diseño  
y Movimientos  
sociales

## CAMPAÑA CAMBIA EL MUNDO

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. CHILE

**Piedad Rivadeneira, Paula Recart, Rodrigo Frey, Renata Tesser, Begoña Abadía**

Estudio Agencia Felicidad. 2013 [www.felicidadparatodos.cl](http://www.felicidadparatodos.cl)

Cliente Universidad Alberto Hurtado.

Diseño de la campaña *Cambia el Mundo*, cuyo objetivo era atraer a estudiantes chilenos talentosos a la Universidad Alberto Hurtado, incrementar las tasas de inscripción y contribuir al posicionamiento esperado por la universidad (ser vista como una institución jesuita, líder de pensamiento en los principales problemas de la sociedad).

El público de la campaña eran estudiantes académicamente destacados de todos los niveles socioeconómicos, especialmente de la ciudad de Santiago, que sueñan con ir a la universidad y tratan de identificar la mejor institución en un sector altamente fragmentado, con poca transparencia sobre su calidad. La hipótesis de partida fue que a los jóvenes les llamaría la atención una campaña con un exigente sentido de propósito que entregara información clara y de calidad para guiarlos.

Se quiso transmitir el impacto que un profesional puede tener en un país como Chile para superar la pobreza, reducir la desigualdad y profundizar su democracia. Por esa razón se usó un tono alejado de la publicidad tradicional.



Mención  
**Diseño  
y Movimientos  
sociales**

## FEBOASOMA TEXTIL

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. ARGENTINA

**Silvina Martínez, Gabriela Antenzon**

Estudio Feboasoma. 2013

[www.feboasoma.com](http://www.feboasoma.com)

R.U.S. Feboasoma Laboratorio de Residuos Urbanos presenta Feboasoma Textil, que capitaliza la enorme disponibilidad de este material y su condición fonoabsorbente en piezas componibles para controlar la reverberación sonora. FT es un ensayo de empresa replicable en enclaves diversos que, aprovechando la fuerza del mercado, practica y difunde valores de sustentabilidad integral.

*Diseño como factor de cambio: Analizamos descartes no oficialmente reciclables encontrando nuevos usos, según metodología aplicable en otros contextos. Apartándonos del estereotipo estético del reciclaje ampliamos la valoración de reusar y favorecer a población vulnerable en sectores de la sociedad no sensibilizados. Trabajo de calidad en ambiente creativo para personas destinadas a tareas menores favorece su voluntad de superación.*

*Nos inspira la premisa el problema es la solución; diseñamos con desechos piezas que no revelan su origen y sólo pueden ser materializadas con descartes, celebrando la diversidad de fragmentos mínimos. Nos alienta revelar cualidades ocultas de los residuos, y devolverlos al mercado en forma de productos útiles, honestos y socialmente responsables.*





Mención  
Diseño para  
la cultura

## PORTADAS PARA COLECCIONES DE NARRATIVA, POESÍA Y ESPECIALES DE ALMADÍA

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. MÉXICO

**Alejandro Magallanes**

Estudio Taller Alejandro Magallanes. 2013

[www.loquehacealejandromagallanes.blogspot.com](http://www.loquehacealejandromagallanes.blogspot.com)

Cliente Almadía

Este proyecto engloba las portadas diseñadas para Editorial Almadía en los dos últimos años aparecidas en cinco colecciones con dos ediciones especiales.

La colección de Narrativa lleva un guardapolvos (impreso a una tinta) sobre el forro (impreso a dos tintas), en un formato 13,5 x 21 cm. Cada guardapolvos presenta una imagen que interactúa con la otra por un corte o suaje a través del cual se asoma parte de la imagen que se encuentra en el forro; es una especie de sinopsis metafórica del texto publicado. La colección de Poesía integra el forro y el guardapolvos gracias a sus solapas (impresas a 2x1 tintas). De formato más pequeño, 14x18 cm, el corte en el forro es una ventana que el lector puede abrir para revelar otra imagen oculta en los interiores de las solapas. Su creador ha diseñado más de cien títulos publicados por Almadía desde hace ocho años.



Mención  
Publicaciones  
iberoamericanas  
de Diseño

## COSAC NAIFY EDITORIA / CONTOS MARAVILHOSOS INFANTIS E DOMÉSTICOS JACOB & WILHELM GRIMM

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. BRASIL

**Elaine Ramos / Flávia Castanheira**

Estúdio Cosac Naify. 2012

editora.cosacnaify.com.br

Os clássicos contos dos irmãos Grimm, têm muitas vezes versões muito diferentes. Convidamos J.Borges, famoso artista do cordel (tipo de publicação popular do nordeste brasileiro) para imprimir uma personalidade brasileira e inédita para esses contos. O projeto gráfico busca replicar o fantástico dos contos e das ilustrações por meio de um esquema de 12 combinações diferentes de cor de papel/tinta aolongo do livro. São usados papéis típicos do cordel, de 4 cores diferentes, que se alternam a cada caderno. As capas dos livros são revestidas de tecido, com as ilustrações impressas em serigrafia.

A história da Cosac Naify começou em 1996. Inaugurou-se assim uma necessária biblioteca de livros de arte no país, que foi se consolidando ao longo dos anos, tanto com livros de referência quanto com publicações inéditas. Extraindo da experiência com livros de arte o savoir-faire para desenvolver projetos gráficos arrojados, a editora ampliou sua atuação e buscou, ao mesmo tempo, garantir a expressão de uma voz contemporânea de artistas plásticos e fotógrafos, ficcionistas e poetas, antropólogos e historiadores, designers, cineastas e críticos, entre tantas outras especialidades.

A linha de design da Cosac Naify combina traduções de livros fundamentais para a formação, como o elementos do estilo tipográfico, e pesquisas inéditas sobre o design brasileiro – algumas delas de grande fôlego, como a Linha do tempo do design gráfico no Brasil.





FI SEL  
NA EC  
LIS CIO  
TA NA  
S DO  
S



Los proyectos  
presentados  
en esta sección  
han sido  
dispuestos por  
orden alfabético  
de estudio.



## PINTU

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. COSTA RICA

**Ying Chi Chen**

2013

Ciente Qbico Creativo

*Pintu* es un encargo de diseño de mobiliario de la empresa Qbico a través de la Universidad Véritas. Gestionado bajo un modelo innovador que vincula la experimentación, el desarrollo, la producción y el mercadeo del diseño de producto, involucra a la academia y a la empresa privada con el fin de promover y visualizar nuevas ideas de diseño.

El proyecto *Pintu*, que significa en mandarín *Rompecabezas*, es un juego de descubrimiento. Estimula la creatividad y la curiosidad, provoca la sorpresa. La experiencia lúdica es el punto de referencia para alcanzar el modo de retornar al estado mental del niño inocente.

La pieza tiene como propósito romper los paradigmas de la clasificación del objeto en una sola categoría. El usuario completa el diseño. *Pintu* se podría considerar silla *lounge*, juego de bancas, bloques de juego para adultos o rompecabezas, pero su utilidad, carácter lúdico, interacción, subestimación y sobreestimación simultáneas están abiertos a la interpretación del usuario.

El producto logra mediar entre la fragmentación, que logra una conexión con cada pieza individual, y la unidad de objetos independientes, con el fin de crear múltiples posibilidades de interacción con el objeto.



## OFICINAS Y SALA DE EXHIBICIÓN QBICO CREATIVO

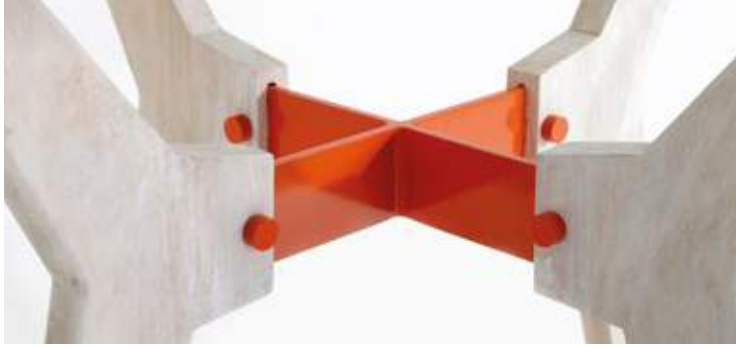
DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. COSTA RICA

**Natalia Vega, Gaudy Castro, Priscilla Chacon**

[www.qbicocreativo.cr](http://www.qbicocreativo.cr)

2012

La intención de este proyecto era configurar un área de apoyo a profesionales en diseño que están a la búsqueda de materiales y soluciones modernas con el objetivo de marcar diferencia en sus creaciones, por lo que se trabaja constantemente en mantener un portafolio renovado de productos instalados o almacenados de manera armoniosa dentro del área de consulta. El área de 150 m<sup>2</sup> fue concebida por el propio departamento de diseño del estudio, respondiendo a la filosofía de la empresa que impulsa estéticas contemporáneas para espacios corporativos. El espacio fluido estimula actitudes diferentes, entusiastas y honestas que se manifiestan en las relaciones de colaboradores y clientes. La aplicación del color se ordenó bajo principios que permiten relajar la mirada en las áreas de concentración y uso diario, estimulando los sentidos en los espacios clave de socialización y exhibición. Se utilizó madera reforestada, parte de un proyecto de maderas cultivadas que nace con el fin de dar uso adecuado a los recursos forestales del país, y se colocó alfombra modular con material 100% reciclado, participando de un programa propio de la proveedora del material.



## MESA NODO

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. EL SALVADOR

**Helen Navas**

2013

Ciente **Contempo 2013**

Mesa de comedor inspirada en la función de un nudo por medio del cual se consigue atar varias cuerdas.

El nudo es el centro, lo que permite la unión de los elementos que conforman la estructura de la mesa y el punto más destacable del mueble. La estructura puede ser utilizada en dos posiciones diferentes y es posible combinarla con superficies de diferentes materiales. La versatilidad que presenta es una ventaja pues permite simplificar la producción, bajar costos y ser flexible con las preferencias del usuario.

Las posibilidades en el uso de materiales de la superficie facultan tener un producto adaptable a los diferentes estilos de espacios interiores.



## HAITÍ

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. HAITÍ

**Stephanie Dartigue, Sara Magloire**

[www.creationsdorees.com](http://www.creationsdorees.com)

2013

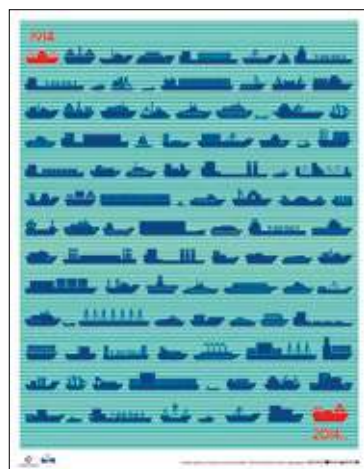
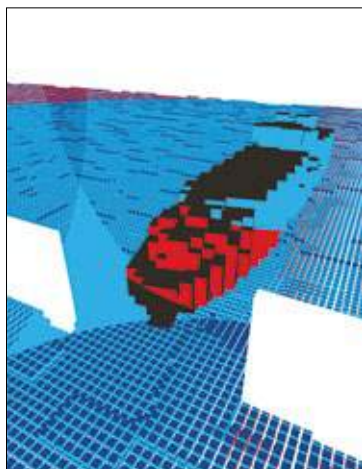
Ciente **Saga**

Créations Dorées es un dúo compuesto por Stephanie Dartigue y Sara Magloire, amigas desde hace más de 10 años que comparten el mismo amor por la moda y la pasión por todo lo bello.

Juntas lanzaron Créations Dorées en 2009. Comenzaron a ofrecer sus productos en las ferias locales y, en muchas ocasiones, vendieron todas sus creaciones. Fue entonces cuando decidieron convertirse en una empresa.

Su compañía está especializada en artículos hechos a mano: collares, pulseras, anillos, pendientes, diademas, bolsos, sandalias, cinturones y llaveros. Utilizan diversos materiales como piedras semipreciosas, perlas de vidrio, cuero y textiles diversos. Sus productos se venden en muchas tiendas y ferias.

Combinan sutilmente colores y materiales para crear piezas únicas. Utilizan métodos artesanales tradicionales mezclados con lo contemporáneo, ofertando una rica gama de accesorios que seduce el alma y los ojos de cada uno según sus preferencias.



## CARTELES CONMEMORATIVOS 100 AÑOS DEL CANAL DE PANAMÁ

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. PANAMÁ

**Wei Loo You, Rosendo Merel Choy, Pepe Canya, Ricky Salterio**  
2014

[www.sala25.com](http://www.sala25.com) y [www.ajibycanya.com](http://www.ajibycanya.com)

Cliente **Asociación Panamá Gráfico**

Piezas que forman parte en la colección de carteles originales en conmemoración de los 100 años del Canal de Panamá creados por 18 diseñadores con más de 10 años de experiencia en la disciplina de diseño gráfico. Es una iniciativa de la Asociación Panamá Gráfico avalada por la Autoridad del Canal de Panamá y auspiciada por el Museo de Arte Contemporáneo de Panamá.



## ASADO

FINALISTA DISEÑO DIGITAL. PARAGUAY

**Nicolás García Boccia**

Estudio 10x. 2013

[www.nico.im](http://www.nico.im)

La aplicación *Asado* fue creada en Asunción, Paraguay, para satisfacer una necesidad simple, saber cuánta carne comprar para el asado.

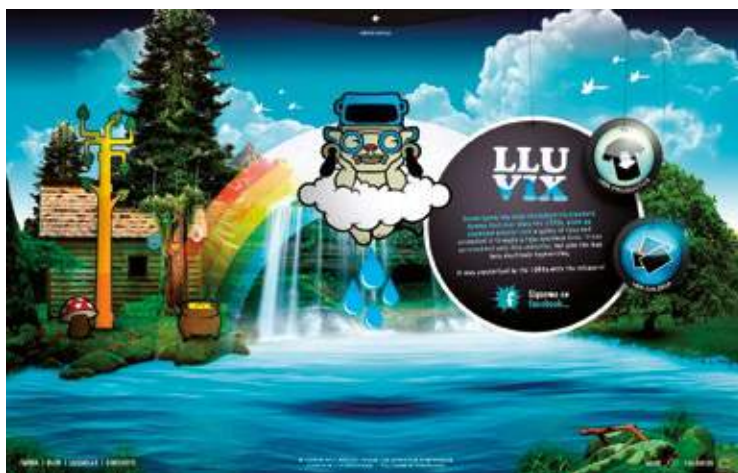
Hoy es utilizada por miles de personas que calculan y comparten sus compras con sus amigos en Twitter, Facebook, WhatsApp, etc. gracias a las posibilidades que ofrece la aplicación.

*Asado* es una aplicación para iPhone y Android. Solo basta ingresar la cantidad de hombres, mujeres y niños que irán al asado y la aplicación calcula la cantidad de carne, chorizos (salchichas), cerveza, pan y helado que se debe comprar.

Con un diseño inspirado en las pizarras escritas a mano con tiza en las clásicas carnicerías de los almacenes de Asunción, *Asado* es resultado de una mezcla cultural del asado argentino, conocido mundialmente, y el diseño de los locales de Asunción de mediados de los 90 cuyo estilo se mantiene hasta hoy. A todo ello se suman ahora las nuevas tecnologías del siglo XXI con la llegada de los *smartphones* y sus amplias posibilidades.

En menos de un mes, la aplicación *Asado* fue descargada por más de 5.000 personas, apareciendo reseñada en diarios, revistas, blogs y medios de todo el mundo, incluyendo Argentina, Paraguay, Uruguay y República Dominicana.





## TIXINDA

DISEÑO DIGITAL. MÉXICO

**Ricardo Espinosa, Pablo Vega Correa, Edgar Solano Chávez, Tanibel Marmolejo, Minerva Pérez Tzompantzi, Heriberto Santibáñez, Héctor Mora**

Estudio 3indesign. 2012

[www.3indesign.com/proyectos/tixinda](http://www.3indesign.com/proyectos/tixinda)

Cliente Tixinda

El reto del proyecto fue crear un sitio de experiencia de usuario para promocionar la marca *Tixinda*, generar nuevos contactos comerciales y conseguir nuevos seguidores de la firma. Un aspecto importante fue dar a conocer y resaltar los atributos de los objetos personales y sus aplicaciones en campañas promocionales.



## CATÁLOGOS FACULTAD ARQUITECTURA, ARTE Y DISEÑO

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. CHILE

**Alejandra Amenábar Álamos, Camila Ortega, Teresa Díaz**

Estudio A3 Press. 2012

Cliente Universidad Diego Portales

[www.a3press.cl](http://www.a3press.cl)

Diseño de catálogos de la Facultad de Arquitectura, Arte y Diseño de la Universidad Diego Portales, en Santiago de Chile. El proyecto está concebido para lograr tres objetivos: internamente, pretende reforzar la identidad visual de la facultad, a nivel local, dar a conocer su estructura y su quehacer y, a nivel global, abrirse a la comunidad académica internacional.

La impresión en duotono de los catálogos busca ser coherente con representaciones visuales de la facultad hasta entonces no formalizadas, mientras que el tipo de encuadernación en omega y las terminaciones en cuño expresan el cuidado por los detalles con los que se imparten estas carreras.





## MAHET'SI

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. MÉXICO

**Silvino López Tovar**

Estudio **Advento art design**. 2013

[www.silvinolopeztovar.com](http://www.silvinolopeztovar.com)

Cliente **Arte Editora e Advento art design**

Diseño de mesa para uso doméstico. El proyecto cohesiona tres principios básicos. El primero de ellos es buscar soluciones creativas para la utilización y el rescate del material (*porcelain enamel*) utilizado durante muchos años para fabricar utensilios de cocina como platos, cucharas o tazas.

Durante los años 40, 50 y 60 era característico de las cocinas de nuestras abuelas tener utensilios de peltre, ornamentados con las clásicas chispas blancas sobre fondo azul, asemejando estrellas sobre la bóveda celeste. Esa analogía del peltre fue utilizada para desarrollar el segundo punto de partida: *Mahet'si* (nombre de la mesa) significa *cielo* en otomí (lengua indígena mexicana) y nos remite a la idea nostálgica del peltre, pero además da cuerpo al carácter conceptual de la obra pues la superficie de la mesa está planteada como una constelación formada por 12 círculos unidos en dos grupos, enlazados por líneas impresas en oro y/o platino que también simbolizan la relación con lo místico.

El tercer punto de desarrollo es la mezcla de diferentes materiales que complementan al peltre; en este caso se utilizó madera por medio de 12 conos que se unen al peltre y conforman las patas.



## AFICHES LIGURIA

**FINALISTA** DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. CHILE

**Piedad Rivadeneira Ruiz-Tagle**

Estudio **Agencia Felicidad**. 2012

[www.felicidadparatodos.cl](http://www.felicidadparatodos.cl)

Cliente **Restaurante Liguria**

El restaurante Liguria, en Santiago de Chile, es un emblema nacional, un pequeño museo pop de la identidad visual chilena donde se conjugan la imagen, la celebración, la comida, la bebida y la música.

La idea de diseño fue producir un set de afiches que reforzaran la identidad visual ya creada en base al rescate de un patrimonio, la *Lira Popular Chilena*, que en los años de su producción no circulaba en los medios públicos actuales.

Para ello se escogieron las ilustraciones de la Lira que más se identificaban con el restaurante: escenas de bar, huasos (jinetes campesinos), caballos, guitarreros, celebraciones y también las relacionadas con muertos, funerarias y crímenes pasionales. Se adaptaron al diseño de la nueva gráfica y se agregaron ilustraciones creadas en el estilo de los grabados de la Lira para incorporarlas al mundo estético del restaurante.

El diseño de identidad visual realizado para el restaurante Liguria obtuvo el primer premio en la categoría identidad corporativa en el concurso Chile Diseño de 2007.



## RAMBLETA, UN ESPACIO DE CULTURA

FINALISTA DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. ESPAÑA

**Pepe Canya**

Estudio Ají by Canya. 2012

[www.ajibycanya.com](http://www.ajibycanya.com)

Cliente **Rambleta**

Diseño de identidad gráfica para un centro cultural.

La *Rambleta* es un nuevo espacio cultural municipal ubicado en Valencia. Para la creación de su identidad se planteó como objetivo que fuese una marca cultural memorable, con personalidad, viva, rotunda, joven y que el propio símbolo R fuese el contenedor del *namings*.

La marca es el resultado de la suma de varios conceptos: la propia inicial R, un contenedor cultural, el cubo arquitectónico del edificio, el movimiento y el nombre *Rambleta*. Es una marca diseñada para que sea dinámica y versátil en sus aplicaciones, con una gama cromática amplia y donde el símbolo R tiene variedad de opciones gráficas.

También se ha desarrollado la señalética del espacio y la línea gráfica de comunicación. La marca *Rambleta* es una letra R cúbica, que pasea por la ciudad repleta de cultura.

## PETROPORT, UNA IMAGEN RENOVADA

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. PANAMÁ

**Pepe Canya (Martí)**

Estudio Ají by Canya. 2013

[www.ajibycanya.com](http://www.ajibycanya.com)

Cliente **Petroport**

Petroport y Petrobunker, empresas pertenecientes al Grupo Trenco, debían renovar y unificar sus identidades con la finalidad de tener una identidad única, fruto de una nueva estrategia de posicionamiento. De los dos posibles *namings*, se tomó la decisión de utilizar Petroport porque representaba con mayor amplitud la actividad de la empresa, ya que Petrobunker hace referencia a un producto en concreto y limitaba como marca el crecimiento futuro de la firma. La nueva imagen, que semeja una gota del producto objeto del negocio, encierra una letra P, inicial del nombre de la empresa. El resultado es una identidad directa, sólida, contemporánea y fácil de recordar. Fruto de su sencillez, posibilita crear una marca paraguas, con submarcas dentro de ella, para identificar y diferenciar las tres áreas de negocio de la actividad empresarial.



## ALBA KNITWEAR

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. URUGUAY

**Marcela Abal**

Estudio **Alba Knitwear**. 2013

[www.alba.uy](http://www.alba.uy)

*Alba* es una marca que nace en el 2013 de la mano de la diseñadora Marcela Abal con el objetivo de desarrollar un proyecto personal basado en el tejido de punto.

*Alba* es un proyecto que se basa en el diseño sustentable y uno de sus grandes pilares son las tejedoras que, junto con Marcela, se encargan del desarrollo de las prendas. La esencia de la marca son los hilados naturales y el tejido de punto. Lo que se busca es generar texturas y volúmenes alternando el tejido a mano y el tejido a máquina artesanal para conseguir el mayor provecho de ambas técnicas.

La marca crea prendas para la mujer contemporánea que necesita adaptarse a diferentes circunstancias. Las piezas están hechas con hilados resistentes, principalmente lana merino, seda y alpaca baby, perduran en el tiempo y son sumamente suaves. En palabras de la creadora: *Estamos convencidos de que las posibilidades dentro del tejido de punto son infinitas y eso es lo que hace que estemos enamorados de la técnica, la idea de ir creando tu propia tela a medida que se teje, que no haya casi desperdicio, que sea sustentable, natural, suave, que dure toda la vida y que te haga sentir como en casa.*



## TI-TO-TA

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. MÉXICO

**Alejandro Macías P. Medrano**

Estudio **Alejandro Macías**

Cliente **DIX**

En México existen infinidad de rituales que utilizan fuego en veladoras. Todos para distintas ocasiones pero con el mismo propósito: guiar y unir a las personas.

Las veladoras *Ti-To-Ta* nacen de la afinidad que comparten dos oficios y dos personas. La colaboración entre Francisco H. Delgado e Ignacio Romo les hace concebir tres objetos que despliegan sus habilidades. El objetivo es introducirse en un mercado diferente, generando piezas que se proyecten hacia nuevas oportunidades económicas.

Esta serie ha formado parte de la Muestra Internacional de Diseño Mexicano MIDIM 2014.





## MINE

**FINALISTA** DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. BOLIVIA

**Alejandro Ugalde Hurtado**

Estudio **Alejandro Ugalde**. 2013

*Mine* es un objeto luminoso atractivo y versátil. Posee seis patas sobre las cuales puede sostenerse a nivel del suelo o sobre una mesa, siendo posible también colgarlo del falso cielo. Su fabricación implica la reutilización de botellas de vidrio que son seccionadas para obtener los volúmenes cilíndricos de las patas. El cuerpo consiste en un cubo de MDF cortado con precisión por un láser. Utiliza leds como fuente de iluminación.



## ENSAIOS DE ARTE

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. PORTUGAL

**Rui Silva**

Estudio **Alfaia**taria. 2013

[www.alfaiaitaria.org](http://www.alfaiaitaria.org)

Cliente **Orfeu Negro**

O projecto é a colecção de ensaios sobre arte contemporânea das edições Orfeu Negro. Em formato de livro de bolso, trata-se de uma colecção dirigida a leitores especializados como o público universitário, profissionais do meio artístico, investigadores académicos, etc. A diversidade e complexidade dos temas abordados nos diferentes ensaios levou a que se evitassem representações descritivas, optando por abordagens tendencialmente mais abstractas e simbólicas, que permitem uma transversalidade gráfica comum aos vários livros publicados nesta colecção. Para garantir uma identidade ao projeto decidiu-se manter um só formato e uma só cartolina, restringindo igualmente o número de cores a 2 ou 3 opções. Pretende-se assim uma exploração dos limites dos materiais, com sobreposições e diferenças de opacidade, até à extensão da narrativa para além da página impressa.



## COLECCIÓN 2

**FINALISTA** DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. ARGENTINA

**Diego Mohadeb, Martín Churba + equipo de diseño de calzado e indumentaria de Alpargatas SAIC**

Estudio Alpargatas SAIC. 2014

Cliente **Topper**.

[martinchurba.topper.com.ar](http://martinchurba.topper.com.ar)

Cuando dos mundos se unen, siempre nace uno mejor. Inspirados en esta filosofía, Topper y Martín Churba volvieron a unirse para crear la segunda colección de 2, una línea de indumentaria y calzado deportivo especialmente diseñada para todas las mujeres que no quieren dejar de verse bien a la hora de hacer deporte.

La moda y el deporte se conectan en esta colección, sintetizando y aportando lo mejor de cada uno. 2 logra combinar diseño en prendas y calzado con tecnología aplicada al *training* y *running*.

La colección de calzado está integrada por una línea urbana y otra de *training*, desarrollada con tecnología que garantiza un calzado flexible y liviano, ideal para todo tipo de entrenamiento.

La colección de indumentaria se caracteriza por prendas con siluetas entalladas y recortes que destacan la figura reforzando las zonas de comodidad indispensables para entrenar. Está integrada por *leggings*, ciclistas, remeras técnicas, *shorts*, *tops*, buzos, camperas y pantalones con texturas engomadas, detalles en red, lycra, sublimados y transparencias.



## IDENTIDAD EAS

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. CHILE

**Felipe Andrés Hurtado Acuña, María Teresa García, Javiera Tapia, Ana Palma Silva, Cristóbal Jimenez, Cristian Berrios**

Estudio Alterstudio. 2014

[www.alterstudio.cl](http://www.alterstudio.cl)

Cliente **EAS Chile**

Rediseño para la identidad de EAS Chile (Programa de Asistencia al Empleado). Esta organización se dedica a prestar servicio a grandes empresas, potenciando el desarrollo de éstas mediante servicios de asistencia psicológica a sus empleados.

Para la mejora de la identidad se elaboró un *brief* detectando, a través de un análisis de la entidad, los atributos más importantes a resaltar en la nueva identidad. Además del logotipo, se desarrollaron las aplicaciones (papelería) y un *website responsive*.





## ONE NIGHT STAND

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. URUGUAY

**Andrea Kac, Herman Schenck**

Estudio Amuéblate. 2014

[www.amueblate.uy](http://www.amueblate.uy)

Cliente **Fab.com**

Mobiliario de fuerte inspiración geométrica diseñada para usuarios jóvenes que viven en apartamentos de espacios reducidos.

*One Night Stand* propone un mobiliario de almacenamiento de carácter compacto, pensado para funcionar en diferentes ámbitos del hogar de forma indistinta. De estética sencilla y comercial, presenta un aporte gráfico mediante calados en las puertas que lo convierte en un punto focal de cualquier sala. Juega con el concepto de que en los hogares de hoy sólo se necesita una única mesa de luz; con suficiente espacio de guardado, integra espacios para el pasaje de cables y enchufes de carga de dispositivos electrónicos.

Estos muebles son productos accesibles, ambientalmente responsables, desarmables, personalizables, con fuerte carga gráfica y están pensados para la venta *online* en EEUU y Europa.



## CANOPY COWORKING

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. ESPAÑA

**Angélica Barco Fernández**

Estudio Angélica Barco Studio. 2012

[www.angelicabarco.com](http://www.angelicabarco.com)

Cliente **Beaz, Diputación Foral de Vizcaya**

Proyecto de diseño gráfico para cubrir la necesidad de señalizar un espacio de *co-working* que aloja equipos de trabajo del sector del diseño.

El planteamiento se basó en buscar elementos que identifiquen cada proyecto que allí se ubica. El identificador no es un número sino un árbol que señala el espacio de trabajo, zona en la mesa, archivadores, etc.

Las columnas marcan la división de espacios, así que son el soporte para crear un bosque de árboles (que, como en cualquier bosque, interrelacionan entre sí).

Para completar el ecosistema de este bosque se sitúan en los dos extremos del local una puesta de sol y la lluvia. Y, por supuesto, para cuidar este bosque existen unas normas básicas: optimización de recursos, reciclaje de materiales, etc.



## OAK SHOWROOM

FINALISTA DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. ESPAÑA

**Eugeni Bach Triadó, Anna Bach**

Estudio Anna y Eugeni Bach. 2013

[www.annaeugenibach.com](http://www.annaeugenibach.com)

Cliente OAK 2000, SL

Proyectar un *showroom* para una empresa constructora tiene como reto principal conseguir que el espacio resultante no sea un muestrario de materiales sin relación entre ellos; pero, por otro lado, el objetivo principal de una constructora es mostrar la mayor gama de productos y soluciones posibles a sus futuros clientes. El objetivo de este proyecto fue conseguir exponer todos los materiales y, aún más importante, generar un ambiente que permita a los futuros clientes entender no tanto cómo podrían ser los materiales para la reforma de su piso o futura vivienda, sino qué ambiente podrían llegar a conseguir.

El espacio se divide en las zonas de interés de la constructora, cocinas, baños, suelos, etc., pero se ha unificado el espacio mediante una envolvente de lamas de madera y un armario longitudinal que agrupa el perímetro y ayuda al almacenamiento para que la sensación sea la de estar en una vivienda real, con su cocina, su baño, su salón y un espacio de oficina.



## SERIE 5.0 Y SERIE 6.0

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. ESPAÑA

**Carmen María Castañeda Díaz**

Estudio Anónima by cm. 2013

[www.anonimabycm.com](http://www.anonimabycm.com)

Anónima by cm es un proyecto empresarial en el que se traslada un determinado concepto artístico a un formato poco convencional.

Cada *Serie 5.0* es un relato corto de tres capítulos, en donde la historia tiene sus altos y bajos, representando unas piezas los estados presentes de la misma y otras su pasado o futuro: dibujos bordados sobre organza de seda que van tomando protagonismo en el lienzo o, por el contrario, van desapareciendo conforme la serie avanza, creando una historia con principio y fin. Toda pieza en la serie se completa al igual que se complementa.

En la *Serie 6.0* es la huella de un botón la que dibuja sobre una camisa.

Anónima by cm es un proyecto artístico en donde las técnicas de bordado de alta costura se fusionan con otras más experimentales. Piezas únicas y numeradas que tienen como telón de fondo un concepto de dualidad, atemporalidad y androginia.



## SITIO WEB FESTIVAL IBEROAMERICANO DE TEATRO DE BOGOTÁ 2014

**FINALISTA** DISEÑO DIGITAL. COLOMBIA

**Otto Nassar, Anna Palacio, Susana Ospina, Mauricio Peña, Camilo Luna, Juan Gama, Ana Salcedo, Bárbara Niño, Carolina Bonilla**

Estudio Anthropologic. 2013

[www.anthropologic.co](http://www.anthropologic.co)

Cliente Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá

Diseño de página web para el Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá.

El Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá, uno de los eventos culturales más importantes del mundo, tenía una necesidad: un espacio digital que expusiera eficientemente la gran cantidad de información que alberga un evento de esta magnitud. El sitio web debía transmitir la magia y el misterio del mundo de las artes escénicas, despertando las ganas de vivir el festival. Además, debía convertirse en una herramienta fundamental para que el público conociera en detalle todas las obras, programara su propio festival y comprara la boletería. En pocas palabras, hubo que diseñar un sitio web para vivir el festival en cualquier momento, en cualquier lugar.



## GARBIBA I 2013

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. URUGUAY

**Felipe Ridao**

Estudio Antipodes Café. 2014

[www.antipodescafe.org/feliperidao](http://www.antipodescafe.org/feliperidao)

Cliente Gondolin Klub

*GarbibaI* es la primera carrera mundial de SUP (surf a remo) con el objetivo de limpiar un río. Este inusual proyecto participativo que vincula deporte, arte y vida se desarrolla cada año en Donostia desde 2012.

En el encargo de carteles la organización indicaba que debían ser impresos en offset, a color y formato A3 y, además, no tenían presupuesto para hacer muchos, ni para su colocación.

¿Qué hacer?: Empatía.

El pueblo vasco se distingue por su compromiso y apertura al trabajo duro y colectivo tanto como por su tensión entre la mirada a lo pasado y su constante rebeldía. En Donostia se utilizan regularmente telas en franjas blancas y cyan para cubrir áreas en construcción y, además, son los colores de la casaca del equipo de fútbol local. Blanco, negro y cyan son los colores de DSS2016EU (capitalidad europea de la cultura). La realidad generalmente la representan en blanco y negro.

Se realizó un póster con diseño disperso basado en imágenes de la edición previa, objetos recogidos y ciertos datos. Además, se elaboró una cinta impresa con información no incluida en el póster como, por ejemplo, el nombre del evento y una competencia de pegado de estos pósters con esa cinta.

Los pósters y la cinta rápidamente se asociaron a la identidad donostiarra por colores y formas y, sobre todo, por el desafío de la competencia de pegado que habilitó un nuevo nivel de apropiación de la comunicación del evento.

Como era de esperar, el resultado fue mejor de lo esperado.





## 20 ANIVERSARIO DE LA FUNDACIÓN ¡LIBROS PARA NIÑOS!

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. NICARAGUA

**Lonnie Ruiz Gómez**

[www.lonnieruiz.com](http://www.lonnieruiz.com)

Estudio **ARCO Producciones**. 2012

Cliente **Fundación ¡Libros para Niños!**

*¡Libros para Niños!* es una fundación privada sin fines de lucro que promueve la lectura en los niños y niñas de Centroamérica. El proyecto consistió en desarrollar la imagen gráfica para celebrar el 20 aniversario de la fundación y su aplicación en distintos soportes. El concepto utilizado fue *Soy lo que leo* para presentar como protagonistas a los niños y niñas, convertidos en personajes clásicos de la literatura infantil.



## ZEN

**FINALISTA** DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. ESPAÑA

**Rubén Saldaña Acle**

Estudio **Arkoslight**. 2013

Cliente **Arkoslight**

[www.arkoslight.com](http://www.arkoslight.com)

*ZEN*, proyector de LED, con opción de halogenuro metálico. Consigue las mejores prestaciones con el menor consumo. Gran rendimiento y versatilidad con versiones de carril, de superficie o empotrable, distintos acabados y personalizable.

*ZEN* es capaz de asumir todas las funciones de iluminación de este tipo de luminarias y ofrece más luz con menor consumo y más larga vida útil. Además, refleja con fidelidad los colores iluminados y se presenta en dos temperaturas de color (3.000K y 4.000K) para necesidades de luz neutra o cálida.

Este proyector posee filtros de color opcionales para efectos estéticos y filtros técnicos para iluminación de alimentos. Su orientación es versátil en basculación y oscilación.

*ZEN* tiene de un diseño depurado hasta el mínimo detalle. El resultado es una luminaria atractiva que, además, ofrece configuraciones opcionales con maderas naturales, otros colores, materiales, etc., siempre con un sentido económico, ecológico y de sostenibilidad.



## METEORO PLANTING VESSELS

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. PUERTO RICO

**Vladimir García Bonilla**

Estudio Armada™. 2013

[www.a-rmada.com](http://www.a-rmada.com)

La serie de maceteros *Meteoro* es un sistema versátil, práctico y moderno de sembrado. Disponible en tres estilos, funciona como una familia de mobiliario complementario que desplegado –individual o colectivamente– incorpora la naturaleza al interior de estructuras con espacio exterior limitado, así como a superficies exteriores en general.

Diversas en tamaño y configuración formal, cada unidad abre un diálogo con el espacio a través de su función, geometría y color con el fin de destacar las texturas, patrones y sombras de las plantas que alberga. *Meteoro* rinde tributo a los ornamentos de acero característicos de la decoración exterior residencial puertorriqueña de los años 60. El diseño adopta el lenguaje formal y material tradicional, pero replantea su funcionalidad y metodología de manufactura proponiendo una nueva y fresca estética tropical.

La serie consta de tres elementos: una canasta colgante y dos pedestales. Cada unidad está formada por una estructura modular de aluminio y un tiesto de cerámica de fácil producción. Sus acabados –termolacado y vidriado respectivamente– responden directamente al fuerte clima tropical característico de la isla.



## BAVARIA

DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. COLOMBIA

**Juan Pablo Campos, Natalia Heredia, Silvana Villalba**

Estudio Arquitectura e Interiores. 2012

Cliente Bavaria

El diseño de este edificio partió de la necesidad del cliente de concentrar en un mismo espacio a todo su personal ya que se hallaban repartidos en diferentes sedes de la ciudad. A su vez, se buscaba crear unas oficinas vanguardistas y flexibles con espacios de interacción y distensión, ofreciendo a los empleados todo tipo de servicios, desde casino y gimnasio hasta zona de lactancia y peluquería, y todo ello ligado al requerimiento principal de lograr unas oficinas ambientalmente sostenibles.

El proyecto está estructurado desde el concepto ambiental, utilizando un jardín central que funciona como termosifón aparte de brindar luz e iluminación a todas las oficinas. En el interior, el vacío es el elemento principal del proyecto y articulador de la dinámica de los diferentes pisos. Todos los espacios están decorados y ambientados con diferentes elementos propios de la marca y de sus procesos de producción como, por ejemplo, la evolución que han tenido los envases de cerveza desde sus inicios y el desarrollo de imagen gráfica de las diferentes marcas. En los pisos de oficinas el tipo de mobiliario es de oficina abierta y los materiales utilizados son de última generación.





## ARTE CUBANO CONTEMPORÁNEO COLECCIÓN 2008-2013

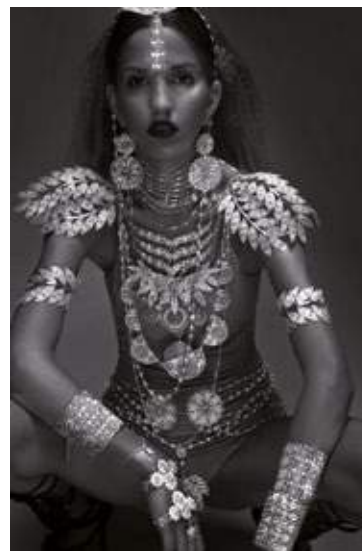
DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. CUBA

**María Carolina García Domínguez**

Estudio ArteCubano Ediciones, Consejo Nacional de las Artes Plásticas  
2014

Cliente Instituto Superior de Diseño

El Libro-Catálogo *Arte Cubano Contemporáneo, Colección 2008-2013, Consejo Nacional de las Artes Plásticas (CNAP)* tiene carácter institucional. Surge de la necesidad de aglutinar y proporcionar un fácil acceso a toda la información referida a las obras que integran la colección (130 artistas). Consta de 408 páginas de 245 x 225 mm de altura y encuadernación cosida y pegada con una portada en cartón. La tripa está estructurada: portadilla, portada, cinco textos de presentación, artistas, síntesis curricular, índice onomástico. Como condicionante, se necesitaba un diseño elemental que no compitiera con las obras plásticas pero que a su vez pudiera articularse y variar dependiendo del caso. Cada artista tiene un número de páginas según la cantidad de obras, detalles y connotación artística. De cara al público, se alude a lo cubano tomando la estrella y el color rojo de la Imagen Cuba (elementos que refieren directamente a nuestra bandera) y a lo artístico mediante el tratamiento gráfico (parodiando el Cartel Cubano). La cubierta consta de un material rugoso al tacto, donde se destaca el elemento principal por contraforma y a bajorrelieve.



## HOMBRERAS APHRODITA

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. PARAGUAY

**Astrid Poletti**

Estudio Astrid Poletti. 2014

[www.astridpoletti.com](http://www.astridpoletti.com)

Cliente María Esther Torres

*Hombreras Aphrodita* es una pieza para hombros en plata formada por un patrón de hojas interconectadas trabajadas a mano en filigrana, técnica tradicional de la joyería paraguaya.

Están inspiradas en la fuerza de los hombros de la diosa y de todas las mujeres, proyectando su poder, sensualidad y femineidad. Sugiere la necesidad de proteger y salvar la naturaleza en el mundo y sus hojas representan la fertilidad de la tierra y de las mujeres.

Esta joya cumple todos los objetivos que busca la diseñadora en sus propuestas: pieza contemporánea, obra de arte hecha a mano, atemporal y versátil. También puede ser utilizada como *bustier*.

La pieza es una respuesta fiel a su concepto inicial, una idea positiva a transmitir que, al ser usada por la persona, la contagie del espíritu que la hizo nacer.

La fotografía de la Diosa que porta hombreras está realizada por Gloria Ferres y la de la que porta *bustier* por Monica Matiauda.



## LIBRE INTERNET PARA TODOS

DISEÑO DIGITAL. MÉXICO

**Óscar Alberto Mondragón , María del Carmen López Ortega**

Estudio AureaCode. 2013

[www.aureacode.com](http://www.aureacode.com)

Cliente Colectivo Libre Internet para Todos

*Libre Internet para Todos* lo conforman 17 organizaciones y un grupo importante de ciudadanos que buscan impulsar cambios en México desde distintos enfoques.

Esta propuesta se construyó con un grupo de especialistas en el tema y de ciudadanos interesados en utilizar nuevos métodos de participación en la vida del país.

El 5 de marzo de 2013 se presentó y entregó al Senado una iniciativa ciudadana en la que se pide que se incluya la neutralidad de la red en la ley de telecomunicaciones, se conceda apertura de mercados y se liberen los espacios blancos que servirán para proveer a todo el país con el servicio de banda ancha.

La gráfica busca simplificar los tecnicismos digitales y jurídicos relacionados con la iniciativa para que cualquier persona comprenda la causa y se sume a ella. Mediante colores brillantes e ilustraciones diseñadas en el nivel más abstracto de la imagen se muestra lo más importante en cada uno de los ejes del proyecto.

Las infografías detallan cada aspecto al que beneficia el tener una red libre y sin restricciones, a la par que explican lo que propone la ley secundaria en telecomunicaciones.



## NUEVAS OFICINAS DEL BCIE EN EL SALVADOR

**FINALISTA** DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. EL SALVADOR

**Leonel Avilés, Edgar Avilés, Claudia López, Ned Mejía, Eduardo Benítez**

Estudio Avilés Consolidados. 2012

[www.avilesconsolidados.com](http://www.avilesconsolidados.com)

Cliente Banco Centroamericano de Integración Económica BCIE

Este edificio se concibió en planta libre orientado a norte-sur para aprovechar la luz natural y las vistas, con protecciones bioclimáticas contra el soleamiento a través de un envoltente metálico que se sobrepone al edificio.

En los costados oriente y poniente se ubican los elementos de circulación vertical, espacios de apoyo y *lobby* de triple altura creando masa térmica en las culatas; se utilizaron materiales naturales como el concreto visto y arcilla en paredes, *slate* y granito en los pisos, muro cortina con doble vidrio y aislante térmico que optimizaron los resultados del modelo de eficiencia energética.

El diseño de interiores se realizó con mucha sobriedad de acuerdo a la naturaleza de la institución que lo ocupa incorporando la última tecnología en comunicaciones y automatización de edificaciones, así como la planificación futura de generación energética fotovoltaica.

En los exteriores el diseño de paisajismo facilitó el incremento en la huella verde inyectando frescura con elementos de agua, jardines sobre cubiertas, simbolismo institucional y membranas dinámicas de PVC.



## PLANTSSS

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. CHILE

**Catalina Recabarren García, Diego Martínez Zubieta, Sergio Recabarren García**

Estudio **Awayo**. 2013

Cliente **Plantsss**

[awayo.cl/Plantsss](http://awayo.cl/Plantsss)

Creación de la identidad de marca, iconografía, diseño de interfaz e interacción y una web de descarga para una nueva app móvil sobre paisajismo.

La identidad se desarrolló en torno al cruce de lo orgánico y natural del mundo del paisajismo y lo sintético y tecnológico de una app móvil. Por medio de la sistematización de las formas naturales, y basados en una tipografía contemporánea de geometría lineal, se diseñó un logotipo que abstrae las formas de plantas y enredaderas. A partir del logotipo, sus curvas y ángulos, se tomaron las piezas necesarias para articular una familia de iconos consistente con la identidad desarrollada.

La aplicación está pensada para un público diverso que busca orientación en la elección y cuidado de plantas de acuerdo a factores como localización, cantidad de luz, estación del año, ornamentación, etc. El objetivo era crear un lenguaje de símbolos e interacciones que combinaran las distintas variables según las necesidades de cada usuario, obteniendo rápida y claramente el resultado.



## COLECCIÓN ETHNIC-CHIC

FINALISTA DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. HAITÍ

**Sibylle Denis Touat**

Estudio **Sibylle Denis Design**. 2014

Cliente **Ash and James New York**

[haitidesign1.wix.com](http://haitidesign1.wix.com)

*Ethnic-chic* es una colección de joyas inspirada en las prendas de los primeros esclavos de Haití. Es una reinterpretación de la necesidad histórica de protegerse contra las maldiciones y, al mismo tiempo, adornarse con objetos que poseen alma y valor estético.

Estos conceptos se mezclan con la utilización de materiales orgánicos o de recuperación tales como cuerno de buey, diferentes maderas preciosas y comunes asociándolas a materiales más nobles tales como la plata y el oro.

*Ethnic-chic* prioriza la textura natural de estos materiales y sus formas esculturales, que son trabajadas de manera individual. De este modo, cada pieza se transforma en objeto único con su propia identidad, personalidad y belleza. Aunque sean de influencia étnica, las joyas son modernas y muy contemporáneas.





## CAFÉ DE HONDURAS

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. HONDURAS

**Céleo Ramos**

celeoramos.prosite.com

Estudio **Ramos Studio**. 2012

Cliente **AECID**

La serie *Café de Honduras* presenta una visión artística de los atributos del café hondureño. El café hondureño es tan exclusivo como un buen vino. Las analogías plasmadas juegan con los ideales del café en Honduras y muestran que no sólo es un producto que sustenta su economía sino que está por excelencia en sus raíces.



## PAULO D'CANTOS, O LIVRO-MEM N'PALMA DA MÃO

**FINALISTA** DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. PORTUGAL

**António Silveira Gomes, Cláudia Castelo**

Estúdio **Barbara says**. 2013

[www.barbarasays.com](http://www.barbarasays.com)

Livro dedicado à descoberta da obra de Paulo de Cantos (1892-1979), um modernista esquecido, reitor liceal, colecionador, filantropo, filólogo e auto-editor de invulgares livros.

O projecto é uma edição do atelier Barbara says, que resulta de uma investigação sobre a obra bibliográfica (cerca de meia centena de objectos gráficos: livros, postais, cartões animados) de um autor bastante desconhecido do público.

A edição reúne textos de Alexandre Estrela, Filipa Cordeiro, Robin Fior (in memoriam), Mário Moura, Olga Pombo, António Silveira Gomes, Inácio Steinhart e, ainda, uma contribuição póstuma de Fritz Kahn, um homólogo distante. E ainda: bio- bibliografia do trabalho do autor que se conhece até à data; impressão de algumas páginas em Linotype; impressão em tipografia de uma selecção de zincogravuras (originais) que o autor criou para *O Homem Máquina: Como Somos Por Dentro! O Homem Máquina: Donde Vimos Aonde Vamos* (1930-36), *Esteno* (1939) e *Trabalhos Manuais* (1927). A tiragem foi de 500 exemplares, dos quais 100 foram numerados e encartados com uma zincogravura original.



## MARCAS REGISTRADAS

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. BRASIL

**Michel Gorski, Salomon Cytrynowicz,  
Valentina Soares, Julia Mazagão**

Estudio Barbieri e Gorski Arquitetos Associados. 2012

Cliente SESC São Paulo e Museu da Casa Brasileira

[www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquiteturismo/06.064/4364](http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquiteturismo/06.064/4364)

O Museu da Casa Brasileira (MCB) apresenta a exposição *Marcas Registradas*, que revela a diversidade gráfica e as cores que criaram a identidade visual do mobiliário das barracas do comércio de rua em Salvador (BA). *Marcas Registradas* traz fotografias do arquiteto Michel Gorski ao lado de peças de caráter lúdico e outras de uso cotidiano. Criados especialmente para a exposição, guarda-chuvas, almofadas, gravatas, sacolas plásticas e em tecido, entre outras peças, destacam a riqueza de repertório gráfico popular por meio da utilização de estampas e adesivos inspirados nesta linguagem. Realizada em 2012 no SESC Bom Retiro, a mostra, que tem curadoria de Salomon Cytrynowicz, ganha remontagem no MCB.



## AGAVE

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. PERÚ

**Eric Barclay**

[www.eric-barclay.com](http://www.eric-barclay.com)

Estudio Barrel. 2014

*Agave* es una tumbona para uso en exterior. El diseño incorpora una estética natural buscando equilibrio entre estructura y forma armoniosa; la fabricación se realiza en molde abierto con materiales compuestos, lo cual permite utilizar materiales compuestos convencionales o aumentar la sostenibilidad del producto según la matriz de aglomerante y fibra utilizada.





## LATAM 01 / ARQUITECTURA CONTEMPORÁNEA LATINOAMERICANA

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. CHILE

**Dani Berczeller Najum, Consuelo Saavedra, Felipe Trávez, Leónidas Loyola, Joce Quezada, Priga Costa, Andrea González, Fernanda Casanova**

Estudio Bercz. 2012

[www.bercz.cl](http://www.bercz.cl)

Cliente **Constructo**

El libro *LATAM 01-Arquitectura Latinoamericana Contemporánea* es el primero de una colección desarrollada por Hunter Douglas para la editorial Constructo, donde se presentan los mejores proyectos de arquitectura reciente. Reúne el trabajo de arquitectos latinoamericanos con una selección de cincuenta proyectos de cinco países.

Se decidió ordenar los casos por latitud, acercando localidades dentro del continente de manera transversal, permitiendo comparar y contrastar, mediante un ejercicio poco habitual, arquitecturas diversas que, si bien corresponden a tradiciones culturales también disímiles, comparten en común variables climáticas y geográficas que las relacionan.

Para este número se realizaron dos versiones: una en color plata (español/inglés) y otra en color oro (portugués/inglés). La publicación fue destacada con el premio Gráfica de Oro en el concurso Theobaldo de Nigris 2013.



## CINTA GUÍA-RECORRIDO SENSORIAL EN EL JARDÍN HISTÓRICO DE CASTRELOS

**FINALISTA** DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. ESPAÑA

**Maristel Failde Ferreiro, Belinda Besada Vergara**

Estudio Besada y Failde, BMJ Arquitectos, SCP. 2012

[www.bmjarquitectos.com](http://www.bmjarquitectos.com)

Cliente **Ayuntamiento de Vigo**

*Cinta Guía* propone un recorrido sensorial por el jardín histórico de Castrelos en Vigo, España. Se trata de facilitar la percepción del jardín ya existente: no es necesario crear un jardín para ciegos sino más bien todo lo contrario, que puedan disfrutar del jardín existente.

El proyecto posibilita que se aprecie la riqueza sensorial del jardín, su paseo y recorrido, de forma relativamente autónoma.

El recorrido se lleva a cabo desde el acceso hasta el Jardín Aromático por una senda concreta, *Cinta-Guía*, que acota el recorrido de ida y vuelta. En él se aglutinan los estímulos táctiles y aromáticos, facilitando la percepción del jardín mediante diversos elementos de diseño inclusivo:

\_Cinta-Guía: se apoya en cruces transversales o eleva en puntos interpretativos.

\_Puntos Sensoriales: mesas interpretativas en los puntos singulares del jardín. Bandejas con información táctil y estímulos para interpretar el entorno: hojas, frutos y datos didácticos y botánicos.

\_Jardín Aromático: remate del recorrido. Se recuperan unos maceteros preexistentes, ahora como vivero de diversas especies elegidas por sus aromas, colorido y texturas.

\_Mesas de los Sentidos: pequeños recipientes cuyo contenido varía a lo largo de las estaciones. Aromas y texturas inciden en el sentido del olfato y del tacto.



## COCKTAIL

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. HAITÍ

**Daphnee Karen Floreal**

Estudio Bijou Lakay. 2012

[www.bijoulakayhaiti.com](http://www.bijoulakayhaiti.com)

Ciente Kuumba design from Saint Lucia

El nombre de la colección, *Cocktail*, expresa para su diseñadora la percepción del entorno actual y simboliza la diversidad cultural, el mestizaje de Haití. También sirve para describir la mezcla de sentimientos, a veces contradictorios, que la influyeron en el momento de la creación.

Cada uno de los adornos es un cóctel. La elección de materiales y el diseño de las piezas están inspirados por el nombre, ingredientes, color y sensaciones que produce la bebida, incluso por su historia, su lugar de creación, o simplemente la forma de la copa en la que se sirve: toda una fantasmagoría en torno a los famosos y deliciosos brebajes.

*La Flor, Mojito, Piña colada, Sexo en la playa, La salida del sol del Tequila, Pink Lady, Singapore Sling, Agua de Valencia, Caipirinha, Free Cuba, o Terciopelo negro* son sugestivos nombres para adornos creados para la noche, la elegancia casual o la vestimenta seria.

Como declara la diseñadora: *Me encanta probar los cócteles. Quería añadir un toque de color, materiales innovadores y hacer de esta colección algo especial. Jaspes, rodocrositas, turquesas, ágatas y paño vegetal unidos entre sí por cadenas de metal.*



## LABORATORIO PARA LA CIUDAD

FINALISTA DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. MÉXICO

**Vanessa Eckstein, Marta Cutler, Patricia Kleeberg, Kevin Boothe**

Estudio Blok Design. 2014

[www.blokdesign.com](http://www.blokdesign.com)

Ciente Gobierno de la Ciudad de México

Desarrollo de identidad del *Laboratorio Para La Ciudad*, organización fundada por el gobierno de la ciudad de México para elevar su creatividad e innovación. El laboratorio es un espacio de ensayo donde se plantean temas relevantes para la urbe.

Su identidad debía ser flexible y expresar su esencia experimental, así como tomar en cuenta las múltiples plataformas y puntos de interacción de la marca, desde instalaciones en las calles de la ciudad hasta foros de debate. Se desarrollaron cuatro versiones del logo inspiradas en la costumbre popular mexicana de modificar y abreviar nombres.



## BLUUPS ORI

**FINALISTA** DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. ESPAÑA

**María Keuchkerian Burgui, Silvia Paredes García**

Estudio **Bluups**. 2014

[www.bluups.com](http://www.bluups.com)

¿Qué es *Bluups*? *Bluups* cambia la forma de crear objetos de diseño a través de la impresión 3D. *Bluups* es mucho más que una tienda *online* ya que aspira a ser el *marketplace* de co-creación donde personas creativas entran en contacto con diseñadores especializados en 3D para co-crear juntos productos de diseño, denominados *Bluups*, que se fabrican con tecnología de impresión 3D industrial. En la tienda se pueden encontrar *Bluups* de colección propia, *Bluups* de marcas colaboradoras y *Bluups* co-creados por *bluupers*.



## ANDAMOS EN BICI

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. BOLIVIA

**Rodrigo Vargas, Sergio Ávila**

Estudio **Borax**. 2012

[www.boraxlogos.com](http://www.boraxlogos.com)

*Andamos en Bici* es un proyecto gráfico desarrollado para promover la bicicleta como medio de transporte urbano.

Con la idea de graficar para comunicar se decidió aplicar la imagen de Masa Crítica en Cochabamba y apoyar el proyecto diseñando inicialmente simples volantes, ofreciendo una idea gráfica popular y sencilla para atraer al ciudadano común al uso de la bici. Nunca se pretendió que el proyecto de Masa Crítica llegara a ser parte del portafolio de marcas del estudio, sino que más bien se pensó en que el movimiento debiera pertenecer a todos y que en un futuro fuera manejado por otras personas; de esta manera, la labor del estudio fue solo la de ser los impulsores trabajando en poner un buen ejemplo y, para involucrar a más gente, se otorgó la oportunidad de diseñar a otros creadores, entregando el material y la marca de *Andamos en Bici* a la ciudad. Hoy en día el movimiento está vivo y desplazarse en bici en Cochabamba ya es una realidad.





## MESA SUBE Y BAJA

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. VENEZUELA

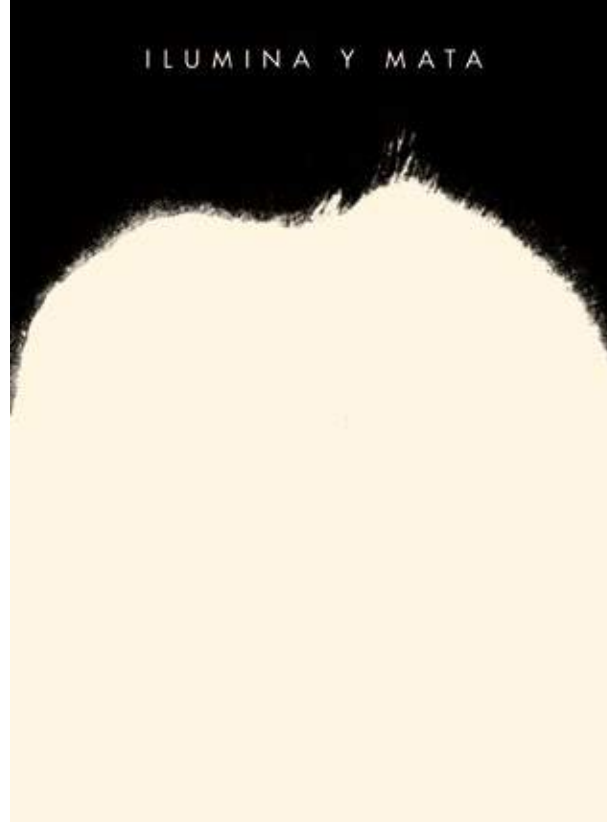
**Grace Souky, Humberto Pappaterra, Julene Recao**

Estudio Boulevard 03. 2013

[www.sincorriente.com](http://www.sincorriente.com)

La mesa *Sube y Baja* es una pieza que explora la versatilidad de forma y uso a través de la interacción con su geometría. La pieza es una mesa auxiliar que puede ser utilizada tanto en formato vertical como horizontal, con un asa que permite el cambio de orientación de manera sencilla e interactiva.

*Sube y Baja* está elaborada en madera maciza de haya y laminado a dos colores en dos de sus superficies. Estos colores pueden estar dispuestos en el interior o exterior de la mesa dependiendo del gusto del usuario en el momento de armarla. La pieza está sellada con varias capas de cera que ayudan a protegerla pero mantienen el tacto natural de la madera. Los distintos colores se descubren en la medida en que se manipula la mesa, se coloca en ambos formatos y observa desde distintos puntos de vista.



## DISEÑO Y POESÍA

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. CUBA

**Camila Berazaín**

Estudio Camila Berazaín. 2012

Cliente Instituto Superior de Diseño (ISDi)

En 2011 surge el Proyecto Martiano Extensionista, *En todas partes Soy*, del Instituto Superior de Diseño (ISDi), el cual pretende un acercamiento al cartel cubano martiano realizado por nuevas generaciones de diseñadores. Los carteles presentados aquí son obra de la autora como integrante del Proyecto.

El cartel *Ilumina y Mata* está inspirado en un verso del poema *Yugo y estrella* de José Martí y el cartel *Cultivo una rosa blanca* en uno de sus versos sencillos, como él los llamó. Ambas apuestas han formado parte del impacto social del proyecto en la comunidad y han brindado una visión de la figura y pensamiento de José Martí con frescura y atrevimiento juvenil, pero siempre con respeto y veneración por el más universal de los cubanos. Diseño y Poesía hermanados en un fin común en el que *Patria es humanidad*.

*Yugo y estrella*: Dame el yugo, oh mi madre, de manera que puesto en él de pie, luzca en mi frente mejor la estrella que ilumina y mata.

*Cultivo una rosa blanca*: Cultivo una rosa blanca en julio como en enero para el amigo sincero que me da su mano franca. Y para el cruel que me arranca el corazón con que vivo, cardo ni oruga cultivo; cultivo la rosa blanca.





## CAMPING

FINALISTA DISEÑO DE SERVICIOS. ARGENTINA

**Gabriel Alejandro Balan, Paco Savio, Facundo Fernández, Maxi Ciovich, Natalia Lucero, Francisco González Alzaga, Agustina Fones, Santiago Gorla, Soledad Rodríguez Zubietta, María Hoffman, Catalina Rodríguez Triana, Nicolás Szenig, Ignacio Díaz, Delfina Magrane, Josefina Azulay, Mariano Bonacorsi**

Estudio Camping. 2014

[www.campingba.com](http://www.campingba.com)

*Camping* es un *beer garden* en Buenos Aires para ir a comer, escuchar música, y revivir el espíritu del campamento.

*Camping* es el resultado de conversaciones constantes entre un equipo multidisciplinario con gente de distintas ramas: gastronomía, diseño, arquitectura, música, paisaje, social media, periodismo, indumentaria e informática. El hecho de tener un concepto claro y único hace que se puedan sumar más voces a cada conversación, consiguiendo alimentar diferentes puntos de vista y hacer que el equipo de *Camping* crezca.

## LIBRO MADE IN BOLIVIA

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. BOLIVIA

**Paola Campuzano de Haverkamp**

Estudio Campuzano.de. 2013

[www.madeinbolivia.de](http://www.madeinbolivia.de)

¿Qué ocurre en estos tiempos de globalización, en un país donde tradición y modernidad se confrontan y encuentran, dando lugar a la búsqueda de una identidad visual nacional propia? Pues que se desarrollan diversas maneras de expresión acompañadas de análisis y conflictos que se reflejan especialmente en la comunicación visual y en las subculturas.

*Made in Bolivia* es el primer reportaje sobre diseño gráfico que retrata el movimiento visual contemporáneo tomando en cuenta las influencias y tradiciones sustentables y modernas reflejadas en la capacidad y las virtudes estéticas bolivianas. A través de una observación del lenguaje, reflejos urbanos y conversaciones con diseñadores involucrados en el movimiento se explora y posiciona la cultura visual boliviana.

Este proyecto está concebido para ser fuente de información y colaborar con la sociedad boliviana en su integración en discursos culturales mundiales a través de una panorámica del sector y su avance en los últimos años.



## 24 FESTIVAL DE INVERNO DE GARANHUNS

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. CUBA

**David Alfonso Suárez**

Estudio Carlos Augusto Lira Arquitetos. 2014

Ciente Governo de Pernambuco, Fundação do Patrimônio Histórico e Artístico de Pernambuco

El Festival de Inverno de Garanhuns (FIG) se realiza anualmente en una pequeña ciudad con el mismo nombre, localizada en el Agreste Pernambucano de Brasil. Como objetivo esencial se propone valorizar la cultura popular, llevando a escena lo mejor de la producción artística local y nacional. Además, promueve el rescate y la preservación cultural de comunidades tradicionales de la región. El evento cuenta con numerosos conciertos, actividades teatrales, circenses, danzas y otras manifestaciones culturales. La escenografía del FIG no sólo se propone vestir la ciudad sino también exaltar la cultura popular pernambucana.

Para el desarrollo de la imagen del Festival se utilizó el diseño gráfico y la ilustración como lenguaje, inspirado en la ciudad de las flores, buscando dialogar e interactuar con el público, representar su folclore, sus tradiciones y sus danzas populares.

El proyecto escenográfico del FIG abarca la ambientación de una amplia variedad de espacios que obedecen a un mismo concepto de identidad visual. Escenarios, palcos, tótems, pórticos, camarotes, plazas gastronómicas, señalización y elementos decorativos para avenidas y locales de la ciudad forman parte de la propuesta visual del Festival.



## CUATRO CINCO

**FINALISTA** DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. NICARAGUA

**Carlos Zúñiga**

Estudio Carlos Zúñiga. 2013

[www.zunigacarlos.com](http://www.zunigacarlos.com)

Ciente Joya de Nicaragua

Diseño de caja conmemorativa para celebrar los 45 años de una fábrica de puros.

Se trata de una edición especial y limitada. En primer lugar, hubo que encontrar un nombre diferenciador de las demás series, sin alejarse de la ocasión. Así mismo, se identificó en el empaque, sobrio y elegante, una oportunidad para contar algo de la rica historia de la marca y despertar curiosidad en el consumidor por conocer más. Se trabajó la identidad como un todo, con un logo que combinara texto y número. Esto sirvió a un propósito más allá, pues a pesar de llevar un nombre en castellano, el primer mercado de venta es el anglosajón y así se mantuvo fácil y simpático. El frente del anillo principal contiene la información básica que debe mostrarse debidamente en las cajas abiertas de los estancos. Como adorno extra se colocaron en los costados las fechas de conmemoración unidas al emblema con un detalle sutil: 4 líneas en el costado izquierdo y 5 en el derecho. Se realizaron tres versiones del anillo principal.

El ilustrador Yasir Chavarría elaboró tres ilustraciones para la parte posterior que se correspondieran con fotografías en el interior. Asimismo se llevó a cabo una campaña publicitaria para medios especializados internacionales, offline y online.



## ARTE PARA LUCIR

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. URUGUAY

**Carolina De Cunto, Nicolas De Cunto**

Estudio Carolina De Cunto. 2014

En el proyecto *Arte para Lucir*, Carolina De Cunto plasma su arte en objetos de uso cotidiano, los bolsos de cuero, diseñados y pintados a mano con técnicas especialmente desarrolladas por ella y su equipo durante más de diez años de constante experimentación. Uruguay posee una rica tradición en cuero; la diseñadora utiliza esa tradición como plataforma a partir de la cual crea modelos de alto impacto, trabajando el cuero de manera innovadora y experimentando con nuevas posibilidades de este noble material.

Los bolsos de la serie *Arte para Lucir* son realizados en Uruguay con un alto valor artístico y artesanal, con cuero natural de excelente calidad, cuidado diseño, elaborados por manos comprometidas y socialmente responsables y con diseños originales y exclusivos que tienen en cuenta las tendencias de la moda local e internacional. Cada cartera, cada cinturón, cada billetera se concibe como un objeto de arte, arte para usar, para disfrutar. Carolina De Cunto conjuga tradición, moda y arte con una fuerte convicción estética, obteniendo como resultado piezas únicas con diseño de autor.



## COLEÇÃO MEMÓRIA MILITANTE

**FINALISTA** DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. BRASIL

**Gustavo Piqueira, Samia Jacintho, Marianne Meni, Caroline Vapsys**

Estudio Casa Rex

[www.casarex.com](http://www.casarex.com)

Cliente EDUSP

*Memória Militante* é uma coleção de livros de não-ficção que reúne testemunhos de militantes de esquerda do período da ditadura militar brasileira. O projeto gráfico foi composto por *patterns* formados por imagens ao estilo de xerox, que *escondem e revelam* o conteúdo do livro ao longo das páginas, refletindo as ações clandestinas e informações veladas que caracterizaram o período.

Enquanto, na capa, são apresentadas sobreposições de mãos em preto e branco – um símbolo recorrente de protesto e ativismo.





## CLICHÊS BRASILEIROS

**FINALISTA** DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. BRASIL

**Gustavo Piqueira, Samia Jacintho, Danilo Helvadjan, Marianne Meni, Caroline Vapsys**

Estudio Casa Rex. 2012

[www.casarex.com](http://www.casarex.com)

Cliente Ateliê Editorial

Utilizando-se apenas de imagens de um catálogo brasileiro de clichês tipográficos do início do século XX (*Catálogo de clichês* D. Salles Monteiro, publicado em edição fac-similar pela Ateliê Editorial, em 2003), Gustavo Piqueira compõe uma inusitada narrativa visual contemporânea em seu novo livro, *Clichês Brasileiros*.

Mas o título do livro não se deve exclusivamente às matrizes usadas para a confecção das ilustrações. A cada virada de página, topamos com outro tipo de clichês brasileiros: dos históricos, como a chegada dos portugueses, a catequização dos índios, a escravidão ou os ciclos do café e do ouro, até clichês do Brasil de hoje, cheio de engarrafamentos, dívidas, condomínios fechados e alienação. Todos retratados com sutil irreverência e grande riqueza gráfica.



## JAZZ NOS FUNDOS

**FINALISTA** DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. BRASIL

**Cassiano Prado**

Estudio Cassiano Prado Design. 2012

[cargocollective.com/cassiano](http://cargocollective.com/cassiano)

Cliente Jazz Nos Fundos

Poster para casa de Jazz.





## DECONSTRUCCIÓN DEL ÑANDUTÍ

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. PARAGUAY

**Iciar Bravo**

[www.iciarbravo.com](http://www.iciarbravo.com)

Estudio **CCO SRL**. 2014

Esta colección toma elementos de la estructura geométrica del *Ñandutí*. El ñandutí es un textil tradicional paraguayo, tejido a mano e imita la forma de una telaraña. Partiendo de su estructura, se eliminaron las curvas y se experimentó con las líneas rectas de esta artesanía usando técnicas de plegado y patrones complejos.

La primera de las piezas transmite el concepto de la colección y su usuaria. La segunda presenta un vestido dorado, utilizando tablas y plegados; esta pieza remite a la rotación circular y la repetición de formas geométricas presentes en el ñandutí.

La tercera pieza, un vestido gris, utiliza plegados y superposiciones de materiales para crear una estructura de transparencias que evoquen una red.

La cuarta imagen la compone un conjunto de pantalón, camisa y chaleco. Además de utilizar tablas, pliegues y repeticiones de módulos, se experimenta con la geometría dando volumen a ciertos módulos creando plegados tridimensionales.

Y la última prenda juega con texturas táctiles y visuales a través de una explosión de pliegues que logran crear piezas eliminando costuras, imitando la continuidad de un mismo hilo en los tejidos de ñandutí.



## BARNA

**FINALISTA** DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. ARGENTINA

**María Eugenia Mena, Rolando Espina, Ricardo Colombano**

Estudio **Cimalco SA**. 2012

[www.cimalco.com](http://www.cimalco.com)

Cimalco SA es una empresa familiar dedicada desde 1947 a la producción de premoldeados de hormigón de diferentes envergaduras. Se caracteriza por ofrecer soluciones de calidad, manteniéndose siempre a la vanguardia con el desarrollo de nuevos productos y tecnologías propias. En la búsqueda permanente de soluciones a las necesidades que la sociedad plantea, se incursiona en el diseño arquitectónico en la década de los 80. En el año 2000 comienza a trabajar junto a un equipo de diseño industrial (Espina y Colombano) en el desarrollo de equipamiento para ciudades. Esto genera un cambio y crecimiento positivo en el funcionamiento y rendimiento empresarial. En el año 2012 este equipo crea *Barna*, sistema de asientos de hormigón para exteriores de gran versatilidad que permite numerosas composiciones y posibilidades de crecimiento, adaptándose a diferentes requerimientos de uso. Consiste en la combinación de módulos con y sin respaldo cuyas bases están conformadas por una estructura reticular liviana de alto rendimiento de acero o acero inoxidable, fijadas al piso mediante brocas. Su ergonomía contempla, además del uso convencional como asiento, un sinnúmero de posibilidades y opciones.



## MI TELEFÉRICO

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. BOLIVIA

**Juan Carlos Valdivia Flores, Sergio Ávila**

Estudio Cinenomada CRL. 2014

[www.cinenomada.com](http://www.cinenomada.com)

Cliente **Ministerio de Comunicación**

Desarrollo de imagen para el teleférico entre La Paz y El Alto.

El logotipo fue creado para que perdure en el tiempo, con una personalidad que combina la modernidad con la representación de Bolivia y su cultura. La T representa el teleférico y a su vez transporte, tiempo, turismo, trabajo, tuyo y todos. Los dos tonos de azul representan las ciudades de El Alto y La Paz que se unen. El isotipo está inspirado en las torres de transporte del teleférico y las líneas representan las tramas de los tejidos andinos. En el centro se encuentra la cabeza del Monolito y a los costados los cóndores de la Puerta del Sol, el círculo externo hace referencia al círculo del dios Inti y la herencia cultural que se ve plasmada en vasijas de la época tiwanacota. El color del isotipo representa el cielo, el mar, la limpieza, la paciencia e inspira a soñar.



## CLEVER CAPS V 1.0

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. BRASIL

**Henry Jun Suzuk, Claudio Patrick Vollers**

Estudio Clever Pack. 2013

[www.cleverpack.com.br](http://www.cleverpack.com.br)

As *Clever Caps V1.0* são tampas de garrafa que já saem da fábrica com duas vidas. Na sua primeira vida, são eficientes sistemas de fechamento, compatíveis com embalagens convencionais. Na sua segunda vida, são blocos de montar, que encaixam entre si e também com blocos disponíveis no mercado, tais como os da marca Lego. Sua produção é feita por meio de injeção de materiais convencionais, como polipropileno e polietileno, incluindo polietileno verde. Já a sua aplicação em linhas de envase requer apenas pequenas adaptações. Assim como outras tampas de plástico, as *Clever Caps* podem ser recicladas. Todavia, melhor do que isso, elas podem ser reutilizadas sem necessidade de gasto adicional de energia nem emissão de efluentes envolvidos em processos de reciclagem. Mais do que brinquedos, podem ser utilizadas como elementos de construção de objetos de uso prático. Também podem ser utilizadas como instrumentos didáticos para despertar consciência ecológica e criatividade. Em sua primeira versão comercial (versão V1.0), as *Clever Caps* foram projetadas para gargalos Finish PCO 1881 (um dos padrões mais utilizados globalmente para garrafas PET) e são providas de lacre de segurança.



## PROYECTO 365 VENEZUELA

**FINALISTA DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. VENEZUELA**

**Miguel Ángel González Rojas, Carolyn Aldana, Alfredo Aldana, William Arias, Pedro Marcano, Juan Bautista Rodríguez**

Estudio Colectivo Proyecto 365 Venezuela. 2014

Cliente Instituto de Diseño Centro Gráfico de Tecnología

[www.cdisenomaracay.blogspot.com](http://www.cdisenomaracay.blogspot.com)

*Proyecto 365 Venezuela* se crea con la finalidad de incentivar el uso de los productos elaborados por diseñadores de moda en el país. Venezuela es una región en la que durante muchos años los sectores textil y de la moda han sido abandonados, sobreviviendo solo el 10% del parque industrial dedicado a este rubro. Esto ha traído como consecuencia una invasión de productos y marcas extranjeras que ha llevado a perder espacio al diseño local.

De allí la idea de probar que se puede usar diseño venezolano todo el año, en apoyo a todos los emprendimientos del sector tanto en calzado, ropa, accesorios y trajes de baño. Diariamente se publica por medio de las redes sociales una fotografía en la que todo lo presentado es hecho por nuestros diseñadores conjuntamente con los datos de contacto, para facilitar a los usuarios la relación directa con éstos.

Participar en el *Proyecto* no causa ningún costo ni para los diseñadores ni para los usuarios pues se busca en primer lugar vincular a quienes se encuentran produciendo durante el bienio 2014–2015 y, asimismo, mostrar a los consumidores estos diseños y que se animen a adquirir *hecho en Venezuela*.

Los objetivos se van cumpliendo: registro de diseñadores y diseños venezolanos y difusión y visibilidad de la moda hecha en Venezuela.



## REVISTA CROMOS EN IPAD

**FINALISTA DISEÑO DIGITAL. COLOMBIA**

**Anderson Rodríguez Montero, Jorge Dario Forero Aldana, William Leonardo Ariza Chavarro, Juan Camilo Pachón Palomares**

Estudio Comunican SA. 2012

Cliente Revista Cromos

Disponible en Apple Store

La revista *Cromos*, la publicación más antigua de América Latina con 98 años, llegó al mundo digital en 2012 con su edición en iPad. Este diseño digital fue mencionado entre lo mejor del 2013 en el AppStore en la categoría de recién llegados al quiosco. También recibió dos premios a la excelencia de diseño otorgado por la SND (Society for News Design) y fue nominada al Lápis de Acero, uno de los reconocimientos más importantes del diseño en Colombia, gracias a su innovación e interactividad, características que entretienen al lector en cada edición. Sigue la línea gráfica de la edición impresa pero añade todas las ventajas de los medios digitales. La revista *Cromos* en iPad está diseñada adaptando y complementando el contenido de la versión impresa con vídeo, audio, animaciones, piezas multimedia, etc. De esta manera se da al lector una experiencia propia del medio.





## CONCALMA = WITH CALM / TO BE AT EASE

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. PUERTO RICO

**Matilsha Marxuach**

Estudio Concalma. 2014

[www.concalmalinea.com](http://www.concalmalinea.com)

La marca Concalma presenta su producto principal: sus emblemáticos bolsos hechos en tela. Estos existen en el mercado desde el 2006 y se insertan en la corriente del comercio justo. Los bolsos de Concalma evidencian la fina línea que hay entre lo artesanal y lo industrial. Están diseñados por Matilsha Marxuach, diseñadora y empresaria, que se inspira en la cultura local y en ideas de sostenibilidad y función y son manufacturados en una cooperativa industrial de mujeres en Utuado, Puerto Rico. Concalma ha vendido alrededor de 13.000 unidades que han servido para orientar al público en temas de consumo local y comercio justo. *Entendemos que el desarrollo de productos de alta calidad, prácticos y de comercio justo es esencial en la búsqueda continua y desarrollo de sociedades sostenibles. En el diseño tenemos una herramienta muy fuerte a través de la cual podemos presentar soluciones a problemáticas existentes velando por mantener la diversidad de países y culturas mundialmente,* puntualiza la diseñadora.



## CORNUCOPIA ZINE

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. COSTA RICA

**Oscar Ruiz Schmidt**

Estudio Cornucopia Zine. 2013

*Cornucopia Zine* es un proyecto editorial cuyo principal propósito es la distribución de material gráfico en formato fanzine. El fanzine es una herramienta de empoderamiento que, de forma estéticamente política, acerca la obra de un conjunto de artistas visuales a un público que valora el material impreso.

Esta publicación es una plataforma de colaboración entre diferentes fotógrafos e ilustradores, tanto costarricenses como internacionales. La edición y dirección del proyecto están a cargo del diseñador Oscar Ruiz Schmidt quien plantea, en cada entrega del zine un diálogo con el artista invitado a través de la re y/o descomposición de sus imágenes, las cuales adquieren un nuevo cuerpo mediante la edición, diagramación, secuencia y uso de diferentes sustratos. Cada número permite múltiples lecturas y tránsitos y deja abierta la puerta para nuevas interpretaciones. Hasta la fecha se han editado 25 fanzines y un estuche-contenedor en colaboración con Estudio Dilup.







## DISEÑO DE CONTENIDOS PARA REDES SOCIALES

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. MÉXICO

**Jesús Roberto Palacios Peña, Zaira Lorena Gutiérrez Tenopala**

Estudio Creativos RD. 2014

[www.creativosrd.com](http://www.creativosrd.com)

Cliente **Tequila Orendain Ollitas**

Diseño de contenidos gráficos para redes sociales: diseño de comunicación digital siguiendo la identidad del producto e imágenes innovadoras con la intención de atraer a un mercado joven y exigente, mezclando de forma exacta el uso de colores identificativos de la marca, ilustraciones y fotografías. La inspiración surge de la cultura donde nace el tequila, las formas geométricas y las tendencias actuales, todo lo cual refuerza la identidad y personalidad del producto en el mercado, logrando así continuar con el buen posicionamiento de la marca.



## Y'APO

DISEÑO DIGITAL. PARAGUAY

**Rebeka Nadir Sanabria, Hugo Ismael Ruiz, Rodrigo Hamuy Aquino**

estudio cultura guaraní. 2014

[www.culturaguarani.wordpress.com](http://www.culturaguarani.wordpress.com)

*Y'apo* es un juego acerca de la comunidad indígena *y'apo*, perteneciente al pueblo avá guaraní. El juego recrea los numerosos intentos de expropiación de tierras que los miembros vienen sufriendo desde el año 1992 hasta el día de hoy, siendo actualizado constantemente con nuevos niveles por cada nuevo suceso que ocurre en relación a la comunidad *y'apo* y sus tierras. Este juego busca difundir una versión interactiva de la injusticia que la comunidad está viviendo, actualizándolo con nuevos niveles hasta llegar a la restitución legal y real de sus tierras.

El estilo gráfico del videojuego pertenece al género de arte digital denominado *pixel art*, forma de arte digital creada a través de una computadora mediante el uso de programas de edición de gráficos rasterizados. En esta modalidad las imágenes son editadas al nivel del píxel, por lo que las versiones en resolución media y alta son iguales pues no se altera la calidad de las imágenes.





## DADO DISEÑO PARA TODOS. COMUNICACIÓN Y MATERIAL INCLUSIVO

FINALISTA DISEÑO DE SERVICIOS. COLOMBIA

**Oscar Ivan Díaz Moreno**

Estudio DADO Diseño para Todos. 2013

[www.dado.com.co](http://www.dado.com.co)

Cliente Tecnoayudas, Alexandra Castillo y Solueducativas

La familia DADO permite co-crear objetos, señalización y experiencias que facilitan la inclusión e interacción de personas con y sin discapacidades, desde un enfoque del Diseño Universal:

- Eco Braille: Sistema de ensartado de 3 piezas sobre un eje; en cada pieza existen perforaciones con el fin de incrustar tapas plásticas reutilizadas y de esta manera iniciar la comprensión del braille desde la primera infancia, girando las tres piezas. Este material permite realizar compañías de reciclaje de tapas plásticas en los Jardines y hacer posible que con estas tapas el niño o niña construya su sistema braille.
- Plano cartesiano: Plano portátil con perforaciones y guías que ayudan a determinar un espacio de trabajo y conformar coordenadas en una dirección positiva y negativa, para armar figuras geométricas, coordenadas y espacios tridimensionales
- Señalización inclusiva (señas, inglés, braille): Diseño de señalética inclusiva con autorización y licencia internacional, utilizando el método *Rasterbraille*, que contempla Fondo mate + Alto relieve + Alto contraste + Macrocarácter + Pictograma (señas) + Braille, con texto en idiomas castellano e inglés.



## ROCK'N TRADE COLLECTION

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. BOLIVIA

**Luis David Arce Vega (Cucho)**

Estudio DAL Industrias. 2014

Cliente PVA (pua)

[www.pvafashion.blogspot.com](http://www.pvafashion.blogspot.com)

PVA (pua) *Rock'n Trade* propone un producto basado en el uso de materias primas bolivianas como el tocuyo, el awayo o el yute, complementado con accesorios importados y técnicas artesanales de teñidos que genera una mezcla de lo tradicional con las características del lenguaje rockero que conlleva el concepto de la marca. Sugiere un nuevo rumbo y dirección en cuanto al progreso de la moda y la combinación de la funcionalidad tanto de materiales tradicionales que envuelven nuestra cultura como de materiales urbanos de uso diario con detalles y ornamentación de última tendencia.



## NEL & MARIA

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. PORTUGAL

**Hugo Fernando Rodrigues da Silva, Joana Augusta Guedes dos Santos**

Estudio DAM. 2013

Cliente DAM

[www.dam.pt](http://www.dam.pt)

*Nel e Maria* são duas mesas de cabeceira ou de apoio com candeeiro integrado. Elas exploram a cultura portuguesa e conjugam o trabalho artesanal e industrial. Exploram também o género e têm um carácter humano e humorístico. Os abajures são feitos à mão e são em chapéus de palha rendada de homem e senhora, típicos da região do Baixo Minho. Os puxadores têm um toque de humor, em que a *Maria fala de mais* e o *Nel está espantado com o seu discurso*. A estrutura e gavetas das peças são em folha de carvalho e os pés e suportes do candeeiro são em faia maciça. O acabamento é em verniz mate em *cold white* e verniz são incolor. As gavetas são forradas a papel de parede com ilustrações dos pertences das personagens em *grumpy black*. A lâmpada E14, de 8 Watt e de cor branco quente, é economizadora de energia. O cabo elétrico é têxtil, é em *cold white*, e tem 150 cm de comprimento. *Nel e Maria* destinam-se a ambientes domésticos, adaptam-se ao público adulto, jovem e infantil e podem variar na cor e nas ilustrações do papel de parede.



## LOBBY DEL US STEEL TOWER PITTSBURGH, PA. USA

DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. VENEZUELA

**Daniel Ostfeld**

Estudio Daniel Ostfeld Designs. 2014

[www.danielostfeld.com](http://www.danielostfeld.com)

Cliente 601 W Companies

Diseño del nuevo vestíbulo de la Torre de US Steel, el rascacielos más alto de Pittsburgh y cuarto de Pennsylvania. Completada en 1970, la torre tiene 64 pisos y se eleva a una altura de 257 metros. En la entrada del edificio hay una magnífica plaza que proporciona un entorno hermoso y tranquilo en el corazón del centro urbano de Pittsburgh.

El diseño es obra de Daniel Ostfeld con la colaboración de Kolano Design para su construcción. El autor se guió por el hecho de tratarse del edificio de US Steel y diseñó una exhibición de esculturas, muebles e instalaciones utilizando diferentes metales y aceros, enalteciendo la ideología de la Torre de Acero.

Se creó un hermoso espacio que estimula a utilizarse como punto de reunión, tanto con áreas públicas con cafés, restaurantes y la plaza, como áreas privadas. Tecnologías ecológicas han sido incorporadas en la parte eléctrica, sistema mecánico de ascensores y para uso de los inquilinos. El lobby cuenta con una conexión *wi-fi* abierta, conexiones USB, estaciones de carga en cada mesa y uso de monitores para presentaciones, configurando un espacio con los últimos sistemas y tecnologías verdes del siglo XXI.





## PLATOS BALI

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. MÉXICO

**Gabriela Chang Valdovinos**

Estudio **DayDreaming**. 2012

[www.daydreaming.es](http://www.daydreaming.es)

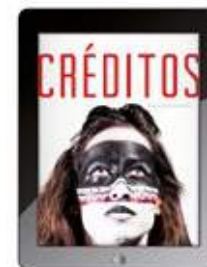
Cliente **Soluciones Raber SL**

Platos desechables de cartón, con resistencia estructural incrementada mediante la utilización de pliegues inspirados en técnicas de *origami* con el fin de reducir el grosor del material utilizado en su producción.

El reto consistía en mejorar la estética de los platos tradicionales existentes en el mercado y, al mismo tiempo, reducir los costes de fabricación.

Para ello, se maquilaron las matrices mediante fresadoras de control numérico y, tras varias pruebas, se comprobó que el material necesario para producir los platos era sensiblemente más delgado que en el modelo tradicional, ya que el plegado geométrico proporciona un soporte estructural adicional.

El resultado es un producto atractivo, con un borde compuesto por prismas que reflejan la luz desde distintos ángulos, acentuando la geometría del diseño.



## REVISTA DIGITAL INTERACTIVA BARRANCO PARA IPAD

DISEÑO DIGITAL. ECUADOR

**Dayanna Gioconda Valdivieso Acosta, Dayoco Estudio, Revista Barranco**

Estudio **Dayoco Estudio**. 2013

Cliente **Revista Barranco**

Disponible en Apple Store

La *Revista Digital Interactiva Barranco* nace para abordar un tema que involucra un interés profesional, tecnológico y cultural, a fin de explorar e intervenir en la era digital.

El medio digital se ha convertido en una estrategia actual y así es como revistas, libros y periódicos no mueren sino que se adaptan, tomando lo mejor de los medios tradicionales y aprovechando las ventajas de la tecnología y de Internet para poder sobrevivir. La revista *Barranco* se suma a este nuevo paradigma, aprovechando al máximo la experiencia sensorial, interactiva e innovadora que un soporte digital como el iPad puede brindar a sus lectores.

El diseño estético y funcional de sus contenidos multimedia, los cuales poseen un alto nivel de interactividad, convierten al lector en parte activa de la navegación.

*Barranco* busca ser una plataforma para dar a conocer al mundo el talento que posee Ecuador, marcar tendencias y ser un referente visual y cultural, haciendo del arte una expresión de vida, una manera de vivir. Sus creadores nos invitan a formar parte de esta nueva manera de leer, ver, sentir y escuchar una revista. La revista se encuentra disponible en la tienda de Apple y es gratuita.



## RECÓRCHOLIS

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. ARGENTINA

**Laura Cherny, Julieta Karzovnik, Pablo Daniel Demarco, Nicolás Adrián Demarco**

Estudio Demarco Diseño SRL. 2013

[www.silicosas.com](http://www.silicosas.com)

*Recórcholis* es un corcho de silicona reciclada. Esta fabricado con un 50% de molienda de caucho de silicona con un aglutinante a base de silicona. Se utiliza para cerrar herméticamente botellas de vino, cerveza, etc.

*Recórcholis* innova principalmente en su proceso productivo. Después de varios ensayos y una exhaustiva búsqueda para reutilizar el *scrap* que generan los productos antecesores de nuestra marca se logró diseñar un proceso productivo para generar este nuevo material con un 50% de silicona recuperada.

Si bien el producto que se presenta es concretamente un tapón de botella, la principal innovación es el material y sus posibles aplicaciones: con este sistema productivo se pueden recrear infinidad de productos, obteniendo casi la totalidad de las cualidades de la silicona pero reduciendo drásticamente el impacto ambiental y bajando sustancialmente los costos del producto final.

Fundamentalmente permite dar un altísimo grado de sustentabilidad a la marca Silicosas. Su principal ventaja es la utilización de un material ecosustentable con un impacto visual muy novedoso y atractivo.



## CABEZA CLAVA

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. PERÚ

**Estrella Jibaja Burneo, José Carlos Andrade Borda**

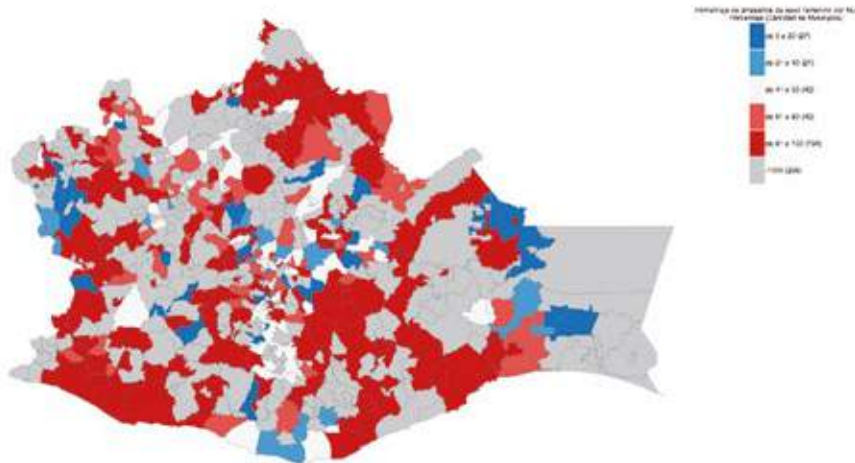
Estudio DEPA Design Store. 2014

[www.depa.com.pe](http://www.depa.com.pe)

Las *cabezas clavas* son monolitos escultóricos pertenecientes a la cultura preincaica Chavín en Ancash-Perú. Se las denomina *clavas* porque el cuerpo (cabeza) presenta una extensión (espiga) que permite empotrarlas como un clavo en paredes de piedra. Estas cabezas muestran rasgos antropozoomorfos y mitológicos, combinando rasgos felinos con facciones humanizadas.

Hay diferentes puntos de vista sobre la función que cumplían: podrían ser fieros guardianes pero también se cree que pueden formar parte de la costumbre ancestral de exponer disuasoriamente las cabezas trofeo de los enemigos para ahuyentarlos, de la misma forma que se exponen en la actualidad los trofeos de caza.

Partiendo de la idea de tener un espacio singular para la exposición de este personaje se vio la necesidad de trasladarlo al entorno cotidiano para eliminar las malas sensaciones. Se reinterpretó la forma general, seccionándola, buscando tridimensionalidad por medio de planos y manteniendo ciertos rasgos: grandes colmillos de felino y ojos con pupilas dilatadas.



## CARTOGRAFÍA ARTESANAL DEL ESTADO DE OAXACA

FINALISTA DISEÑO DIGITAL. MÉXICO

**Ivonne Lartigue Mendoza, Mariana Cantú Garza Gallardo, Patricio Chaves Zaldumbide, Alfonso Castellanos Ribot, Andrea Barrios Nogueira**

Estudio Desarrollado por Centro de Diseño de Oaxaca. 2013

<http://cdo.gob.mx/esp/cartografia-2013/>

Si bien el diseño y la artesanía comúnmente se consideran áreas distintas, el Centro de Diseño de Oaxaca los acerca por tratarse de oficios que configuran nuestra cultura material, explorando el territorio compartido por ambos y reconociendo el enorme potencial de la riqueza artística y el conocimiento de los pueblos indígenas así como las soluciones innovadoras que aportan los diseñadores a problemáticas específicas en el proceso creativo.

La *Cartografía artesanal* generará información cuantitativa y cualitativa que contribuirá a definir, ejecutar, gestionar y evaluar políticas, programas y proyectos públicos y privados relacionados con el sector artesanal en el estado de Oaxaca. Asimismo, dotará a los actores comunitarios, privados y gubernamentales de un instrumento de valoración, medición y análisis de la oferta cultural existente en materia artesanal. El proyecto incidirá en la exploración de mecanismos y metodologías para la construcción de una red informativa relacionada con el sector artesanal e impactará positivamente en él mediante la coordinación y mejoramiento de los sistemas de registro y medición de diversas instancias relacionadas con el quehacer cultural y artesanal.



## SILLÓN QUINCE

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. PUERTO RICO

**Doel Fresse**

[www.doelfresse.com](http://www.doelfresse.com)

Estudio DF | D - Doel Fresse | Design. 2012

El sillón *Quince* es una réplica de una mecedora tradicional, típica de los balcones del Caribe, pero realizada con una actitud contemporánea. Este sillón evoca un sentido de estilo casual y vibrante, perfecto para terrazas, balcones o espacios al aire libre.

*Quince* es parte de una familia de mecedoras hechas en aluminio que se caracterizan por ser desmontables para facilitar su empaque en cajas planas o *flat-packing*. De esta manera utiliza eficientemente el espacio de almacenaje y su liviandad reduce la huella de carbono del transporte.

*Quince* fue exhibida en el Wanted Design de Nueva York en 2013 y publicada en *LA Times* ese mismo año.





## RÓTULOS PARA FUNDAS DE BASURA

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. BRASIL

**Pablo Eduardo Ramírez Chacón**

Estudio Di20 Design e Arquitetura. 2013

[www.di20.com.br](http://www.di20.com.br)

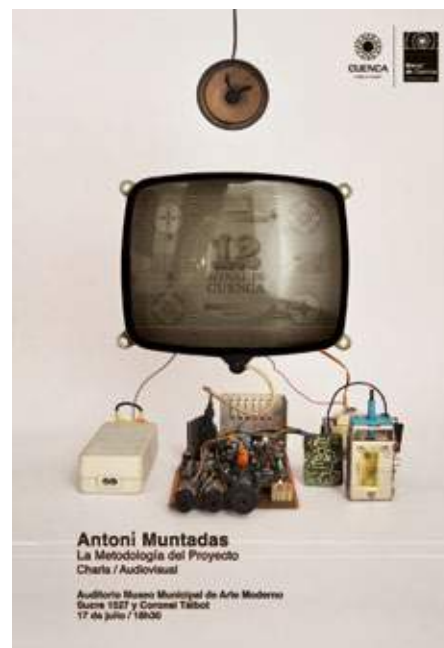
Cliente Royalpack

A substituição de plástico por papel nas embalagens econômicas ocasionou uma redução de 100kg de embalagem de plástico a menos por mês na natureza. Além disso, em todas as embalagens de cor neon o processo de impressão mudou para a utilização de menos cores e por tanto menos tinta, sendo possível imprimir as embalagens juntas usando apenas 5 cores (1 pantone neon por embalagem + cor preta), o que representa também uma economia na produção das embalagens.

No processo de impressão das embalagens de menos unidades foi otimizado o número de clichês, permitindo que as 4 embalagens rodem juntas em máquinas de apenas 6 cores. O mesmo foi realizado com os rótulos de papel impressos em máquinas offset 6 cores.

A mudança de embalagem plástica por rótulo em papel otimizou o processo manual de embalagem que antes tinha duas etapas, embalagem automático e fechamento manual.

Nos novos rótulos o embalagem e fechamento são executados de forma manual. Diminuindo o consumo de energia com a embaladora e a máquina de fechamento por calor. A embalagem tem melhor aproveitamento de espaço já que fica exatamente no tamanho do produto.



## AFICHES EVENTOS TEORÍA DEL ARTE CONTEMPORÁNEO, 12 BIENAL DE CUENCA

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. ECUADOR

**Diego Lara Saltos**

Estudio Diego Lara Saltos Diseño. 2013

[www.diegolara.net](http://www.diegolara.net)

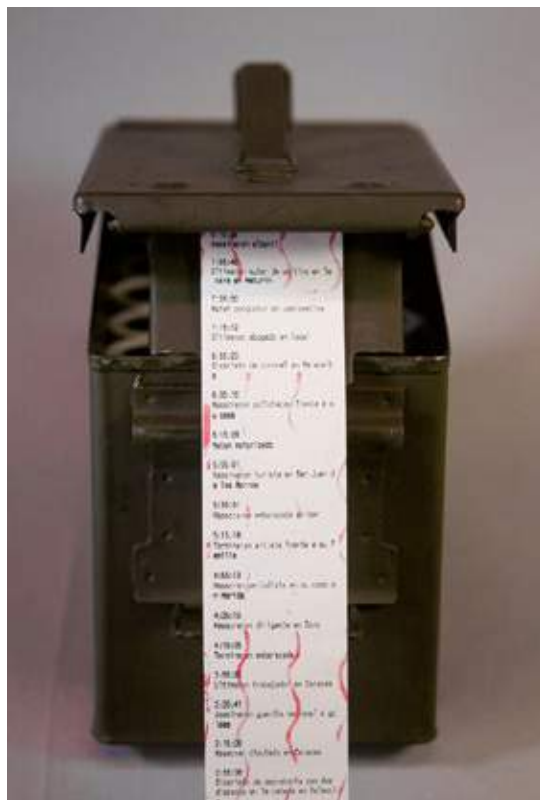
Cliente 12 Bienal de Cuenca

Afiches para diferentes artistas, curadores y teóricos del arte contemporáneo y sus eventos realizados como antesala de la 12ª Bienal de Cuenca, Ecuador.

- \_ 1. Antoni Muntadas, artista y curador español. Fotografía de instalación de un televisor desarmado y elementos electrónicos.
- \_ 2. Amalina Bomnin, curadora y crítica de arte cubana. Fotografía e ilustración.







## MÁQUINA DE MUERTES

**FINALISTA** DISEÑO DIGITAL. VENEZUELA

**Diego Zaks**

Estudio **Diego Zaks Comunicación Visual**. 2014

[www.diegozaks.com](http://www.diegozaks.com)

Cliente **Pratt Manhattan Gallery**

Cada veinte minutos muere un venezolano a manos del crimen violento en las calles de Venezuela. La *Máquina de Muerte* es una infografía experimental que busca trascender la simple muestra de información a través de una experiencia vivencial simulando la tasa de mortandad de Venezuela. En esta experiencia la información es presentada por una máquina, que a tiempo real con la tasa de muerte de Venezuela, produce automáticamente detalles ficticios de cada homicidio basados en titulares de periódicos del país.



## COLECCIÓN 3.0

**FINALISTA** DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. ESPAÑA

**díez+díez diseño**

Estudio **díez+díez diseño**. 2013

[www.diezmasdiez.com](http://www.diezmasdiez.com)

Cliente **Alfombras Veo Veo**

En esta colección se ha tomado un objeto tan ancestral y milenario como es la alfombra -tal vez el primer elemento de mobiliario propiamente dicho- para convertirlo en soporte gráfico de señales y códigos, de conexiones y flujos de información y transformarlo así en metáfora de las omnipresentes pantallas y monitores que nos rodean y acompañan en nuestra vida cotidiana. Se trataría, en definitiva, de establecer una relación conceptual y formal entre los nudos que conforman el lienzo de una alfombra con los píxeles que constituyen la imagen de toda representación digital.

Con sus cinco series, *Binaria*, *Feedback*, *Nexus*, *Transit* y *Wifi*, esta colección manifiesta la fusión transversal y mestiza entre la tradición material de la artesanía y la contemporaneidad del mundo virtual.



## YAHUALLI

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. EL SALVADOR

**María José Núñez Domínguez**

Estudio DILUP. 2014

*Yahualli* es una colección de vajilla destinada a un público joven, práctico y con gusto por las líneas simples y limpias.

Inspirada en una pieza tradicional indígena mesoamericana llamada *Yagual*, retoma dos características esenciales de su función y uso que son la de amortiguar el peso de objetos transportados sobre la cabeza de las mujeres y brindar estabilidad a la carga transportada.

El concepto de la pieza trabaja a nivel morfológico con el toroide, que confiere resistencia y balance al conjunto, aspecto aplicado al diseño de la línea a través de una disposición excéntrica del hueco de estibación, lo que facilita su manipulación y al mismo tiempo dinamiza su uso y cautiva con su apariencia.

El conjunto consta de seis platos realizados en cerámica blanca vidriada, con una pieza de soporte realizada en madera y corcho para el recubrimiento y amortiguación, lo que soluciona la base y permite estibar la vajilla completa.



## SILHOUETTE

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. PORTUGAL

**Diogo Frias**

Estudio Diogo Frias Studio. 2012

[www.diogo-frias.com/silhouette](http://www.diogo-frias.com/silhouette)

Cliente Wewood

Inspirada por la sombra de una lámpara en la pared, su forma permite que con ella se puedan crear dos entornos diferentes. Esto se puede conseguir mediante el cambio de los acrílicos que asumen el papel de pantallas de la lámpara, siendo esta la característica que la hace única en el universo de las luminarias.

Ha sido desarrollada pensando en casas pequeñas, donde el mismo objeto tiene un doble uso. Su silueta le aporta elegancia y ligereza. Está producida en roble francés y utiliza la pantalla *Linestra* que genera un efecto de luz único. El cuerpo de la lámpara ya no está siendo fabricado por Wewood, sino por otra empresa.



## VIDEO MAPPING NAVIDAD CATEDRAL DE MEDELLÍN

DISEÑO DIGITAL. COLOMBIA

**Juan Manuel Pardo Barrera, Juan Alberto Díaz, Bernardo Garcés, Didier Moreno,**

Estudio Diorama Post. 2012

[www.dioramapost.com](http://www.dioramapost.com)

Cliente EPM Medellín

Con el fin de complementar la tradicional y singular celebración de la navidad en Medellín, específicamente con el alumbrado que se convirtió en icono de la ciudad, Empresas Públicas de Medellín (EPM) decidió crear un evento público y gratuito en la Catedral Metropolitana.

El evento fue un video mapping sobre la fachada de la Catedral que se debía proyectar durante 36 días (desde el 1 de Diciembre de 2013 hasta el 6 de enero de 2014). A través de una convocatoria pública EPM definió como base del proyecto realizar el show en una zona deprimida del centro de la ciudad con el objetivo de incluirla en la ruta del alumbrado e integrar dentro de la narrativa de la proyección valores culturales de la ciudad y de la historia de la Catedral. Diorama ganó la convocatoria y su propuesta fue un video mapping en la catedral en el que durante 10 minutos la fachada se toma como lienzo de proyección tridimensional, la iglesia y su estructura sirven como hilo conductor de la narración gráfica con matices históricos, culturales y artísticos y se utilizan elementos gráficos e icónicos que representan claramente cada uno de estos aspectos



## CARTELES MÚSICA CONTRA EL PODER

**FINALISTA** DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. MÉXICO

**Andrés Mario Ramírez Cuevas**

Estudio Andrés Mario Ramírez Cuevas. 2012

Cliente Multiforo Alicia

[www.musicacontraelpoder.blogspot.com](http://www.musicacontraelpoder.blogspot.com)

Serie de carteles que forman parte del proyecto *Música contra el Poder* desarrollado para el Multiforo Alicia, el foro musical alternativo más representativo de la Ciudad de México.

A lo largo de 18 años, desde 1995 hasta la fecha, se han publicado miles de carteles anunciando los conciertos (tocadas) y de manera paralela se editaron otros con temática social. Los carteles diseñados para el Alicia con una temática social hablan del libre ejercicio de la sexualidad, el derecho a decidir sobre el cuerpo, los espacios culturales, la guerra, la legalización de la marihuana, la libertad de los presos políticos, el zapatismo o las ideas anarquistas que profesa el Alicia, entre otros temas. El cartel opina, el cartel pareciera existir y renacer sólo en medio de la protesta social: ahí, en la plaza atiborrada, en el espacio de protesta, vuelve a cobrar sentido, los muros se vuelven a cubrir de ideas surgidas de la lucha colectiva.

El mejor cartel en términos de comunicación es aquel que se publica a tiempo, que comprende el sentido de oportunidad, convirtiéndose en el texto visual del llamado a la acción colectiva: su razón de ser es la calle y la gente.





## SEÑALÉTICA KRUGER

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. ECUADOR

**Mateo Flandoli, David Vallejo, Marina Gallardo**

Estudio **Diseño Flandoli**. 2014

[www.dflandoli.com](http://www.dflandoli.com)

Cliente **Kruger Corporation**

El desafío de este proyecto fue generar un sistema de señalización que aportara y transmitiera alegría a los trabajadores de la empresa, permitiendo un recorrido amigable, ordenado y funcional. La solución se encontró en el color y la sobriedad. Los números de cada piso se fabricaron en acrílico transparente añadiendo elegancia y dejando que la luz del ambiente se mezcle con el color para producir volúmenes y reflejos que destacan las formas tipográficas.

Esta solución se extendió a la decoración y cromática de cada piso, diseñando un sistema de iconografía amigable y moderno que pudiera conjugarse con los colores y que mantuviera su carácter informativo actuando en ocasiones como elemento decorativo.



## LA MANTILLA

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. PUERTO RICO

**Marxz Rosado**

Estudio **Diseño Marxz Rosado**. 2013

[www.disenomarxzrosado.tumblr.com](http://www.disenomarxzrosado.tumblr.com)

Cliente **Reynold Rodríguez**

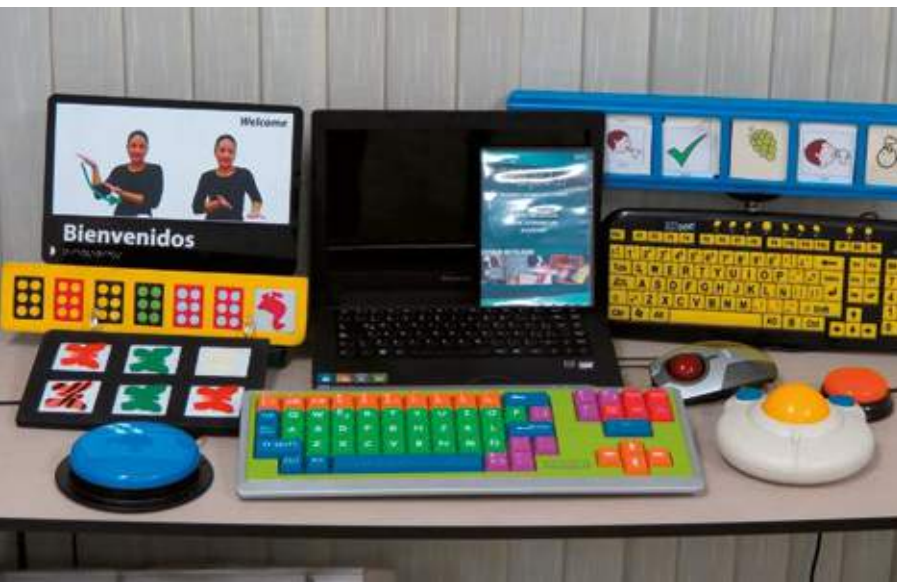
*La Mantilla* es un laminado de madera y textil en composición poligonal. El producto es una superficie modular que al unirse puede formar una alfombra de madera, un parquet no permanente o una cubierta flexible para superficies horizontales o verticales.

Lo que caracteriza al sistema es su montaje reconfigurable, las variadas posibilidades de diseños y patrones geométricos que pueden lograrse brindan al usuario la oportunidad de personalizar un lugar y modificar su programación espacial. *La Mantilla* se produce con maderas locales provenientes de bosques con programación renovable.

Su producción utiliza una combinación de procedimientos tradicionales para la elaboración de madera asistidos por métodos y equipos para la fabricación digital. Su sistema de fijación utiliza la tecnología textil de gancho y bucle (similar al velcro), lo que permite montar y desmontarla fácilmente sobre cualquier soporte, brindando de este modo una superficie estable al unir los módulos entre sí.

*La Mantilla* es un producto que busca crear una identidad atemporal mediante el uso de la madera así como una reflexión sobre la resiliencia y liquidez de los nuevos tiempos.





## KIT DE INCLUSIÓN DIGITAL PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD

FINALISTA DISEÑO DE SERVICIOS. COLOMBIA

**Gustavo Alberto Hincapié Corrales, Mónica Virginia Sosa Correa, Javier Alberto Saldarriaga Cano**

Estudio Diseño Universal Tecnoayudas-Corporación Discapacidad Colombia. 2012

[www.tecnoayudas.com](http://www.tecnoayudas.com)

*El Kit* es una estrategia integral que ha sido diseñada bajo el concepto de Diseño Universal con el objetivo de convertir las aulas digitales convencionales (de telecentros, bibliotecas, escuelas y Universidades, entre otros) en espacios digitalmente accesibles para las personas con discapacidad física, visual, cognitiva, dificultades de aprendizaje, dificultades de comunicación y adultos mayores. Se trata de que puedan hacer uso en igualdad de condiciones de los recursos tecnológicos allí dispuestos, permitiéndoles con ello ser partícipes de los beneficios ofrecidos por las tecnologías de la información y las comunicaciones y creando oportunidades de inclusión social, inclusión educativa y oportunidades de empleo.

*El Kit* ha sido instalado en más de 130 instituciones en Colombia y recientemente se inició su instalación en Panamá y Ecuador. Por su impacto fue seleccionado como una de las mejores prácticas de inclusión en el mundo en 2014 y fue presentado en Viena, en el evento mundial de eliminación de barreras.

Componentes: Hardware accesible, software accesible, señalización accesible. Capacitación a operadores. Sostenibilidad técnica.



## MARCA GRÁFICA PARA LA TRIENAL POLIGRÁFICA DE SAN JUAN, AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. PUERTO RICO

**Luis Díaz-Alejandro**

Estudio Diseñotipo/ DD-Diseño. 2014

[www.dsnotipo.com](http://www.dsnotipo.com)

Ciente Instituto de Cultura Puertorriqueña

La Trienal Poligráfica es el evento más antiguo e importante que el Instituto de Cultura Puertorriqueña celebra. En el contexto actual asume un rol de contenedor, dando cabida tanto a artistas emergentes como a renombrados de la gráfica en El Caribe, Latinoamérica y Puerto Rico.

El proyecto de identidad para la Trienal se realizó a partir del desarrollo de un signo como principal elemento de identificación, con el fin de resumir el mayor contenido posible y conseguir una imagen más atractiva y memorable. Este signo yuxtapone las letras *T* y *P* en un juego de espacio negativo y positivo. Dicho contraste propicia un lenguaje visual pesado pero mínimo en esencia donde la *P* asume un papel protagonista y es concebida como contenedor para el depósito de texturas, tramas, etc., enfatizando así el desplazamiento de imágenes y el concepto poligráfico. Para esto se utilizó como inspiración las distintas técnicas de impresión y expansión de la gráfica tradicional y contemporánea.

La intención fue concebir un diseño dinámico capaz de adaptarse al cambio y a lo inesperado, permitiendo así su uso para esta y futuras ediciones.



## TURBO TRACK

FINALISTA DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. ESPAÑA

**DOMO**

Estudio **DOMO**. 2012

[www.domo.es/es/casos/Thyssenkrupp-revolucion-en-el-transporte-de-personas](http://www.domo.es/es/casos/Thyssenkrupp-revolucion-en-el-transporte-de-personas)

Cliente **ThyssenKrupp**

*Turbo Track* es un pasillo mecánico para transporte de personas a una velocidad cuatro veces mayor que en pasillos convencionales, lo que permite recorrer en el mismo tiempo distancias mucho más largas, garantizando la seguridad.

Esta alta velocidad planteaba el reto de mostrar tecnología amigable a las personas y así promover su uso.

Los conceptos de diseño barajados fueron *cohete*, *avión* y *tren de alta velocidad*, siendo este último el elegido para transmitir seguridad y contacto con la tierra.

Al ser un pasillo unidireccional hubo que diferenciar la entrada de la salida. La entrada aparenta ser un embudo aunque no es así ya que esa forma dejaría mucho espacio muerto.

El proyecto transmite ligereza visual (a pesar del gran volumen de la mecánica), robustez y tecnología (visible en los elementos señalizadores). El material principal utilizado, tipo Corian, es novedoso en el sector, simplifica el mantenimiento, no requiere de tratamientos y proporciona calidez visual y táctil.

El producto promueve la sostenibilidad y la ecomovilidad y podría suponer una revolución en las *smartcities*. *TurboTrack* está instalado en el aeropuerto de Toronto y, hasta el día hoy, sigue siendo el único en el mundo con estas características.



## SILLA MUROS

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. ESPAÑA

**Julio Turnes Vieito**

Estudio **Domohomo Arquitectos**. 2014

[www.domohomo.es](http://www.domohomo.es)

Cliente **Alba Fernández Arias**

La silla *Muros* nace fruto de un proyecto de rehabilitación en el cual participo como arquitecto, en la villa que da nombre a este mueble y donde la mayoría de los elementos se realizan con madera de castaño. De esa cercanía tan estrecha con este material, emerge el deseo de seguir trabajándolo y explorar sus límites. La silla se convierte en un lugar de experimentación, donde las manos de un carpintero local hacen posible lo imaginado.

Se trata de un trabajo artesanal donde se ensamblan nueve piezas de madera. Una manera de reivindicar una madera autóctona, desprestigiada en los últimos años, a favor de otras maderas. Un trabajo colaborativo y sostenible entre aserradero, carpintero y madera local.

Sin duda, la pieza que ha presentado mayor dificultad de fabricación ha sido el respaldo. Se parte de una sección convencional de madera maciza de castaño y se lamina, haciendo hojas de madera de unos 2mm de grosor. Después, se procede a realizar un molde con la curvatura deseada y, finalmente, encolar todas esas láminas entorno a ese perfil establecido. El respaldo también es reposa-brazos y hacen de la silla un asiento cómodo, óptimo para la lectura o para disfrutar de unas vistas.



## LIBERDADE DE IMAGEM 1974-1986

**FINALISTA** DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. PORTUGAL

**Joao Miguel Couto Faria**

Estudio Drop. 2014

[www.drop.pt](http://www.drop.pt)

Cliente **Governo de Portugal**

Design de identidade visual para a exposição *A Liberdade da Imagem, Design e Comunicação Visual em Portugal 1974-1986*. Com curadoria de José Bartolo, esta exposição reúne cerca de 500 obras representativas de uma produção de vanguarda estética que marcam o período de 1974 a 1986 de profunda transformação política, cultural e social em Portugal. Integrado na exposição do programa oficial das Comemorações dos 40 anos do 25 de Abril de 2014 e Ano do Design em Portugal. Identidade assente na criação de uma imagem-conceito matricial, expandida e implementada através da projeção de materiais de divulgação e materiais de sinalização gráfica e de um jornal-programa. Produção executiva da ESAD Matosinhos/Cifad Lda.



## GUACALES

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. COLOMBIA

**Guillermo Valencia, Paula Guzmán**

Estudio Dupla.co. 2013

[www.dupla.co](http://www.dupla.co)

Cliente **El Market**

Este empaquetado forma parte de la línea de productos de El Market, una tienda con la que Dupla.co ha venido explorando las raíces culturales de un país que apenas empieza a buscar iconos de identidad y referentes culturales dentro de un cóctel de tradiciones ancestrales. El cliente comercializa *souvenirs* colombianos para regalo, con una marcada influencia autóctona y un alto valor estético. Por ello, requirió un envasado para reforzar el valor de los dulces típicos colombianos y mejorar su apariencia. Los dulces son elaborados artesanalmente y envueltos con materiales como la hoja de bija, que les da su particular sabor y textura; por esta razón los materiales escogidos para el empaque fueron madera y cabuya, siguiendo con la naturaleza artesanal del producto. La forma evoca un guacal con un par de ventanas que permiten ver el contenido. El diseño estampado está inspirado en la estética de los baldosines que antiguamente se usaban en las casas de los pueblos colombianos. Los colores elegidos para la propuesta corresponden a la paleta de color que usa la marca y que representa sus atributos: divertida, musical, festiva y artesanal.





## IDENTIDAD PARA LATERAL// BLOG DE CULTURA CREATIVO

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. PANAMÁ

**Mayrena del Carmen Briones Tejada, Alex Manyoma, Raúl Altamar**

Estudio Ecléctica Estudio. 2012

[www.cargocollective.com/miseclectica/lateral](http://www.cargocollective.com/miseclectica/lateral)

Cliente **Lateral //**

Diseño de identidad para *Lateral//*, plataforma que celebra el diseño por medio de eventos que inspiran y promueven la cultura creativa.



## COLECCIÓN MUJERES DE PODER

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. REPÚBLICA DOMINICANA

**Edgar Antonio López Acosta**

Estudio Edgar López Design Studio. 2012

[www.edgarlopezdesign.com](http://www.edgarlopezdesign.com)

La serie *Mujeres de Poder* nos relata las historias de la diversidad étnica, cultural y social de las mujeres a través de la visión de lo femenino de un caribeño.

*Sueño Caribeño* es la primera pieza de la serie y refleja una mujer europea y sofisticada que se ha impuesto a la visión cultural de la época; sus colores —azul, verde, dorado— evocan el Caribe: el mar, la naturaleza y el sol, y nos recrean al pavo real y su vistoso plumaje como símil de la llamativa personalidad caribeña. La segunda pieza, *Diva*, retrata a la mujer mulata que se libra de sus ataduras y hace de sus limitantes una forma de crecer, ser vista y admirada. Los colores verdes y azules son el símbolo de su crecimiento y prosperidad, así como de su fortaleza. La tercera de la serie, *Caona*, nos muestra la diversidad, es una oda a las razas inspirada en una mujer de mando, una princesa que puede ser de cualquier etnia. *Caona* significa oro en lengua Taina; el esplendor de este material junto al colorido de las piedras que acompañan el diseño nos muestran la variedad de culturas y etnias de las que procedemos y cómo se mezclan con armonía aun siendo distintas.



ALESSANDRA PETERSEN FASHION ARTIST

*The Marvelous Life of Joan of Arc. A state of grace*



## THE MARVELOUS LIFE OF JOAN OF ARC

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. PERÚ

**Cristina María Rendón Bernui**

Estudio El cartel Design Ghetto. 2014

[www.elcarteldesignghetto.com](http://www.elcarteldesignghetto.com)

Cliente **Alessandra Petersen / Fashion Artist**

Creación del concepto de campaña *The Marvelous Life of Joan of Arc*, con inspiración en la propuesta del diseño de la última colección de Alessandra Petersen Fashion Artist.

Se diseñó la gráfica y línea postfotográfica de campaña, así como el manejo de comunicación aplicado al lanzamiento de la colección Otoño/Invierno 2014. El proyecto incluyó el diseño de invitación para el evento de celebración por el aniversario de la marca y su nueva boutique, trabajo de estrategias de comunicación y comerciales con Private Sales y *networking* para el evento y manejo de marca en nuevos medios 2.0, *social network* e Instagram.



## ALATA

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. HONDURAS

**Elman Padilla**

Estudio Elman Padilla Studio. 2014

*Alata* es un proyecto que utiliza el fruto de la planta jícaro (*Crescentia Alata*) originaria de Centroamérica y el sur de México. Es un parlante de baja/ninguna tecnología para realzar/mejorar el sonido de teléfonos móviles usando la forma y propiedades del jícaro; al mismo tiempo se crea un contraste entre lo natural y lo artificial, generando un objeto de deseo agradable a la vista y al tacto que, además, cumple su función sonora principal.



## BYZANTINE

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. EL SALVADOR

**Emma Schonenberg**

Estudio **Emma Schonenberg**. 2013

Cliente **Parke & Ronen**

[www.parkeandronen.com/collections/swim/products/4-clas-sic-swim-trunk-byzantine](http://www.parkeandronen.com/collections/swim/products/4-clas-sic-swim-trunk-byzantine)

El pattern *Byzantine* para Parke & Ronen fue elaborado utilizando una fotografía original tomada durante un *tour* por ferry en Pittsburgh, Pennsylvania. La foto es de *la panza* de uno de los puentes amarillos de Pittsburgh. De esta foto se tomó una sección y se construyó un módulo complejo en el que se logra perder la figura del puente para crear un *pattern* completamente diferente a la imagen original. Parke & Ronen eligieron este diseño para su colección primavera/verano 2014 por la tonalidad metálica, en concreto oro, que observaron en la repetición. El oro era el color al que estaban apuntando para la temporada 2014.



## SILLA EME

**FINALISTA** DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. ARGENTINA

**Marcela Coppari Peña**

Estudio **en bruto**. 2014

[www.enbruto.com.ar](http://www.enbruto.com.ar)

Silla que surge de la idea de un sistema de partes que se vinculan y arman el objeto: lo que se ensambla, tanto en su producción como en su uso. Aparece así la posibilidad de intercambiar, de jugar, de elegir.

*Eme* es de madera y metal, liviana y resistente, y destaca por su innovación productiva en su casco de madera, su posibilidad de armado-desarmado y personalización a partir de las patas de color. Posee diversos factores de sustentabilidad: se trabaja con una placa de madera maciza compensada, común en el mercado —material de bajo impacto—, la cual está constituida por madera de cultivo joven, evitando utilizar maderas macizas en vías de extinción. Además, los cortes de las piezas están diagramados para obtener un 90% de aprovechamiento del material (reducción de uso de materiales). El desarrollo productivo se logra en pocos pasos —técnicas para optimizar la producción— y su carácter desarmable permite la optimización en el sistema de distribución. El empaque está diseñado en madera de pallet, material de descarte industrial, donde se puede trasladar desde una hasta cuatro sillas en el mismo espacio. La madera y el metal son materiales reciclables al final de la vida del producto.



## EL PROTECTORADO ESPAÑOL EN MARRUECOS: LA HISTORIA TRASCENDIDA

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. ESPAÑA

**Ena Cardenal de la Nuez**

Estudio Ena Cardenal de la Nuez. 2013

Ciente Iberdrola

Publicación colectiva que trata de las relaciones de España y Marruecos durante el Protectorado Español. Especialistas de ambos países revisan aquella época desde una perspectiva contemporánea y ese es el espíritu que intenta reflejar el diseño.

La obra se reparte a lo largo de tres volúmenes y cada uno recoge diferentes vertientes. El objetivo era alejarse de los tópicos asociados a la representación de la historia. Por ello se renunció a las imágenes y se utilizó un lenguaje abstracto recurriendo a tipografías y color. En las portadas se combinaron estos para construir un juego de triángulos que remiten a las puntas de una estrella, figura representativa de la cultura y estética árabes. Las tres portadas juntas forman un dibujo a modo de azulejo al continuar el color de un triángulo de cada volumen en el siguiente. Los títulos se reparten en vertical. En el diseño del interior se utilizaron las mismas tipografías, Futura y Elegant Garamond. La publicación se presenta en una caja que continúa la línea gráfica: en sus laterales aparecen repetidos los triángulos en aquellos colores que no se usaron en los lomos de los libros.



## REVISTA ENE O

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. MÉXICO

**Iván W. Jiménez, María Romero, Carlos Rodríguez, Salvador Jaramillo, Matz Estrada, Emma Mora**

Estudio ene o. 2012

[www.eneo.com.mx](http://www.eneo.com.mx)

Revista *ene o*, número 17. Publicación monográfica sobre arte, cultura y tendencias; en esta edición está dedicada al objeto. Se incluyó un recortable en todas las páginas (portadas e interiores) para que el lector pueda desprenderlo y construir una silla. Este número se enfocó a encontrar la relación (objetiva y subjetiva) entre el objeto y el sujeto.





PLI

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. PORTUGAL

**José Manuel Silva Bártolo, João Martino, Inês Melo**

Estudio ESAD. 2012

Cliente ESAD / Cifad Lda

[www.reactor-reactor.blogspot.com](http://www.reactor-reactor.blogspot.com)

A *PLI* é uma revista sobre design contemporâneo. Mas o que significa o adjetivo contemporâneo que associamos ao design parecendo acreditar na sua auto-referencialidade? Haverá uma condição contemporânea, um espírito da época, que a diferencie de outros períodos históricos? Ou estaremos numa nova fase de tensão relativamente ao Moderno, de re-escrita pós-moderna? Para caracterizar os processos recentes de produção cultural e o modo como eles exploram possibilidades de partilha, de apropriação, edição e mistura, Nicolas Bourriaud usava o termo pós-produção. Na contemporaneidade seríamos todos pós-produtores. Lady Gaga é um possível modelo. A produção cultural é, essencialmente, produção de sentido. Processo de puzzling. Recombinamos peças, criando novos nexos, novas lógicas, novas narrativas. Construímos percursos através de múltiplos nós: Lady Gaga, Metrópolis, Vertov, Rodchenko, Archigram, Th. Adorno, Neville Brody, Sagmeister ou Shakespeare, Shakira e um par de botas Doc Martens. O autor é um narrador. A narrativa crescentemente hipertextual. O design contemporâneo é fundamentalmente uma exploração de processos narrativos. *PLI* é uma revista sobre design contemporâneo.



## COLECCIÓN OTOÑO INVIERNO 2014-2015

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. PERÚ

**Chiara Macchiavello Urteaga, Giuliana Macchiavello, Janice Rubini**

Estudio Escudo

[www.escudo.pe](http://www.escudo.pe)

Esta colección conjuga una pasión absoluta por el diseño y la riqueza cultural peruana. Son prendas con alma que nacen de la inspiración de nuestras tradiciones ancestrales, del compromiso con el desarrollo artesanal, del respeto por el arte popular y de la responsabilidad que obliga a la exigencia del detalle.

El sincretismo y el mestizaje laboran los pactos de lo antiguo con lo nuevo: fibras, tejidos, bordados, costuras, elementos y colores que bailan y hablan, que nos acercan a la esencia del pasado y proyectan nuestro futuro.

Reflejan una historia, un pueblo, un sentimiento, una identidad.





## MESA OCD

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. MÉXICO

**Héctor Esrawe, Manuel Baño + equipo**

Estudio Esrawe Studio. 2014

[www.esrawe.com](http://www.esrawe.com)

La mesa *OCD* (*obsessive compulsive disorder*, trastorno obsesivo compulsivo) forma parte de la colección *Host*, una edición limitada de elementos basados en el acto de habitar.

Esta pieza permite inventariar los objetos de uso cotidiano que integran las costumbres y preferencias de cada usuario y que a la vez se vuelven un reflejo de su propia identidad. Está fabricada en latón y en metal con pintura electrostática.

La colección se compone de diez unidades: una prueba de autor terminada en latón y una serie abierta terminada con pintura electrostática.



## LÍNEA ALFABÉTICA / NORMÓGRAFO PARA LADRILLO DE CEMENTO E KIT PROMOCIONAL

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. BRASIL

**Marcia Larica, João Grillo**

Estudio Estação Primeira de Design. 2012

[www.estacaodesign.com.br](http://www.estacaodesign.com.br)

Cliente Terratile

Começamos com um estudo sobre o processo de fabricação de tijolos de cimento, a sua história, aplicações e usos.

Os tijolos de cimento são produzidos de forma sustentável e artesanal há mais de um século.

Tipo de revestimento de piso e parede, muito presente na nossa história, é funcional e decorativo, difere do processo de produção industrial, a interação com a arquitetura e pericia nos locais propostos, com vantagens de revestimentos de durabilidade e sustentabilidade.

A definição de tipografia aplicada aos tijolos enfatiza as características do produto com uma fonte relacionada com a arquitetura que utiliza moldes: Letras normografadas (rotulação mecânica), que foram, por um período, arquitetura tipográfica. Moldes utilizando a técnica de escrita apoia o processo de produção dos tijolos.

O alfabeto foi normografado com tinta no papel, expandido, digitalizado e vetorizado para fazer formas (moldes) de metal para a fabricação de tijolos.

Resgate de produtos e processos com nova linguagem e uso.



## ESTAMPAPAS

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. URUGUAY

**Valentina Barreiro, Mariana Laplume, Lucía Burgueño**

Estudio **Estampapas**. 2014

[www.estampapas.com](http://www.estampapas.com)

Colección de piezas textiles estampadas mediante la técnica de sello con vegetales.

La familia de objetos está formada por almohadones, manteles, posaoobjetos, delantales y contenedores. Todos los productos son estampados y confeccionados artesanalmente en Uruguay con especial cuidado en cada detalle de la realización y en la selección de los materiales. Se utilizan textiles realizados con fibras naturales (lana, algodón y cuero) y descartes de producción textil de alta calidad.

El proyecto nació a mediados de 2012 y desde entonces se han desarrollado productos y planes de diseño bajo esta marca y junto a diseñadores y emprendedores locales y extranjeros como Menini-Nicola, Cuisine Secrete, Manos del Uruguay y Underground Beer Club.

Se han realizado talleres con el objetivo de compartir nuestro proceso de trabajo convocados por el Centro Cultural España en Uruguay en el marco del Mes del Diseño, así como en Argentina invitados por la artista Cecilia Afonso Esteves.

Nuestro trabajo ha sido publicado en diversos medios de Brasil y Uruguay (revistas *Kaza*, *Bla*, *Lento* y diarios *El Observador* y *El País*).



## CONJUNTO NAVE

**FINALISTA** DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. ARGENTINA

**Diana Cabeza**

Estudio **Estudio Cabeza**. 2014

[www.estudiocabeza.com](http://www.estudiocabeza.com)

Conjunto de banco y mesa, ideado a partir de la observación de las vigas curvas laminadas de una casa frente al mar que, a modo de cuadernas, sostenían su cubierta. El conjunto *Nave* se diseñó partiendo del corte longitudinal de las vigas mismas, interviniendo su propia materia prima.

El asiento toma la línea curva de las vigas formando una ostra, un gran contenedor que ofrece descanso envolviendo los cuerpos y favoreciendo la mirada, el encuentro, el diálogo y el relax.

Tanto el banco como la mesa de listones de madera espaciados proyectan sombras filtradas sobre el solado, potenciando la ilusión del verano y aliviando el calor del cuerpo con el viento marino.

Materiales: Madera laminada de *eucaliptus grandi* con adhesivo y terminación especial para exteriores. Patas en acero inoxidable con separadores y regatones en poliamida blanca.



## SIMULADOR 3M UNITEK

**FINALISTA** DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. COLOMBIA

**José Julián Patiño Umaña, Juanita Cruz Cubillos**

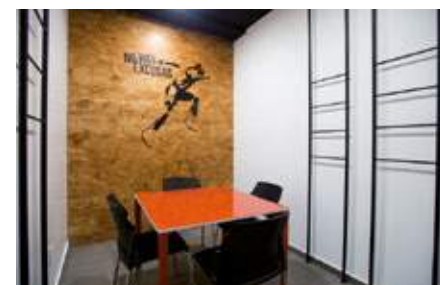
Estudio Estudio Celta Ltda. 2012

[www.estudiocelta.com](http://www.estudiocelta.com)

Cliente **3M Colombia**

Herramienta de venta para los especialistas en ortodoncia que busca crear una experiencia más próxima al producto y los diferentes modelos de *brackets*.

Este proyecto recurrió a una representación estética para ilustrar opciones diferentes del producto y mostrar las características de sus líneas. El simulador ocupa poco espacio, de manera que puede estar al alcance del ortodoncista en su consultorio, reemplaza a los modelos Tipodonto -encías a escala 1:1 con diferentes *brackets* instalados- y puede ser adquirido a un menor costo ya que su proceso de fabricación es más sencillo, económico y rápido. El proyecto propicia una experiencia directa mediante el acercamiento del mismo a la boca del paciente para determinar, en un rango de seis propuestas, su decisión de compra.



## OFICINAS ATLÉTICA

**FINALISTA** DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. MÉXICO

**Claudina Flores**

Estudio Estudio Claudina Flores. 2012

[www.claudinaflores.com](http://www.claudinaflores.com)

Cliente **Atlética**

Proyecto de Interiorismo realizado para empresa mexicana dedicada al diseño y comercialización de ropa deportiva. El proyecto surgió debido a la necesidad de reinventar la identidad de marca a partir de un concepto de diseño innovador en sus oficinas. Para ello se realizó una investigación sobre la cultura del deporte en México. Actualmente existen jóvenes cuya formación deportiva se inicia en las calles, a falta de recursos económicos, campos deportivos y apoyos del Gobierno, que desarrollan su talento mediante esfuerzo y dedicación hasta convertirse en grandes atletas. Es así como se determinó la esencia del proyecto, cambiando las reglas del juego a base de estrategia, entrenamiento y determinación. A lo largo del proyecto se logró comunicar este mensaje con una paleta de texturas y materiales de la escena deportiva, tanto de origen industrial como urbano.

Mejorar el ambiente laboral en la empresa, fomentar el sentido de pertenencia e incrementar la productividad fueron objetivos clave del diseño. El concepto se transmite en elementos de arquitectura, interiorismo y configuración de espacios de forma dinámica y flexible, considerando el trabajo en equipo y la comunicación como eje central del proyecto.





## SISTEMA DE OBJETOS UTILITARIOS (GIROS)

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. CUBA

**Luis Ramírez Jiménez**

Estudio Estudio Dekuba. 2014

[www.dekuba.com](http://www.dekuba.com)

Cliente Fábrica de Porcelanas Sargadelos

[www.sargadelos.com](http://www.sargadelos.com)

Sistema de objetos utilitarios para el hogar fabricados en porcelana blanca esmaltada, material impermeable, resistente a la acción de los ácidos y a las altas temperaturas. No son piezas estáticas sino que interactúan con las personas y su entorno a través del contacto directo o por la acción del viento:

- Soliflor grande, soliflor pequeño y contenedor: El soliflor puede contener una o varias flores naturales proporcionales a su dimensión. El contenedor almacena los accesorios. La forma ancha y cónica en la base de las piezas garantiza una buena estabilidad ante la acción de elementos externos como el contacto y el viento, tendiendo siempre a girar antes que caer.
- Jarra y vasos: La forma ergonómica de estas piezas permite usarlas sin agarraderas. Su base cónica brinda estabilidad y adaptabilidad a diversas áreas y en el caso de las superficies planas incorpora la rotación que sirve para oxigenar el vino sin levantar la pieza.
- Candelabro: Puede sostener una vela en su parte superior y permite almacenar una pequeña cantidad de cera líquida. La forma esférica de su base y el ancho de la pieza le otorgan una estabilidad muy alta.



## CASA GUTIÉRREZ NÁJERA

FINALISTA DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. MÉXICO

**Carlos Torre Hütt**

Estudio Estudio Espacios. 2012

[www.carlostorrehutt.com](http://www.carlostorrehutt.com)

Cliente Consejo Consultivo de Casa Gutiérrez Nájera

*Casa Gutiérrez Nájera* es un espacio dedicado a la difusión y promoción del diseño en todas sus disciplinas. Exposiciones, talleres, charlas y proyecciones son parte del calendario de actividades.

Su objetivo es contar con un espacio en el centro del país que funcione como vínculo entre otros espacios dedicados al diseño en México y el extranjero. Está ubicada estratégicamente en el centro histórico de la ciudad de Querétaro y cuenta con un programa de cuatro exposiciones al año: Diseño, Arquitectura, Colecciones y Colectivo CGN. *Casa Gutiérrez Nájera* representa a diseñadores, arquitectos y creativos de trayectoria y emergentes de diferentes estados, principalmente del centro del país. Fue la primera galería de diseño en abrir tras un periodo de 20 años en el que sólo existía una en la República Mexicana. Asimismo es pionera en la descentralización del diseño en México promoviéndolo en la zona de El Bajío.





## ROTULACIÓN, SEÑALIZACIÓN Y LETRISMO PARA POPULAR CENTER

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. PUERTO RICO

**Alberto Rigau, Alex Martínez**

Estudio Estudio Interlinea. 2012

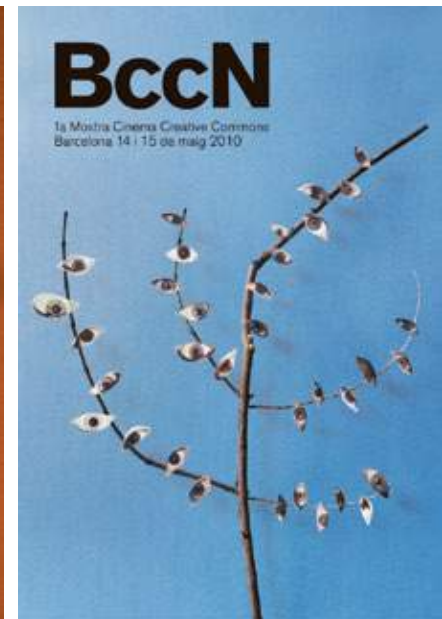
[www.estudiointerlinea.com](http://www.estudiointerlinea.com)

Cliente **Popular Inc**

Popular Inc., propietaria de Banco Popular de Puerto Rico, remodeló su sede principal en San Juan. *Popular Center*, un complejo de tres edificios, alberga las oficinas del banco, renta espacio a otras empresas y tiene un tráfico diario peatonal de más de 2.000 visitantes únicos.

Popular pidió rotular el complejo, sus áreas y servicios y acomodar la señalización de forma que diera sentido al espacio. Existían tres retos principales: un espacio arquitectónico simétrico, múltiples puntos de acceso y una falta de superficie de pared para dar cabida a la señalización. El proyecto se planteó a tres escalas: ciudad, calle y complejo. Para la ciudad se diseñó una tipografía personalizada inspirada en la rotulación de otros edificios históricos del Banco. Para el tráfico de la calle se crearon espacios de tipografía con los colores corporativos para resaltar información y dar un sentido de pertenencia. Para los espacios interiores se diseñaron unas torres triangulares de señalización, cada una con tres superficies, que guían al visitante por la arquitectura mediante la tipografía.

Asimismo, el estudio se responsabilizó del diseño industrial en cemento, aluminio y acero inoxidable y del diseño gráfico de la tipografía.



## COMUNICACIÓN BCCN 2010-2014

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. ESPAÑA

**Javier Jaén**

Estudio Estudio Javier Jaén. 2014

[www.javierjaen.com](http://www.javierjaen.com)

Cliente **BccN**

El festival de cine BccN se ha consolidado como un espacio de referencia mundial para el cine en *creative commons*, aportando novedades y soluciones a los problemas de los derechos de autor en la era digital. Asimismo es el primer festival de cine en el mundo que permite y fomenta su copia en otras ciudades y/o pueblos de otros países mediante la red CCWorld. Todos los contenidos generados por el festival, incluyendo los elementos de comunicación, son licenciados bajo *creative commons*, permitiendo su copia, difusión y remezcla. Durante tres años se ha ido tejiendo una red descentralizada de copias autogestionadas que utilizan el material de BccN, lo readaptan y enriquecen con contenidos propios realizando su festival tanto en grandes ciudades como en pueblos pequeños y comparten de nuevo con los demás festivales ese material. Algunos de los más de treinta Festivales derivados se han realizado en ciudades como Bogotá, Madrid, Huesca, Sevilla, Donosti, Helsinki, Sofía, Buenos Aires, Barranquilla o Santiago de Chile.



## ESTUDIO + SHOWROOM + GALERÍA

DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. ESPAÑA

**Jorge Frías, Irene Zurdo**

Estudio Estudio Ji. 2013

[www.estudioji.com](http://www.estudioji.com)

Espacio reconvertido del casco antiguo de Altea en el que se ha utilizado como único sistema organizador el módulo *Plug* de Estudio Ji, una celosía versátil y móvil que, con los distintos accesorios *enchufados* a ella, organiza y dota de uso a los cuatro espacios proyectados: estudio de arquitectura, taller de joyería, *showroom* y galería de arte.

El módulo *Plug* nace de la investigación de cómo colonizar cualquier espacio en el que vamos a desarrollar una actividad durante un periodo de tiempo indeterminado. Es una pieza modular y móvil de 190x90 cm con varios accesorios diseñados y adaptados a su sistema de anclaje: *stick*, *table*, *chair*, *hung*, etc.

Inspirado en los tradicionales biombos divisorios de espacios, *Plug* es una celosía de piezas seriadas verticales las cuales sirven de soportes y anclajes de los distintos accesorios. Puede funcionar individualmente o en grupos. Pequeños complementos puntuales se encajan por deslizamiento entre la celosía, generando todos los usos que se necesiten.

En este proyecto en Altea, considerado como un espacio efímero, se han utilizado un total de 12 módulos, adaptando distintos grupos para resolver cada una de las necesidades que se requerían: almacenaje, exposición, privacidad, velado, escaparate y reclamo.



## PULSERA PIVOTE (PIVOT BANGLE)

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. PUERTO RICO

**Iris Ledesma**

Estudio estudio-iris. 2013

[www.estudio-iris.com](http://www.estudio-iris.com)

El significado de *frontera* podría ser el límite exterior de algo, una barrera, la delineación o demarcación de un espacio que divide una entidad de otra.

En este caso, el objeto fue inspirado por puertas y el herraje simboliza las barreras con las que nos enfrentamos a diario y con las que tenemos que lidiar. La frontera indica que hay algo más escondido detrás de esa línea imaginaria que necesita ser cruzada para lograr nuevas y desconocidas experiencias.

Se trata de un objeto para ser usado, una pieza de joyería que sugiere una transformación circular de metales que marcan el contorno. La transformación ocurre cuando las líneas circulares del objeto se mueven a la vez que el brazo humano. El movimiento se alcanza cuando los puntos pivotaes y el herraje se unen y crean las divisiones de cada línea circular. Los límites o demarcaciones se aprecian cuando están de forma paralela uno y otro o cuando están en movimiento que los desplaza y separa, logrando una barrera transparente que aparece al exhibirlo en el brazo.



## SEÑALES Y ANOMALÍAS

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. NICARAGUA

**Fernando Alemán Malespín**

Estudio Estudios Corporativos. 2012

Proyecto cuyo discurso se centra en el concept del orden y los sistemas, apoyado por EspIRA (Espacio para la Investigación y la Reflexión Artística) como parte de la estadía como estudiante del autor en dicha Institución simultáneamente a su formación como Diseñador Gráfico en la Universidad Politécnica de Nicaragua.

En este proyecto se utiliza el diseño tipográfico como pretexto para crear piezas de naturaleza ambigua. En principio debe comprenderse como un proceso. Surge de sintetizar al máximo posible las composiciones jugando con distintos aspectos formales como el color, la textura, la figura y el fondo. El resultado es una figura que parece un diseño tipográfico análogo a los sistemas de comunicación codificados, como el alfabeto por ejemplo. Al sofisticar dichas estructuras, el hallazgo es una serie de enigmáticas figuras, cuyo título posiblemente les dé sentido de significación, que al interactuar con el espacio crean la fricción necesaria para subvertir el formato de la pintura. La anomalía aparece por añadidura, pues al poner *signos* no convencionales se subvierte el plan del sistema de señalización vial de ejercer el control.



## SKOL DESIGN

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. BRASIL

**Bruno Oppido, Eduardo Lima, Romero Cavalcanti, João Linneu, Fabio Fernandes**

Estudio F/Nazca Saatchi & Saatchi

[www.fnazca.com.br](http://www.fnazca.com.br)

Cliente Ambev (Skol)

A cerveza Skol, líder no mercado brasileiro e sempre pioneira no lançamento de embalagens, saiu atrasada quando decidiu lançar sua garrafa de alumínio, já que as suas concorrentes premium já comercializavam essa embalagem no Brasil. Ao invés de uma campanha sobre as garrafas, criamos um produto em torno dela, fazendo os consumidores continuarem interagindo com as embalagens após o consumo. Skol Design é a primeira linha de garrafas de alumínio que se transformam em objetos e utensílios para a casa. Diferentes estampas e cinco kits para los consumidores montarem luminária, relógio, galheteiro, castiçais e vaso com as garrafas vazias. 2,5 milhões de garrafas de alumínio foram vendidas. Os kits, que eram apenas uma estratégia de ativação, geraram um lucro de US\$ 1.3 milhão para o anunciante. Mais de 60 mil kits foram vendidos (60% comprou mais de um). Nas rede sociais, 90% dos comentários eram positivos, um recorde para Skol, e o e-commerce registrou uma taxa de conversão de vendas de 7%, quando a média no Brasil é de 1,5%.





## LAS LEGRÁN

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. ARGENTINA

**Ignacio Fabio**

Estudio Fabio. 2012

[www.fabioobjetos.com.ar](http://www.fabioobjetos.com.ar)

Serie de lámparas estilo imperio hechas enteramente con rosarios de plástico.

El proyecto se basa en la idea de tomar elementos familiares y conocidos y presentarlos de un modo diferente, alterando contexto y significado para generar nuevas lecturas. Es una búsqueda sobre cómo reinterpretamos los símbolos y cómo interactúan en el ambiente doméstico, cuestiona la idea de lujo y explora la relación entre arte y diseño.

La forma de cada componente de la serie proviene de experimentar con los rosarios: agruparlos, cortarlos, ver cómo se comportan con la gravedad y cómo lo hacen con la luz y la proyección de sombras.

Se desarrolló un sistema de cortes láser en acrílico que permitió posicionar cada pieza en su lugar sin necesidad de elementos estructurales que las vinculen.

Los artefactos eléctricos de toda la serie son productos estándar.

La familia de productos está compuesta por 5 lámparas: *Mirta*, *Goldi* y *Marcelita*, lámparas colgantes de techo, *Juanita*, velador de mesa, y *Danielito*, aplique de pared.



## TAVOLA ARCAICA

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. ESPAÑA

**Fabio Molinas**

Estudio Fabio Molinas. 2012

[www.fabiomolinas.com](http://www.fabiomolinas.com)

*Tavola Arcaica* es una pieza conceptual, una reflexión, algo intangible que se materializa en un objeto. Se basa en la capacidad para construir un vínculo emocional entre las personas y los alimentos a través de los objetos cotidianos, una relación que va más allá de su uso. Es una reinterpretación de herramientas prehistóricas que han sido adaptadas para satisfacer al hombre moderno: una vajilla ergonómica diseñada para ser utilizada de la misma forma que nuestros antepasados hacían con sus utensilios, creando así una conexión más cercana entre persona y comida.

Las herramientas de piedra, como cuchillos, contenedores, cucharas, entre otros, pueden considerarse el primer diseño de producto de la historia. Una evolución sofisticada de buenos hábitos llevó a la utilización de estos elementos de la forma en la que estamos acostumbrados a concebir; pero las necesidades no han cambiado desde entonces, solo siguen un protocolo impuesto por la sociedad occidental. Estos conceptos preformados provocaron una falta del vínculo primario entre las personas y lo que comen, dando lugar a una pequeña barrera de comunicación que trata de salvar este proyecto.





## KUMMI EL GUARDIÁN DE GALLETAS

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. PANAMÁ

**Ana Pereda, Mario Castrellon, Juan Rivera, Arturo de la Guardia, Ángel Alvarado, Miguel Saravia**

[www.anapereda.com](http://www.anapereda.com)

Estudio **Fábrica de Malvaviscos**. 2013

El jarrón de galletas presentado es una pieza artesanal en cerámica blanca creada por manos panameñas. El jarrón es un personaje de Fábrica de Malvaviscos llamado *Kummi*, *El Guardián de Galletas*, que viene repleto de las deliciosas galletas de chocolate chip creadas por el reconocido chef panameño Mario Castrellón.

*Kummi* fue dibujado, modelado en 3D e impreso con tecnología 3D. Con este prototipo se creó el molde para desarrollar el producto final en cerámica.

Según su lema promocional: *Kummi es nuestro guardián especial de galletas. Hay un mágico poder en las galletas que nos hace sonreír y el único que puede mantener fresca esa alegría en cada mordisco es ¡Kummi! ¡Asegúrate de seguir alimentándolo con las deliciosas galletas y sigue sonriendo!*



## SUPERMERCADO ÉTNICO TURÍSTICO EL VERGEL

DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. CHILE

**Susana Andrea Herrera Quezada, Cecilia Figueroa, Rodrigo Troncoso**

Estudio **Factoria Ltda.** 2012

[www.factoria.cl](http://www.factoria.cl)

Cliente **Sociedad Com. El Vergel Ltda**

Apuesta inédita que busca instalar un nuevo concepto de comercialización justa en el sur de Chile. *El Vergel* es un supermercado que vincula interculturalidad y turismo a través de diversos productos en un espacio único en cuanto a realización. Su diseño integral busca consolidarse como una plataforma de promoción de productos locales que rompa con el concepto convencional de este tipo de comercios pues incorpora a su gestión el respeto por las culturas originarias, sus tradiciones, patrimonio culinario y cultural. En su diseño coexisten iconografías mapuches y coloniales con colores y formas identitarias para la colocación de productos autóctonos como digüñes, changles, papas exóticas y otros con gran potencial gourmet, por lo que se convierte en un punto de encuentro entre productores.

*El Vergel* es una fiesta que celebra las costumbres de nuestras etnias y una revalorización del comercio local. En su puesta en marcha trabajaron diversos artesanos locales, muchos de ellos mapuches, que hicieron los canastos de fibra vegetal y muebles laminados, y cocineros locales cuyas recetas se incorporaron al interiorismo y gráfica, con materiales del territorio local.



## CATÁLOGO FERNANDO TÁVORA MODERNIDADE PERMANENTE

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. PORTUGAL

**Ferrand, Bicker & Associados, João Bicker, Daniel Santos, Hugo Pinheiro**

Estudio FBA - Ferrand, Bicker & Associados, Lda. 2012

[www.fba.pt](http://www.fba.pt)

Cliente Casa da Arquitetura

O livro *Fernando Távora - Modernidade Permanente* é o catálogo da exposição com o mesmo nome realizada para o evento Guimarães Capital da Cultura, em exibição na Escola de Arquitectura, um edifício projectado por ele próprio, na cidade de Guimarães (Norte Portugal). Publicação bilingue, que revela, para além dos seus projectos de arquitectura, aspectos mais pessoais da vida e da obra do arquitecto Fernando Távora: originais de desenhos, esboços em suportes acidentais, apontamentos, fotografias e notas de viagem daquele que é considerado o pioneiro da arquitectura modernista em Portugal. O livro tomou características gráficas e físicas de acordo com o seu propósito e conteúdo. Para ele foi criada uma fonte tipográfica de letras capitulares de caracteres de génese modernista (variantes: regular, inline e ligaduras) desenhados com base numa grelha e num punhado de letras deixadas em estudos pelo próprio arquitecto. O livro está organizado em duas partes assinaladas pela utilização de papeis diferentes. A primeira alberga textos de autores conhecedores da obra de Fernando Távora; a segunda, apresenta imagens e textos dos projectos de arquitectura, fotografias e notas de viagem.



## O JARDIM RETRÔ FUTURISTA

**FINALISTA** DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. BRASIL

**Fernanda Yamamoto**

Estudio Fernanda Yamamoto. 2013

[www.fernandayamamoto.com.br](http://www.fernandayamamoto.com.br)

Para seu verão 2014, a inspiração de Fernanda Yamamoto veio de dentro de casa. Elementos da cozinha ganham formas na coleção. A dona de casa dos anos 50 surge numa releitura mais moderna pelo olhar da estilista. Os florais de toalhas de mesa aparecem ao lado das tradicionais estampas para casa de poá e xadrezes, todos com ares mais modernos. Pela primeira vez, Fernanda inclui paetês em suas criações. O material chega com formatos, tamanhos e tons variados em vestidos, saias e casacos. Pequenas flores de plásticos e couro sob os tecidos conferem um toque kitsch couture às peças, reforçando a vocação da estilista por um minucioso trabalho de bordados. Nas formas, Fernanda traz variações do avental, que aparece estilizado e se integra às peças em diferentes proporções. Entre os materiais, destaque para os jacquards, mais leves nesta temporada, as organzas, o linho e os couros. O processo manual em alguns tecidos continua neste verão. Desta vez, a brincadeira está na organza plastificada e na tela antiderrapante —aquela utilizada embaixo dos tapetes de cozinha— que serve de forro para as transparências.





## PROYECTO DE COMUNICACIÓN DIGITAL UNC

DISEÑO DIGITAL. COLOMBIA

**Emilio Jiménez, Jaime Franky, Martha Chávez, Pedro Valero, Miler Moreno, Javier Morales, Mauricio Salcedo, César Puertas**

Estudio Fivelines - Unimédios. 2014

www.fivelines.es

Cliente Universidad Nacional de Colombia.

El origen de este proyecto fue mejorar la presencia en la web de la Universidad Nacional de Colombia. Para ello, se desarrolló la arquitectura de la información desde el enfoque del diseño centrado en el usuario, dando coherencia a las diferentes sedes, a las dependencias y, sobre todo, a los contenidos de la Universidad. De esta manera se creó una estructura general sobre la cual se construyó tanto el aspecto gráfico del nuevo sitio como las directrices y estrategias que lo soportan.

Con esta estructura y contando con un equipo interdisciplinario de profesionales, se consiguió crear una línea gráfica basada en formas simples, con iconos lineales y geometrías con colores planos que se alejan de los efectos y las texturas, dando paso a las transparencias que dejan entrever fotografías capturadas con mucho sentido y filosofía de comunicación. Todo lo anterior fue complementado con una familia tipográfica propia, Ancizar, diseñada especialmente para la institución.

El diseño estratégico y la usabilidad han dado a este conjunto de elementos visuales el sentido necesario para transmitir los mensajes de una institución sabia, culta, autónoma, responsable e innovadora.



## MENSALÃO - HORA DO JULGAMENTO

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. BRASIL

**Fabio Marra, Mario Kanno, Simon Ducroquet, Marcelo Pliger, Ricardo Balthazar, Ricardo Mendonça**

Estúdio Folha de S.Paulo. 2012

Caderno especial, com grande enfoque visual, sobre o momento em que o Supremo Tribunal Federal começou a julgar o escândalo de corrupção governamental, envolvendo a compra de votos de parlamentares, revelado em 2005.



## CARTERITA ARO

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. BOLIVIA

**María Isabel Álvarez Inchausti**

Estudio Folk (de los pueblos). 2012

[www.folkdelospueblos.com](http://www.folkdelospueblos.com)

La *Carterita Aro* no es sólo un bolso, expresa la vibración de un pueblo, desde el aguayo (prenda usada por las mujeres indígenas) que relata la vida de una persona o comunidad y la visión del mundo que le rodea hasta el cuero vegetal que busca la conservación de ese mundo. Con un diseño simple que refleja la modernidad en que vivimos hoy (rectángulo) y la conciencia de que todos somos uno (círculo metálico) esta fusión nos arraiga y nos vuelve a enamorar de esos textos tan ricos escritos por mujeres con vivencias no tan ajenas a las del resto del género femenino. Está elaborada por jóvenes estudiantes de carreras técnicas y universitarias que trabajan para poder costearse los estudios.

El mérito de *Carterita Aro* es ser una reinterpretación de dos mundos: nuestra raíz y nuestra modernidad.

Materiales usados: aguayo tejido a mano, en lana de oveja de torcelado manual por tejedoras de zonas rurales de La Paz y Oruro; cuero de llama curtido al vegetal (libre de cromo y mercurio); aro de metal cromado lateral marca de peltre libre de plomo.



## LA ALDEA QUE FUE SEPULTADA POR UN VOLCÁN EN ERUPCIÓN, INTERVENCIÓN A MUSEO Y LIBRO PARA NIÑOS

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. EL SALVADOR

**Frida Larios, Andreas Pohancenik**

Estudio Frida Larios. 2014

[www.fridalarios.com](http://www.fridalarios.com)

Cliente Secretaría de Cultura de la Presidencia de El Salvador

Hace veinte años, el sitio arqueológico maya de Joya de Cerén fue nombrado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO por la preservación única en ceniza volcánica de su ambiente construido, tecnología de siembra y artefactos durante 1.400 años. En conmemoración, Frida Larios fue comisionada para intervenir la superficie exterior del museo utilizando 18 pictoglifos© de su proyecto: Nuevo Lenguaje Maya. El sistema único de Larios, es un rediseño y recomposición de ciertos logogramas mayas para uso contemporáneo.

El libro trilingüe (inglés, español y Nuevo Lenguaje [Visual] Maya) *La Aldea que fue Sepultada por un Volcán en Erupción* fue publicado por la Secretaría de Cultura de la Presidencia de El Salvador en paralelo a la intervención y complementa la experiencia educativa de las paredes del museo en las páginas de un libro para niños que relata la verdadera historia de la comunidad indígena maya que habitó en Joya de Cerén, sepultada y preservada por la ceniza volcánica.

Escrito e ilustrado por Larios, abre con un prólogo del arqueólogo Dr. Payson Sheetse e incluye el diseño infográfico colaborativo de Andreas Pohancenik.





## LANAS DE MISIONES

**FINALISTA** DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. ARGENTINA

**Lanas de Misiones: Miryam Millan, Gisele Sero + 12 artesanas**

Estudio Fundación Artesanías Misioneras. 2012

[www.famercosur.com.ar](http://www.famercosur.com.ar)

Miryam Millan y Gisele Sero, al conocer la existencia de ovejas en la Provincia de Misiones y constatar que los vellones son desechados en su totalidad, investigaron las propiedades de las fibras, resultando aptas para la elaboración de hilados y/o fieltro. Después de recorrer la región, elevan el *Proyecto Lanas de Misiones* a la Fundación Artesanías Misioneras que, a través de fondos del Consejo Federal de Inversiones, acompaña desde los inicios su desarrollo.

El objetivo es contribuir a la independencia económica e inclusión social de la mujer rural, utilizando las fibras de la ganadería ovina existente para la generación de producción lanar a través del uso de técnicas artesanales. Asimismo, se potencia el desarrollo de diseños que recuperen y/o fortalezcan aspectos culturales significativos de la identidad regional. El proyecto es sustentable pues cuida el medio ambiente, dando utilidad a la lana que se descartaba como residuo, y genera ingresos complementarios para las mujeres rurales. Las capacitaciones y producción se iniciaron en el año 2011 en las localidades de Fachinal y Profundidad, pueblos pequeños de unos 500 habitantes.



## FESTIVAL DE LAS CAMPANAS

DISEÑO DE SERVICIOS. GUATEMALA

**Francisco Javier Donis Guerrero, Fundación ProDesarrolloPro**

Estudio Fundación ProDesarrolloPro. 2014

[www.festival.prodesarrollopro.org](http://www.festival.prodesarrollopro.org)

Proyecto sostenible concebido en su totalidad por su autor como el evento de marketing social que potencie una serie de actividades y anuncie la instauración de centros permanentes de capacitación (bajo costo en sectores de pobreza), otros de proyección alternativa (cine y TV comunitarios) y el lanzamiento y divulgación de proyectos y artistas nacionales emergentes y locales. Se trata de un festival donde convergen cineastas, actores de teatro y cine, artistas contemporáneos de plástica, fotografía, música, poesía, letras, etc.

En Guatemala se carece de actividades culturales y espacios de divulgación y fomento comunitarios. En su mayoría los eventos van destinados a las áreas urbanas del interior del país. Este Festival está diseñado para funcionar de modo itinerante en mancomunidades (conformadas por 12 comunidades). La Fundación solicita capital semilla para equipar a los comités culturales, cívicos y sociales, que demuestran que han trabajado *ad honorem* o con presupuestos muy limitados y están convencidos de que la solución es la educación; con metodología académica basada en educación alternativa, *mobile learning* y *edutainment* se consigue romper barreras como el analfabetismo.



## PASBLUE. SISTEMA DE AVISO ACÚSTICO PARA SEMÁFOROS PEATONALES

FINALISTA DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. ESPAÑA

**Andrés Urseguia Balbuena, Juan Carlos Bravo Rendo**

Estudio Fundosa Accesibilidad. 2014

[www.vialibre.es](http://www.vialibre.es)

Cliente **Ayuntamientos**

Sistema de aviso acústico para semáforos peatonales.

*Pasblue* es un sistema de leds inteligente que integra las funciones luminosas y acústicas, activándose estas últimas sólo cuando el usuario con discapacidad visual lo requiere. Debido a sus prestaciones se integra perfectamente en el tipo de servicios de una *smartcity*. Los actuales avances tecnológicos, junto con la experiencia de los diseñadores, permiten presentar esta línea radicalmente novedosa a nivel mundial en señalización acústica para semáforos peatonales.

El producto se presenta como una óptica led en formato 200 con la figura del peatón verde e incorporando los elementos acústicos totalmente integrados dentro de la propia óptica, formando ambos sistemas un único conjunto. Por ello, su instalación es tan sencilla como lo es la de una óptica de este tipo. Dispone de leds de 5 mm de alta luminosidad y bajo consumo y envolvente externa diseñada contra la humedad y el polvo con IP65.



## INDEPENDIENTE

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. MÉXICO

**Vicky González, Iván García**

Estudio Futura. 2013

[www.mfutura.mx/el-estudio](http://www.mfutura.mx/el-estudio)

*Independiente* es un proyecto experimental sin cliente. El libro es una recopilación de escritos y fotografías personales, un ejercicio de catarsis dividido en dos partes, la primera escrita por Vicky González y la segunda por Iván García, socios fundadores de Futura. El diseño editorial es una de sus mayores pasiones, pero el hecho de poder escribir y compartir algo tan personal es lo que hizo que este proyecto fuera difícil y a la vez emocionante. El empaque se realizó con materiales 100% biodegradables, ya que una de las ideas centrales era que fuera reusable convirtiéndose en una maceta.

El libro despertó sentimientos encontrados en las personas que se sintieron identificadas con los textos y las fotos. Con el empaque se logró la experiencia de sorpresa y la satisfacción de crear un objeto reusable y funcional cuyo objetivo ulterior no es solo decorar sino crear vida.



## GERD LEUFERT, VISIBILIA

DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. VENEZUELA

**Juan Carlos Darías, Alexander Morey, David Bezara, Domingo Villaba, Yessica Silvio**

Estudio Galería Venezolana de Diseño/Instituto de Diseño Darías. 2014

*Gerd Leufert, Visibilia* es un proyecto integral de investigación, curaduría, diseño, educación y rescate patrimonial de la memoria visual de Venezuela, llevado a cabo por la Galería Venezolana de Diseño y emprendido con el apoyo logístico del Instituto de Diseño Darías.

Este proyecto fue posible, en primer término, gracias a la reconstrucción digital de las 73 marcas que ideó entre los años 40 y primera mitad de los 60 del pasado siglo el pionero del diseño de origen alemán Gerd Leufert. Dichas marcas fueron seleccionadas tanto para el libro *Visibilia*, diseñado por Larry June, como para la muestra presentada originalmente en 1966 en el Museo de Bellas Artes de Caracas con el mismo nombre.

Además, dentro del contexto de este proyecto fue diseñada una identidad que homenajeó gráficamente en sus 100 años al gran diseñador germano-venezolano.

En lo museográfico se ideó una exposición en la que se presentaron las diferentes marcas que constituyen *Visibilia* de forma didáctica y original, rotuladas unas veces a mano y otras en vinilo pero siempre sobre pared; asimismo se redactó un texto de investigación.



## LABERINTOS DEL CORAZÓN

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. MÉXICO

**Geraldina Herrera Vega**

Estudio Mackech. 2013

Cliente Mackech

[www.mackech.com](http://www.mackech.com)

Gargantilla rígida de plata 925 calada a mano, con pulido/mate con rodio e inspirada en el amor de la princesa Cuzan y el guerrero Mackech, cuyas almas quedaron atrapadas jurando para siempre no olvidarse jamás.





## X-AIR CHALLENGE

DISEÑO DIGITAL. COSTA RICA

**Manuel Canales, Marco Hernández, José Murillo, Edgar Fonseca**

Estudio GN Medios. 2013

[www.canalesgraphics.com](http://www.canalesgraphics.com)

Cliente Periódico deportivo Al Día

*Tinta Fresca* es la sección de artículos de opinión de la revista dominical del periódico La Nación, donde se incluyen ilustraciones que pretenden reforzar de forma conceptual las notas de cada edición. Las ilustraciones se elaboran con técnicas mixtas que combinan el grafito y la pintura digital y el formato de cada propuesta varía de acuerdo al concepto.



## PROGRAMA DE LAS CEBRAS EDUCADORES URBANOS Y VOLUNTARIADO

DISEÑO DE SERVICIOS. BOLIVIA

**Evelyn Khatia Salazar Peredo, Susana Vanessa Peñaloza Palomeque**  
Estudio Gobierno Autónomo Municipal de La Paz. 2013

Las *Cebbras de La Paz*, un programa de voluntariado impulsado por el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, apuesta desde hace trece años por los jóvenes para desarrollar una educación ciudadana orientada a entender a la ciudad como una casa y a vivirla con responsabilidad.

Las etapas de la experiencia *Cebra* han generado una filosofía que identifica su acción: disfrutar con lo que se hace, tocar la emotividad de las personas, reflexionar con la gente, priorizar a los niños como protagonistas de la construcción de ciudad, educar con amor y, principalmente, ser capaces de ponerse en el lugar de los demás.

Este programa tiene como pilar la formación de los jóvenes en lo personal, académico y humano, generando una experiencia que fortalece la vivencia de principios como el compañerismo, lealtad y honestidad. La cohesión de los jóvenes *Cebra* y su ininterrumpida acción han logrado que la ciudadanía los reconozca como protagonistas del cambio social y como la imagen amable de la ciudad.





## DIALOGUE / YOU CAN JAPAN

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. VENEZUELA

**Rubén Dario Moreno Aldana**

Estudio **grangris**. 2012

[www.grangris.com](http://www.grangris.com)

Cliente **Social Design Poster Association, Green+You, Non Profit Organization**

Cartel diseñado en base a las relaciones de complementación que se establecen en la práctica del diálogo. Abordamiento del diálogo como poderosa herramienta de encuentro y solución de conflictos.



## ÉTICA

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. VENEZUELA

**Diana Carolina Piña Durán**

Estudio Grupo Elite Textil Century, CA 2014

El presente proyecto está fundamentado en la temática conservacionista y sustentable. Inspirada en la problemática ambiental y situación actual económica de Venezuela, surge la necesidad de aplicar la inventiva y la creatividad para la confección de prendas de vestir. El *upcycling* se muestra como uno de los procesos alternativos más eficaces a la hora de hablar de moda ecológica o moda verde: consiste de darle una segunda vida al material en desuso o descartado. En el ámbito textil se define como el rediseño, deconstrucción y posterior confección de prendas en las que se ensambla todo material descartado como excedentes de corte, materiales de desecho, cortes defectuosos o prendas viejas pero que mantienen vida y valor.

Todo esto permite fabricar prendas de vestir de gran belleza que portan en sí mismas dos factores de sustentabilidad: el no consumo de nuevo material que generaría más contaminación y la reducción del desecho. *Ética* como marca y proyecto nace para dar una respuesta certera que demuestra que bellas piezas pueden ser creadas a partir del reuso. Así mismo responde a ciertos aspectos económicos de la actualidad venezolana.



## PORTAL WEB PARA LA ASOCIACIÓN CIVIL BANCO DEL LIBRO

DISEÑO DIGITAL. VENEZUELA

**Freddy Polanía**

Estudio **Grupo Novanet CA.** 2013

[www.gruponovanet.com.ve](http://www.gruponovanet.com.ve)

Cliente **Asociación Civil Banco del Libro**

El concepto para el diseño del *layout* debía estar estrechamente relacionado con las formas que dibuja el logotipo en la identidad gráfica del cliente; a partir de esto se estableció la disposición entre los diferentes elementos que componen el diseño. A su vez se buscó hacer la navegación del sitio web de tal forma que invitara tanto a niños como jóvenes y adultos a interesarse en las actividades que desarrolla el Banco del Libro.

Con todo ello en mente, se diseñó y desarrolló una animación en la página de inicio que presenta el logo y una barra de navegación que responden a la interacción del visitante de la página. Los elementos de los vínculos internos presentan una disposición que mantiene el mismo concepto de menú animado más contenido generado por un administrador a través de un gestor de contenido. La implementación gráfica se realizó en html/css, animaciones en Adobe Flash y el CMS de código abierto utilizado es SilverStripe v2.4.5 (php,mysql), aplicado conjuntamente a la instalación y desarrollo gráfico de los módulos de Noticias y Galería de Imágenes.



## SISTEMA DE COMUNICACIÓN VISUAL Y SEÑALÉTICA

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. CHILE

**Jose Luis Bayer Ríos, Rodrigo Stierling, Tomás Gottlieb,  
Carla Delgado, Carlos Brocco**

Estudio **Grupo Oxígeno.** 2014

[www.grupoxigeno.cl](http://www.grupoxigeno.cl)

Cliente **Grupo Nuestros Parques**

El Cementerio Parque Santiago tiene un área de 260.000 m<sup>2</sup>. Su público es mayoritariamente de nivel socioeconómico medio bajo.

Ir a ver a un pariente o amigo enterrado es un evento estresante. Llegar a verlo, a visitarlo y que su búsqueda sea tan difícil, aumenta el estrés del acto. Se pidió a Grupo Oxígeno solucionar la orientación de los visitantes de Cementerio Parque Santiago.

Para ello, la propuesta fue ir más allá de una simple guía visual de orientación: se decidió elaborar un sistema para encontrar las sepulturas de los seres queridos que descansan en el cementerio.

Se creó un sistema comunicativo basado en un código entregado en la entrada (un número que está impreso en cada sepultura). Mediante este número el visitante se orienta fácilmente a través de los sectores y zonas para encontrar a su ser querido. El sistema es eficiente, funcional, perdurable y amigable con el entorno.

Para la orientación visual se diseñó un sistema, basado en el uso del color, con iconos de hitos internos y mapas. Como soportes se instalaron estructuras en hormigón y láminas de metal con mapas de orientación.



## LIMONADA LOVELEMON

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. CHILE

**Jose Luis Bayer Ríos, Hernán DePol, Chantal Soulodre, Bernardita Ojeda**

Estudio Grupo Oxígeno. 2013

[www.grupoxigeno.cl](http://www.grupoxigeno.cl)

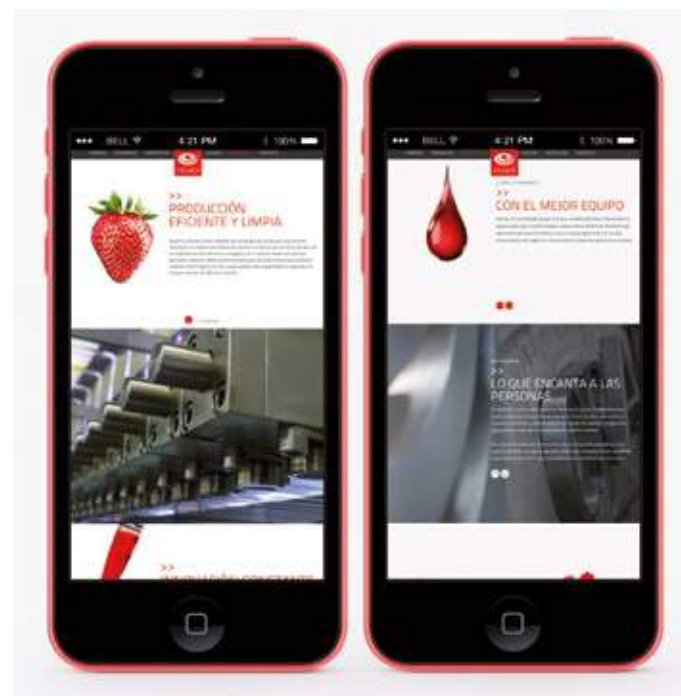
Cliente Soul Ltda.

*Lovemon* es un proyecto microempresarial.

Nace de la idea de poner en el mercado chileno una bebida distinta a las existentes, algo verdaderamente refrescante y natural: una limonada.

Como nuevo emprendimiento, el proyecto se enfrentaba a limitaciones económicas, desde la producción en sí hasta la necesidad de diseñar una botella distinta y única. Por ello, y asumiendo que la botella no sería fabricada *ex profeso* sino adquirida entre lo poco que ofrece el mercado, al diseñar la marca se potenció la imagen y etiqueta creando un nombre y una identidad distintiva con una imagen lúdica, divertida, entretenida y con cierta dosis de sentido del humor para este producto orientado a un público joven.

La botella resultó ganadora de un premio Selección Clap 2013 y finalista del Premio Chile Diseño 2013 en la categoría *packaging* masivo.



## SITIO WEB CORPORATIVO DE CRAMER LATAM

DISEÑO DIGITAL. CHILE

**Juan Figueras Maldonado, Francisco Cabezas Moreno, Jose Luis Bayer**

Estudio Grupo Oxígeno. 2013

[www.grupoxigeno.cl](http://www.grupoxigeno.cl)

Cliente Cramer Latam

Cramer es una empresa dedicada a la creación de fragancias y sabores para grandes empresas de alimentos y aromas de Latinoamérica. Para este cliente el estudio creó una nueva propuesta de valor y una nueva identidad (sin tocar su logotipo).

El encargo era desarrollar un sitio web que los diferenciara de su competencia chilena e internacional. Así es como se creó un sitio, muy limpio, de fácil navegación, pero a la vez muy dinámico, de navegación vertical, realizado en HTML5 para que pueda ser visto sin dificultad en todos los formatos. Se diseñó un lenguaje muy visual lleno de imágenes, innovador dentro de su categoría, dónde a través de manos que se unen a los productos se va armando la idea de cada producto o servicio. Se generó también un nuevo lenguaje textual, más cercano y simple y menos técnico.





## 593 HOSTEL BOUTIQUE

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. ECUADOR

**Esteban Lalama, Edytha Lalama, Santiago Coronel, Esther Serrano**

Estudio Grupo Turé. 2014

[www.grupoture.com](http://www.grupoture.com)

Ciente 593 Hostel Boutique

La marca 593 Hostel Boutique entra a competir en un mercado en crecimiento en el Ecuador, el turismo. Por ello se creó un identificador que resaltara por su claridad, ecuatorianidad y sencillez. El logotipo utiliza una tipografía que evoca el uso de chapas metálicas para la nomenclatura de las casas, rasgo muy característico del casco histórico de Quito. La gráfica del entorno está inspirada en las máscaras de Tigua, región de pequeñas comunidades agrícolas en la provincia de Cotopaxi. Los artistas de Tigua son reconocidos por sus vistosas pinturas; reflejan historias, leyendas y festivales de un pueblo cuyas tradiciones datan de tiempos precolombinos. Se identificaron las cuatro regiones del Ecuador mediante la abstracción de las máscaras; así, cada uno de los animales representa una zona específica: Sierra: búho, Costa: mono, Oriente: jaguar, Galápagos: iguana. El bar/restaurante está inspirado en la famosa y reconocida Diablada ecuatoriana. El público objetivo del proyecto son mochileros de entre 18 y 25 años que buscan comodidad, seguridad, ambiente y buen precio.



## METAL JUNK

DISEÑO DIGITAL. MÉXICO

**Grupo W**

Estudio Grupo W. 2012

[www.bit.ly/UCntmt](http://www.bit.ly/UCntmt)

*Metal Junk* es un juego de aventura desarrollado para iPad 2 por Grupo W para promover el área de desarrollo interna de aplicaciones móviles. La campaña promocional comprende cuatro piezas: un app descargable en AppStore, un micrositio, el *making off* y el trailer oficial del juego.

La historia del juego comienza en una fábrica de robots inteligentes, en donde Ascii, el robot, cometió el error de ser diferente y por ello tendrá que esquivar una serie de peligros para no convertirse en metal fundido. *Metal Junk* pone a prueba las habilidades del usuario, correr, sacudir, limpiar, disparar y destruir, para ayudar a Ascii a escapar de su destrucción.





## CAJA DE SELLOS (REGALO DE REYES 2012)

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. REPÚBLICA DOMINICANA

**Keith Thomas, Maxim Olivares**

Estudio Grupo Diseño República. 2012

[www.republica.com.do](http://www.republica.com.do)

Este desarrollo forma parte de un proyecto macro que el estudio lleva 10 años realizando. Cada Navidad envían regalos a sus relacionados para el día de Reyes, siempre hechos por ellos mismos y que sean útiles en una oficina.

En 2011 produjeron una caja de sellos para que circulara el 6 de enero del 2012. Todos sus clientes recibieron esa mañana la caja con un *tag* que decía *te dejaron los Reyes*.



## ALLI VE!

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. EL SALVADOR

**Hugo Antonio Zambrana Velásquez, Álvaro Ernesto Guatemala Funes**

Estudio Guaza. 2013

[www.guazastudio.com](http://www.guazastudio.com)

Cliente **Janimala**

Proyecto gráfico desarrollado para Janimala, marca nacional que busca resaltar la idiosincrasia de la población de El Salvador. Hace énfasis en ciertas costumbres populares de la gente del país, como el señalar un objeto utilizando los labios en forma de puntero, semejando un beso, precedido de la frase *allí ve!* Lo curioso de este gesto es el hecho de que, en ocasiones, la persona puede tener las manos libres para señalar y, sin embargo, recurre a hacerlo con los labios.

Por otra parte, en el diseño se resalta el trabajo informal representado en las frases de vehículos que venden frutas o verduras a domicilio por las colonias con un repertorio muy particular. Esta marca se comercializa en tiendas de diseño del país.



## GUISHEM

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. GUATEMALA

**GUISHEM**

[www.guishem.com](http://www.guishem.com)

Estudio **Guillermo Jop Zimeri**. 2014

La inspiración de la colección SS2015 está tomada principalmente del entorno retro-moderno mediante la mezcla del sello de la marca, los superhéroes, con la arquitectura.

Se utilizaron telas lisas con colores como el *periwinkle*, crema, turquesa, azul royal y negro. También se han usado diseños geométricos de *jacquard* y *tweeds*. Asimismo, la colección se complementó con varios accesorios utilizando efectos de redes con un cierto *look* deportivo.



## LÁMPARA TRES PATAS

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. PUERTO RICO

**José Fernando Vázquez Pérez**

Estudio **hacedor:maker/arquitectos**. 2014

[www.hacedormaker.com](http://www.hacedormaker.com)

Cliente **SARCO** (South American Restaurants Corporation)

Lámpara de araña (tipo *chandelier* de techo) en configuración tubular y *tripódica*, para bombillas fluorescentes T5 o diodos emisores de luz (leds). Su forma mínima y simple emula al arquetipo del abanico de techo, muy común en los espacios habitables de los trópicos. Los brazos cilíndricos son análogos a las aspas del abanico mientras que sus cables eléctricos rojos, que ondulan libremente, evocan la idea del calor tropical.

La lámpara fue originalmente diseñada para una exhibición con la temática de *diseño tropical* y bajo la premisa de que fuera una pieza económica en manufactura, con potencial de producción a gran escala. Su cuerpo está hecho con tubos de PVC blanco, laminados exteriormente con chapilla de roble. La emisión de luz aparece de modo mayoritario hacia arriba, para lograr un efecto indirecto, con una pequeña ranura en la parte inferior que cuela luz de acento. Los tubos están soportados por láminas de acero inoxidable y suspendidos de su base por filamentos transparentes logrando una apariencia de levitación.

Actualmente se encuentra en desarrollo para producción comercial por una empresa de mobiliario norteamericano.





## MOCHILA HEVEA

**FINALISTA DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. BOLIVIA**

**Patricia Isabel Martínez Valverde, Guido Di Mola Angiola**

Estudio Hevea. 2014

[www.heveait.com](http://www.heveait.com)

*Hevea* hace moda a partir de cámaras de ruedas creando mochilas, carteras y accesorios. Cada pieza es única, reflejo de las marcas, parches y textura propios de la presión que ejerció el neumático sobre la cámara recorriendo carreteras, senderos accidentados y llevando carga. El enfoque de la firma se realiza desde un aspecto social: nuestras vidas son de propio así, no existe un ser humano igual a otro, nuestra individualidad está dada por todo aquello que marca nuestra vida y el camino que a cada quien le toca recorrer.

*Hevea* busca concebir diseños que replican hábitos de convivencia y respeto al medio ambiente, procurando sostenibilidad y manejo apropiado de recursos; busca también reducir, reciclar y reutilizar con mayor efectividad, apelando al diseño, practicidad y buen acabado.

La marca ha sido merecedora al premio al mejor Impacto Ambiental durante la Competencia Nacional de Talento e Innovación 2012 celebrada en Cochabamba, Bolivia, y otorgado por The Young Americas Business Trust; también participó en la ciudad de Resistencia, Argentina, en el Primer Encuentro de Emprendedores del Zicosur en 2013.



## CASA BRUJA

**DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. PANAMÁ**

**Alexander Wtges, Jonathan Pragnell, Ricardo Fernández**

Estudio Hexagram. 2014

Cliente Casa Bruja

[www.casabruja.com](http://www.casabruja.com)

Una cosa es fabricar cerveza artesanal y otra es hacer brujería.

Con Casa Bruja hubo que crear la imagen para la fábrica y sus productos. Logo, tipografía, identidad, papelería, gorras, *t-shirts* y web fueron parte del desarrollo de la marca, siempre buscando hacer algo diferente a lo existente en el mercado.

La búsqueda de la identidad para cada sabor que reflejara su mística esencia fue el trabajo de meses probando cerveza para inspirar y crear estos personajes, diferentes entre sí pero con una línea de unidad en conjunto. El resultado fueron hermosas etiquetas y reuniones felices.



## HOMBRE LOBO COLECCIONES

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. ARGENTINA

**Sol Marinucci, Sebastián Valdivia**

Estudio **Hombre Lobo**. 2014

[www.hlobo.tumblr.com](http://www.hlobo.tumblr.com)

El proyecto central de *Hombre Lobo* es la búsqueda de cosmogonías ancestrales. Para ello, se propone la visita e interacción con diferentes comunidades. Los factores de elección de las mismas están sujetos a su riqueza simbólica y legado visual, bajo nivel de contacto con medios de comunicación y origen pre-colombino. En estas visitas se desarrollan talleres de dibujo con los niños donde se realizan ejercicios de descripción cosmogónica, percepción del entorno, conciencia ambiental y valoración del legado intangible, entre otros ítems, todos bajo el eje del dibujo lúdico y relajado, en movimiento, a través de una serie de postas. El resultado se discute con los familiares de los niños, llegando a profundizar en las leyendas y concepciones de la realidad de la comunidad. Finalmente, los adultos enseñan a perpetuar estos dibujos de los más chicos con la manera tradicional del pueblo (bordado, telar, etc). De las imágenes sugeridas en cada viaje, postales imposibles de relatos intangibles, nace esta colección, fruto del contacto con Mapuches, Quechuas, Onas, Huicholes, Guaraníes y sus riquísimas tradiciones. Experiencias y visiones que se van ampliando constantemente y retroalimentándose.



## PROYECTO JUNGLECHICK

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. VENEZUELA

**Irma de los Ángeles Bravo Jerez**

Estudio **Ibravodesigns**. 2012

[www.junglechick.com](http://www.junglechick.com)

*Este proyecto nació con una pregunta reflexiva que me hiciera mientras trabajaba en Nueva York: ¿qué puede buscar la industria de la moda en Venezuela? Y consciente de los recursos con los que contamos decidí regresar a mi país para paulatinamente organizar talento humano y ser una ventana al mundo de lo que podemos aportar.* Irma Bravo, diseñadora.

Los principales valores del proyecto *JungleCHICK* son: permanente colaboración con artesanos, uso de materia prima local, inspiración en la geografía y cultura del país y la estética de Irma Bravo como diseñadora.

La empresa está entrando en una etapa de expansión en la que se aplicará este modelo de moda sustentable en Costa Rica. Para finales de 2014 ya estarán disponibles productos *JungleCHICK* Costa Rica.





## PERÚ BAJO EL AGUA

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. PERÚ

**Raúl Cárdenas, Giuliana Gotuzzo, Luis Jordán, Alex de Feudis, Luis Chumpitazi, Valerie Crousse**

Estudio Icono. 2013

Cliente Sociedad Nacional de Pesquería

[www.icono.pe/peru-bajo-el-agua](http://www.icono.pe/peru-bajo-el-agua)

Identidad y Museografía para *Perú Bajo el Agua*. Se encargó a Icono la conceptualización y diseño de la museografía del gran acuario. El proyecto tenía como objetivo dar a conocer y sensibilizar a la población sobre los cuidados que requiere el mar, conocer su enorme diversidad y ser conscientes de la importancia de la conservación de nuestros recursos hidrobiológicos. La idea era conseguir un espacio educativo y una oportunidad para generar vínculos de respeto entre el hombre y el mar.

La propuesta consistió en desarrollar un viaje por los ecosistemas de la costa, sierra y selva para lo cual se construyeron grandes peceras con diferentes variedades. A nivel gráfico se trabajó la identidad, infografías educativas, ilustraciones y datos con cifras alarmantes para despertar la conciencia en el espectador y determinar qué podemos hacer al respecto. El recorrido del viaje terminaba con una intervención en la que los visitantes podían escribir sus compromisos para mantener una buena relación con el mar y generar el necesario cambio de mentalidad.



## SISTEMA DE IDENTIDAD PABLO MILANÉS. OBRA MUSICAL Y OFICINA ARTÍSTICA

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. CUBA

**Laura Cuendias Abreu, Yosvenky Hernández Camiñas**

Estudio Ideambos. 2013

[www.ideambos.com](http://www.ideambos.com)

Cliente Oficina Artística Pablo Milanés

El encargo inicial del proyecto consistió en el diseño del disco *Renacimiento*, la nueva producción musical del cantautor Pablo Milanés que vio la luz en 2013. El seguimiento a la implementación de todo lo relacionado con el nuevo disco, sumado al interés y receptividad de la oficina artística de Pablo Milanés, permitió identificar un conjunto de necesidades de diseño que obligó a redimensionar el proyecto y asumirlo como un Sistema de Identidad.

Se concibió como un Sistema de Identidad porque en él conviven dos actores que, con diferentes lenguajes y necesidades de comunicación, tributan a una misma imagen: por una parte la figura de Pablo Milanés y su obra musical y, por otra, la Institución que le representa. En el caso de un artista de la talla de Pablo Milanés el proyecto ha permitido contribuir humildemente a la gran solidez de su obra con una coherente visualidad y ha logrado una presencia activa en Internet a través de la web personal y redes sociales.



## IDEN-TICA

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. COSTA RICA

**Juan Manuel Betancourt Martínez**

Estudio Iden-tica. 2013

La tipografía y las ilustraciones delineadas espontáneamente por rotulistas sobre carteles y pintadas populares conforman un vastísimo género, suerte de publicidad elocuente y de poderoso valor simbólico y cultural. Aún frescos, estos anuncios encandilan con sus colores brillantes al curioso urbano. Pero, tal vez, el destino de los rótulos tiene los días contados...

Con el objetivo de registrar y valorizar la gráfica popular costarricense, nace en 2013 la revista *Iden-tica*, que recolecta entre sus páginas instantáneas del grafismo urbano, síntomas de la identidad gráfica no sólo de Costa Rica sino también de otros países de Latinoamérica.

El proyecto editorial fue concebido como un paseo por las calles y suburbios de Costa Rica: una sorpresa en cada nueva esquina es revelada. Nos deleitamos con la belleza de un rótulo registrado en una página y en la otra sonreímos cuando vemos un simpático personaje que vende su producto; jugamos con la revista, que se transforma en un álbum de cromos típico; llevamos el lenguaje gráfico de la calle a nuestra casa, lo ponemos en la pared como un póster, un imán en la nevera o lo estampamos en nuestro pecho con un pin. Viva la identidad.



## BRACE CHAIR

FINALISTA DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. CHILE

**Ignacio Hornillos Cárdenas**

Estudio Ignacio Hornillos Design Studio. 2012

[www.ignaciohornillos.com](http://www.ignaciohornillos.com)

Cliente Wow Studio!

Según la RAE, llamamos *asiento* al lugar o mueble para sentarse. *Brace Chair* es un lugar que, aunque sirve como silla, tiene otras cualidades ligadas a su forma y percepción dentro de un espacio.

Este diseño pretende llevar al límite el concepto del reparto de pesos que se producen en todo asiento. De esta manera, se optimiza al máximo el material empleado y se condiciona la forma para repartir la carga en los puntos críticos de mayor solicitación. El nombre de *brace* (arriostrar en inglés) insiste en la preocupación estructural, consiguiendo rigidez a través de los arriostramientos de su geometría y sacando a la luz el dibujo en elevación de las líneas maestras necesarias para generar el equilibrio del objeto.

En ocasiones el diseño no sólo se mueve por la funcionalidad total; un pretexto sirve como camino para aportar nuevas soluciones al emergente diseño chileno y la madera nativa se utiliza en este caso para probarlo. En este sentido, se trata de un diseño donde la sustentabilidad está entendida desde un punto de vista más conceptual y abre una línea de investigación para llevar al material, un terciado de okumen de 18 mm, a sus límites estructurales.



## AMALGAMA

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. PARAGUAY

**Ilse Jara**

Estudio **Ilse Jara**. 2014

[www.ilsejara.com](http://www.ilsejara.com)

Cliente **SINDEC SA**

Proyecto basado en la unión de dos naturalezas distintas: la amalgama de una mujer inmersa en una estructura sólida con sus deseos de espontaneidad. Los opuestos se manifiestan en todos los pasos de la elaboración de las piezas, tanto en sus formas y colores como en sus componentes y proceso de construcción.

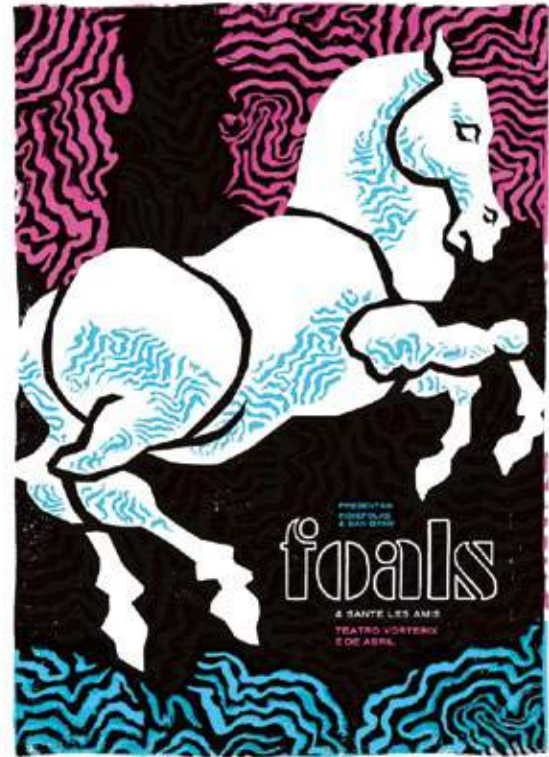
El uso de formas de repetición y similitud representa la monotonía que la invade. Las líneas curvas y etéreas simbolizan su deseo.

La paleta de colores es desaturada. Parte del blanco pleno como prioridad visual y con un toque de negro se mancha el lienzo, consiguiendo un gris ceniza que mantiene la armonía.

Los materiales utilizados son igualmente contradictorios. Desde fibras 100% naturales como la lana y el cuero a tejidos con compuestos 100% sintéticos como el *crêpe* y terminaciones metálicas.

Las piezas están confeccionadas inicialmente con recursos tecnológicos como el corte láser y finalizadas con la delicadeza de las manos de quien la construye.

Es la búsqueda del equilibrio perfecto entre figuras estrictas que a la vez pueden convertirse en orgánicas logrando su libre expresión, lo que aparenta ser y lo que realmente es.



## IMPRENTA CHIMANGO: POSTERS DE ROCK EN SERIGRAFÍA

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. ARGENTINA

**Santiago Pozzi**

Estudio **Imprenta Chimango**. 2014

Cliente **Pearl Jam, Soundgarden, Indiefolks, Ban Bang**

*Imprenta Chimango* es un taller de serigrafía localizado en Banfield, Buenos Aires, Argentina, fundado por Santi Pozzi como espacio de experimentación y producción personal.

Poco después de su fundación, Santi Pozzi viajó a California para realizar una pasantía de tres meses en el taller de producción de pósters de rock en serigrafía The Firehouse. Allí aprendió la técnica para luego regresar a Buenos Aires e introducir el póster de rock en serigrafía en la escena local. Desde entonces en *Imprenta Chimango* se han producido pósters para bandas nacionales, como Litto Nebbia y La Perla Irregular, e internacionales, como Soundgarden y Pearl Jam, además de obras de teatro y eventos sociales. Su estilo se caracteriza por una marcada influencia de la psicodelia californiana de los años 60 pero con una fuerte presencia de motivos visuales populares de Argentina y Sudamérica.

Los pósters de Santi Pozzi han sido expuestos en muestras individuales o colectivas en países como Estados Unidos, México, Perú y Colombia, participando incluso del TRPS Festival of Rock Posters de 2013 en San Francisco, California.





## ELATINA

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. ECUADOR

**Christian Lasso Rocha**

Estudio INDIGO480. 2012

[www.behance.net/Indigo480](http://www.behance.net/Indigo480)

Cliente Desarrollo Tipográfico Revista Mujer Latina

Elatina es una tipografía para titulares de revistas y libros que pueden disfrutar de una mayor libertad experimental en sus parámetros de diseño y aplicación. La idea inicial era crear un tipo de palo seco con un efecto redondeado que lograra generar curiosidad en el lector y fuera una fuente atractiva. Su uso logra que los titulares cobren mayor fuerza por el gran contraste en grosor de trazo y caracteres fuertes. Elatina es ideal para revistas o catálogos ya que consigue jerarquizar y conferir identidad a la información que la circunda. Su utilización está destinada principalmente a textos breves y en cuerpos grandes aunque también es legible en tamaños pequeños.



## PRATELEIRAS CARRAPIXXO LYPTUS

FINALISTA DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. BRASIL

**Luiz Augusto de Siqueira Indio de Costa, Paula Fiuza, Augusto Seibel, Carlos Rutigliani, Felipe Rangel, Felipe Bicudo, Pedro Nakazato, Camila Fix**

Estudio Indio da Costa AUDT. 2013

[www.indiodacosta.com](http://www.indiodacosta.com)

A linha de prateleiras *Carrapixxo Lyptus* é uma versão ecológica do premiado Sistema Carrapixxo, que utiliza madeira *lyptus* certificada e é disponibilizada em 5 tamanhos (60; 80; 99; 119 e 149 cm). Uma solução versátil e prática com o mesmo apuro estético dos demais produtos *Indio da Costa Design*. Pequenas semi-esferas fixam-se à parede com parafusos e buchas, permitindo a instalação das prateleiras de maneira rápida e descomplicada. Da mesma forma que permitem reconfigurações em ambientes diversos, flexibilizando o seu uso em caso de mudanças futuras.





## PURIFICADOR DE AR BIO GS 2.0

**FINALISTA** DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. BRASIL

**Luiz Augusto de Siqueira Indio de Costa**

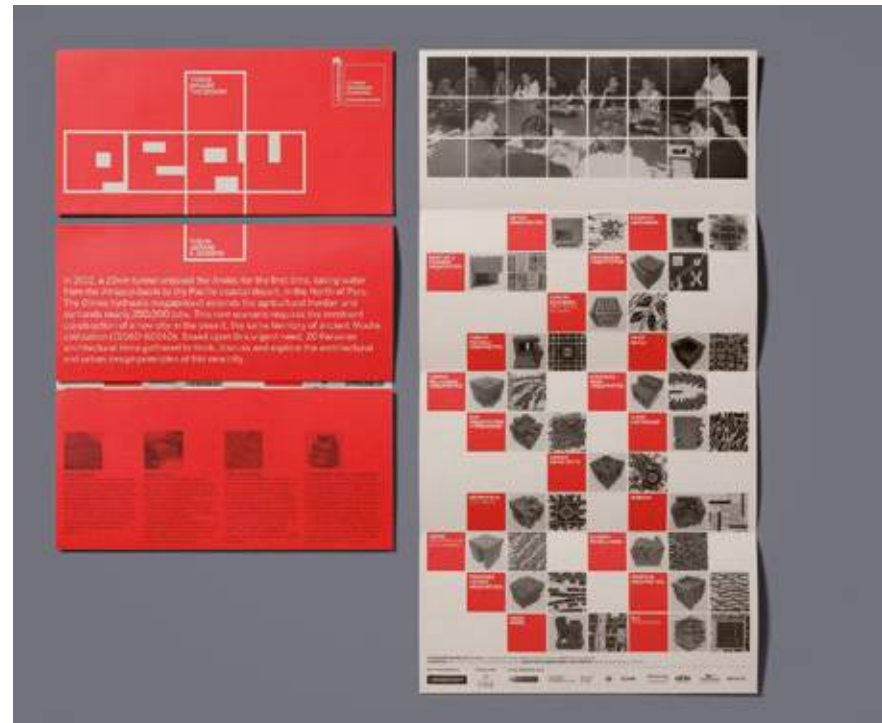
Estudio Indio da Costa AUDT. 2013

[www.indiodacosta.com](http://www.indiodacosta.com)

Cliente **Rabbit Air**

A *Rabbit Air* é uma marca de purificadores de ar presente nos Estados Unidos há quase dez anos, que interessada em criar uma nova identidade de marca para o design de seus produtos, confiou esse desafio à criatividade e talento brasileiro. Assim, nasce o purificador de ar BIO GS 2.0, um dos raros casos de design brasileiro feito exclusivamente para o mercado americano.

Sua interface inovadora, com um pequeno controle remoto integrado ao produto, permite programar o funcionamento do filtro de acordo com o interesse e as necessidades do usuário. O display é alinhado pela superfície externa do produto, sendo apenas visível quando acessado. Os ícones foram especialmente desenhados e um gráfico composto de pequenos pontos luminosos indica o nível de cada função, dentre os quatro estágios de filtragem e desodorização, de maneira simples e intuitiva.



## YUCÚN O HABITAR EL DESIERTO

**FINALISTA** DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. PERÚ

**Franco Zegovia, María José Vargas, Alfredo Burga**

Estudio Infinito. 2012

Cliente Participación peruana en La Biennale di Venezia 2012

[www.yucun.pe/home.php](http://www.yucun.pe/home.php)

Desarrollo de identidad, gráfica ambiental y folletos informativos para la presentación peruana en la 13ª Bienal de Arquitectura de Venecia.

Veinte estudios de arquitectura se unieron para reflexionar acerca de la necesidad de construir una ciudad en medio del desierto, culminación del proyecto hidráulico *Olmos* que trae agua desde la selva hacia la costa peruana.

Para mostrar sus reflexiones acerca de cómo abordar este reto y evocando a los huacos, cerámicas precolombinas que representaban plásticamente las costumbres locales, los estudios crearon sus propias *huaquetas*, término que surge de la unión de las palabras huaco y maqueta.

Las huaquetas tienen una dimensión de 20 x 20 x 20 cms.

El logotipo de la muestra está basado en un cubo desdoblado con la palabra PERÚ escrita en un estilo geométrico muy similar al de las huaquetas. La gráfica se fundamenta en una retícula de cuadrados que unifica todas las propuestas y explica conceptos complejos de manera clara y didáctica.



## AL ESTE DE LIMA / Á L'EST DU NOUVEAU

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. PERÚ

**Alfredo Burga, Franco Zegovia, Lucía Nolasco, Eliza Fernández, Claudia Boggio**

Estudio Infinito. 2012

[www.infinito.pe](http://www.infinito.pe)

Cliente Festival Al Este de Lima

Desde el año 2006 el festival *Á l'Est du Nouveau* exhibe al público francés películas originarias de Europa Central y Oriental. Esta cinematografía se caracteriza por su carácter controvertido, auténtico y por ser cine de autor. En 2008 se creó el festival *Al Este de Lima* con el mismo espíritu de la edición francesa pero esta vez con sede en Lima, Perú.

El encargo a los diseñadores que se muestra abarcó la identidad del festival y sus afiches para la edición de 2012, que debían funcionar tanto en español como en francés.

Para el logo se trabajó una solución simple basada en una proyección de luz, con algunos elementos tipográficos dispuestos al revés capturando la personalidad retardadora del festival. Para los afiches promocionales la idea fue mostrar la diversidad de las películas en exhibición —*live action*, *stop motion*, animación— y las emociones que el festival explora. Se crearon dos versiones, una basada en la rabia y otra en la sorpresa.



## EXPOSICIÓN LA EMBLEMÁTICA

DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. VENEZUELA

**Domingo Villalba, Yessica Silvio**

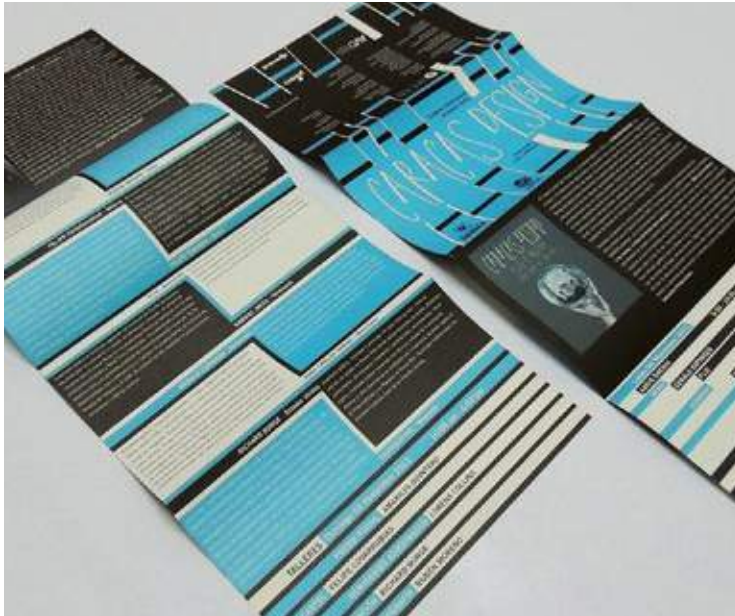
Estudio Instituto de Diseño Darías. 2014

Cliente Galería Venezolana de diseño

La Galería Venezolana de Diseño y el Instituto de Diseño Darías, con el apoyo del Museo de la Estampa y del Diseño Carlos Cruz-Diez de Caracas, llevaron adelante un proyecto de rescate patrimonial de la memoria visual de Venezuela al montar la muestra *La Emblemática de Gerd Leufert*, en el marco del centenario del natalicio de tan importante maestro del diseño.

Se realizó la reconstrucción digital de 100 marcas diseñadas por el pionero de origen alemán, las cuales habían sido seleccionadas por Álvaro Sotillo, insigne diseñador editorial venezolano, para el libro *La Emblemática de Gerd Leufert*, editado por la Galería de Arte Nacional (1984).

En lo museográfico se ideó una muestra que presenta rotuladas en pared, unas a mano y otras en vinilo, las marcas de dicha publicación, generando una experiencia dinámica y atractiva al conectar las antenas de dos niveles mediante la intervención del recorrido de la escalera; esto se combina con un despliegue a gran escala de la gráfica y el uso exclusivo y contrastado del blanco, negro y rojo, hacen imposible visitar el museo sin dejarse atrapar por la muestra. Como complemento se diseñó un catálogo de mano y un afiche promocional.



## PROGRAMA DEL CONGRESO CARACAS DESIGN 2013

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. VENEZUELA

**Domingo Villalba, Yessica Silvio**

Estudio Instituto de Diseño Darías. 2013

Ciente Galería Venezolana de Diseño

Programa desplegable del Primer Congreso Internacional de Diseño Gráfico Caracas Design 2013, celebrado en la primera semana de noviembre en la ciudad de Caracas, Venezuela. El desplegable se imprimió en papel mate sin recubrir a dos colores, se utilizó un plegado de tipo doble paralelo generando un tamaño cerrado.



## MOBILIARIO DE VERANO MLV

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. CUBA

**Leonardo Regalado Solano**

Estudio Instituto Superior de Diseño (ISDi). 2014

Ciente Industria del Mueble DUJO

Interpretación de mobiliario tradicional de las casas de verano de Cuba, conceptualización contemporánea de la forma.

Se trata de un nuevo sistema de mesa y butaca para armar en casa, con conexiones simples y fácil operabilidad. El conjunto está diseñado con piezas y procesos estandarizados, cuidando el ahorro de material y herrajes. El embalaje ha sido optimizado con un aprovechamiento integral del espacio.





## CAMPAÑA PROTEJAMOS LAS PLAYAS

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. CUBA

**Alejandro Escobar Mateo, Alfredo Aguilera Torralbas, Carlos Mesa Vera**

Estudio Instituto Superior de Diseño (ISDi). 2013

Ciente Centro de Investigación de Tecnología y Medio Ambiente (CITMA) y Ministerio del Turismo (MINTUR)

Diseño de una campaña para la preservación de las playas promovida por el Centro de Investigación de Tecnología y Medio Ambiente (CITMA) y el Ministerio del Turismo (MINTUR) de Cuba.

En relación con la comunicación visual se crearon los signos identificadores y una serie de eslóganes así como un sistema de más de veinticinco soportes para diferentes canales de comunicación masiva. La emisión de dichos mensajes se pautó con una estrategia basada en un plan de medios. Las aplicaciones, tanto impresas como audiovisuales, mostraron las acciones negativas más comunes realizadas en las playas con el objetivo de persuadir a los visitantes de la necesidad de erradicarlas para proteger estos espacios.

Por primera vez en el país se utilizaron los ómnibus urbanos como portadores de la gráfica de una campaña de bien público, acción de esencial importancia en la difusión masiva. La integración de un sistema visual coherente fue factor clave para facilitar la sinergia entre los diferentes mensajes. El empleo de códigos gráficos sintéticos buscó cargar al diseño de una alta eficiencia comunicativa.



## CULTURA ENTRE LAS MANOS: SISTEMA DE IDENTIDAD VISUAL

**FINALISTA** DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. CUBA

**Maité Fundora Iglesias**

Estudio Instituto Superior de Diseño (ISDi). 2012

Ciente Emisora Habana Radio, Oficina del Historiador, La Habana

*Cultura entre las manos* es un espacio de intercambio social que se basa en el diálogo intercultural con la comunidad de sordos cubanos. Es innegable el valor que tiene para la comunidad sorda cubana sentirse parte de la sociedad, reconocida y representada, por lo que un Sistema de Identidad Visual contribuye a que el pueblo conozca, acepte y valore a esta parte de la población.

En la solución que se presenta las manos aparecen como elemento significativo en la comunicación de la comunidad sorda fusionadas con el búho, símbolo de sabiduría, conocimiento y cultura. Se alude en el símbolo a la esencia del proyecto de brindar conocimiento y cultura en lenguaje de señas.

Se optó como grafismo por la representación de las ramas del árbol como elemento final de la planta, signo de crecimiento y que presenta los brotes que constantemente se desarrollan. Se seleccionó la rama basándose en el propio significado de cultura (cultivo) y se enlaza con el búho en el identificador como el lugar donde éste se posa.

El proyecto abarca una amplia gama de soportes que incluyen papelería, promocionales y soportes didácticos impresos y audiovisuales que permiten la formación en la lengua de señas cubana.





## EXPOSICIÓN PANORAMA DE LAS TIC EN CUBA

DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. CUBA

**Eviel Ramos Pérez, Adolfo García Bastón (Kiko)**

Estudio Instituto Superior de Diseño (ISDi). 2013

Cliente Ministerio de Comunicaciones

Diseño integral del stand *Panorama de las TIC en Cuba* que acogió la presentación de los 25 principales proyectos de conocimiento, gestión e innovación elaborados por empresas e instituciones cubanas, en interés del desarrollo del país y la calidad de vida de sus ciudadanos, afines a las Tecnologías de la Informática y las Comunicaciones.

Con una dimensión de 220 m<sup>2</sup>, se presentó durante la XV Feria Internacional Informática 2013, evento bianual que reúne en Cuba a participantes de más de 50 países. Se trabajó el diseño de la identidad visual, el diseño espacial y estructural, la gráfica ambiental, el sistema señalético y el diseño del catálogo de la muestra.

Los conceptos generales empleados para definir la forma fueron los de laboriosidad, trabajo en equipo, desarrollo, espacialidad e integración por lo que se utilizó la analogía con un panel de abejas. Estructuralmente se conformó un sistema de cinco piezas estandarizadas para crear e interrelacionar los módulos lo que significó un ahorro de materiales y facilidad de montaje. En la gráfica se manejaron además como conceptos complementarios los de tecnología, cubanía, crecimiento y continuidad.



## SISTEMA DE IDENTIDAD VISUAL PARA LABORATORIOS AICA

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. CUBA

**Ansley Miguel Méndez Llanes, Laura Suárez Villada**

Estudio Instituto Superior de Diseño (ISDi). 2014

Cliente Laboratorios AICA

La empresa Laboratorios AICA nace en enero de 1999 en La Habana, Cuba. Su misión es gestar salud y calidad de vida mediante la producción de medicamentos genéricos de avanzada, en formas farmacéuticas inyectables y colirios, con la excelencia, responsabilidad y sostenibilidad que consolida una imagen de confianza frente al mercado y la sociedad. Recientemente, debido al reordenamiento económico acontecido en Cuba, pasó a integrar el Grupo Empresarial BIOCUBAFARMA e incorporó a su estructura empresarial tres laboratorios farmacéuticos: Julio Trigo, LORAD y Reyes Canto.

A fines del 2013, a partir del diagnóstico institucional realizado a la empresa, se estableció una estructura de identidad de respaldo de los laboratorios para con la marca paraguas AICA y se realizó un diseño evolutivo de su identidad, combinando en el concepto los pilares sobre los que se sustenta su misión con elementos del imaginario social relacionados con la salud, el bienestar y el incremento de la calidad de vida.

El proyecto incluye el diseño de aplicaciones, tanto administrativas como promocionales, que coadyuvan al posicionamiento de la nueva identidad visual.



## SISTEMA DE IDENTIDAD VISUAL PARA LA EMPRESA PRODUCTORA STELLA SA

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. CUBA

**Laura Suárez Villada, Ansley Miguel Méndez Llanes**

Estudio Instituto Superior de Diseño (ISDi). 2013

Cliente **Stella SA**

Stella es una empresa mixta cubano-italiana dedicada a producir y comercializar productos de chocolate en toda la gama de surtidos: tabletas sólidas y rellenas, bombones, bizcochos recubiertos de chocolate, coberturas para helados, cremas para relleno y recubrimiento de repostería, gotas de chocolate para decoración y productos de confitería. Asimismo, produce y comercializa surtidos de productos y repostería a base de harinas y rellenos de chocolate y frutas.

En 2014 la empresa solicita el rediseño de su identidad visual, así como de todo su sistema de comunicaciones. Esto ocurre debido al convencimiento de sus directivos de la necesidad de renovar su imagen en el mercado, puesto que la identidad que habían mantenido durante 20 años no era representativa de la empresa, ni poseía códigos actuales en relación a su competencia.

El proyecto parte de un diseño re-evolutivo del identificador visual corporativo y la declaración de una estructura de identidad de marca para con sus productos. Se definen sus principales pautas, dejando así plena libertad al diseño de la imagen. El nuevo identificador mantiene en común con el precedente la narrativa y el símbolo principal.



## GANKER

DISEÑO DIGITAL. COSTA RICA

**Nathalie Howell Flores**

Estudio Intelligent Sense. 2013

[www.intelligentsense.com/es](http://www.intelligentsense.com/es)

Aplicación para dispositivos móviles que se basa en la localización geográfica del usuario. Al acceder al juego, el usuario podrá percibir a las personas que están cerca de él y que la poseen. Seleccionando a alguno de sus oponentes, tendrá la opción de *lanzar* una batalla y, de esta forma, obtener puntos e ir avanzando en niveles.

La aplicación fue cuidadosamente diseñada desde el punto de vista de usabilidad y arquitectura de la información, entendiendo las necesidades particulares que han ido surgiendo en los últimos años con el crecimiento tanto de la industria de los dispositivos móviles como de la del *gaming*. Con diversas pruebas de usuarios y exhaustivos análisis, la usabilidad y la arquitectura de la información se utilizan como estrategia para otorgarle un mayor valor de competitividad. Estos aspectos resultan de suma importancia en el diseño de las aplicaciones debido a que, cuando el usuario usa la aplicación por primera vez, se cuenta con poco tiempo para lograr que se interese y decida conservarla, por lo cual la facilidad de uso y la claridad son elementos básicos para su éxito.



## COLECCIÓN DE JOYAS

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. HONDURAS

**Teresa Suárez Faucher, Proyecto del CAC, Universidad Autónoma de Honduras**

Estudio Inversiones YATI, S de RL. 2014

Cliente Tita Suárez

Proyecto inspirado por la afición del autor a las piedras preciosas y a la elegancia de la mujer actual, poniendo en práctica su conocimiento de la moda, el diseño y el buen gusto y elaborando piezas únicas de manera artesanal y artística: tener pasión por cada pieza, haciéndola exclusiva, y que la mujer que la luzca sienta una conexión con la naturaleza y su yo interno.

La fuente de inspiración de esta colección traslada los colores de Honduras, de sus montañas, flora y fauna, a la joya, combinando diseño, arte y naturaleza y tratando de ofrecer obras únicas que realcen la belleza femenina y la evolución de la moda del país.

El proyecto posee dos vertientes:

- \_ 1. Collares de piedras semipreciosas elaborados de forma artesanal.
- \_ 2. Colección de camisetas impresas (serigrafía) con la imagen de las piezas para mujeres que no usan accesorios y que están a la vanguardia de la moda.



## LICOTECA

DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. VENEZUELA

**Isabel Caleya, Karen Agusti**

Estudio Isabel Caleya arquitectura. 2013

[www.isabelcaleya.com](http://www.isabelcaleya.com)

Cliente Megalicores La Castellana

Proyecto de interiorismo para Licoteca, tienda de licores.

La remodelación fue un reto, pues en el edificio se fusionaban dos casas de diferentes épocas y arquitecturas: una tradicional de estilo vasco y otra moderna de dos pisos. Había que conservar esta fusión y trabajar abriendo espacios y creando ejes de visión.

Si uno ingresa a pie se topa con una escalinata formada por figuras geométricas (rectángulos) de cemento que se abren paso entre el verdor de la grama. Este diseño fue inspirado por el Monumento del Holocausto en Berlín, de Peter Eisenman. La fachada está recubierta con madera de barricas recicladas de Ron Santa Teresa que se resaltan gracias a la utilización del color gris plomo, logrando a su vez disminuir el contraste entre los dos estilos arquitectónicos y unificar la volumetría.

En el interior se usaron pocos y sencillos materiales. El piso está hecho de cemento granito y mantiene el color gris oscuro que pasa de afuera hacia adentro. Para los muebles se combinó formica negra con tonos vino. En medio de la tienda se encuentra una cava de vinos inspirada en la obra del artista americano Sol LeWitt, quien creó ambientes diferentes con el uso de esculturas de formas cúbicas, agregándole un toque lúdico a la tienda.





## TURISMO INCLUYENTE

**FINALISTA** DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. COLOMBIA

**Iván Onatra, Diana Lara, Ana María Valencia, Adriana Fernández, Carolina Rico**

Estudio **Ivan Onatra**. 2013

[www.ivanonatra.com](http://www.ivanonatra.com)

Cliente **Cámara de Comercio de Bogotá y Turismo Incluyente**

Las vacaciones deben ser el momento más agradable del año. Sin embargo para muchas familias pueden llegar a convertirse en el tiempo más agotador al tener que encargarse las 24 horas de un familiar con discapacidad.

Turismo Incluyente es una agencia de viajes dedicada a vacaciones para este tipo de familias y coordina todo lo necesario para que cada miembro pase una temporada tranquila. Esto incluye desde la salida de la casa hasta el retorno, cubriendo necesidades personalizadas como transporte especial, recepción en el aeropuerto, coordinación de equipaje, sillas de ruedas, médicos o enfermeras, etc. Además se realizan actividades especiales con pares o agremiaciones en la misma situación en la ciudad visitada: invidentes, familiares con síndrome de Down o militares mutilados, entre otros casos.

Gracias a esta innovadora idea, Turismo Incluyente fue una de las 40 empresas seleccionadas y premiadas por la Cámara de Comercio de Bogotá para su formalización y fortalecimiento empresarial. Este premio incluye la creación y apoyo de la imagen corporativa de la empresa.



## JACAL

**FINALISTA** DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. MÉXICO

**Belén Moro, Eliana Zaghis.**

Estudio **Jacal**. 2012

*Jacal* es un proyecto que integra varias disciplinas con el fin de diseñar y producir objetos útiles para la vida cotidiana, en especial para el hogar. La firma opera con una modalidad de trabajo colectiva que involucra diversos oficios: carpinteros, pintores, electricistas, tapiceros, costureras y tejedores.

Originado en la Ciudad de México y de carácter completamente urbano, *Jacal* reúne materiales, técnicas y oficios tradicionales y vigentes en el comercio de esta ciudad, que se ensamblan a modo de *ready made*s múltiples y únicos. Los objetos encontrados pertenecen a la vida cotidiana y memoria colectiva de México. El carácter popular y urbano de los materiales da una apariencia pop a los objetos diseñados que pueden ser luminarias ambientales, cojines, tapetes, mobiliario o accesorios para los distintos espacios de la casa. Los cojines arcóris están hechos a partir de una fibra tejida que se usa para producir esponjas de cocina. Los fabricantes elaboraron rollos de acuerdo a las combinaciones solicitadas. Luego una tapicera armó una funda con vinilo para contener el rollo. Su pueden usar sobre el mismo suelo o colocarse sobre algún taburete o sillón.





MUSEU DE ARTE DO RIO



## MAR - MUSEU DE ARTE DO RIO

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. BRASIL

**Jair de Souza, Rita Sepulveda, Afonso Almeida**

Estudio Jair de Souza Design. 2013

[www.jairdesouzadesign.com](http://www.jairdesouzadesign.com)

Cliente Fundação Roberto Marinho / MAR - Museu de Arte do Rio

O *Museu de Arte do Rio*, equipamento cultural original que integra um Museu e uma Escola do Olhar, é um lugar de conexão: da cidade com ela mesma, da Praça Mauá com sua comunidade, das artes com o comportamento do brasileiro. É um espaço de formação, informação, difusão de conhecimento e ponto de atração. O MAR, pela sua arquitetura e conceito, ressignifica o centro histórico do Rio. O desenho da marca espelha a ideia da conexão e se inspira na estrutura do DNA. As letras M, A, e R formam um código gráfico através de letras não convencionais e articuladas entre si. Dessa forma a marca do MAR é um logotipo e um símbolo que representa o lúdico; o tridimensional; a descoberta e a construção. A marca do MAR é simples com um sistema visual básico: os bastões e uma paleta de cor econômica - preto, branco, cinza e transparente. A fonte Gotham Rounded, que assina o nome do museu, é decorrente da forma do bastão, criando dessa maneira uma unidade visual, um sistema de pensamento. A marca do MAR é a negação do lugar comum. É a afirmação da confiança na inteligência do público motivando-o a participar e usufruir deste projeto inovador e fundamental para o desenvolvimento do Rio de Janeiro.



## LÍNEA 01

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. MÉXICO

**Jorge Diego Etienne Ortega**

[www.jorgediegoetienne.com](http://www.jorgediegoetienne.com)

Estudio JD-E Industrial Design Studio / Ofimodul SA de CV. 2013

Cliente Ofimodul SA de CV.

*Línea01* es un tipo de mobiliario en línea con las nuevas necesidades de las generaciones y empresas creativas. Su concepto permite concentrar, colaborar, aprender y socializar dentro del mismo ambiente. Propone un acomodo de planta abierta donde se eliminan las barreras y jerarquías y fomenta el trabajo dinámico, la comunicación e interacción entre el personal.

La estética de *Línea01* mantiene un lenguaje intermedio entre lo hogareño y lo corporativo, creando un espacio de trabajo más cálido, confortable y placentero. Su estilo incorpora cierta nostalgia por el modernismo americano, mezclando la apariencia de la madera con metal pintado en una paleta de colores distintiva.

Como en el hogar, la oficina deber contar con áreas para acomodar diferentes actividades, por ejemplo sofás que inducen a la colaboración mediante la costumbre de sentarse en las orillas y ser utilizados en modos de trabajo informal. Las mesas de varios tamaños ofrecen diferentes soluciones: un escritorio individual puede servir en un espacio reducido mientras que la mesa colaborativa puede ser el epicentro de una oficina creativa, dando flexibilidad al espacio de trabajo.



## EXHIBICIÓN EL CANAL DE PANAMÁ Y SU LEGADO ARQUITECTÓNICO

DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. PANAMÁ

**José Isturain, Héctor Ayarza, Raúl Correa**

[www.joseisturain.com](http://www.joseisturain.com)

Estudio JiA. 2013

Cliente Fundación Ciudad del Saber

En el marco de la conmemoración del centenario del Canal de Panamá, la Fundación Ciudad del Saber, la Autoridad del Canal y la Fundación Arte y Cultura decidieron organizar la exhibición *El Canal de Panamá y su legado arquitectónico*, basada en la investigación de Carol McMichael Reese y Thomas F. Reese, los cuales recogen el legado arquitectónico, urbanístico y paisajístico de su época de construcción.

La exhibición está conformada por 15 elementos, compuestos por 4 láminas de madera que se ensamblan entre sí con un sistema de lengüeta (o macho) y ranura (o hembra) formando un cubo de 4x4x8. Con esto se logró abarcar la mayor cantidad de área expositiva para los paneles. El método de transporte es muy práctico, pues se desarma el cubo y se trasladan las láminas de 4x8 en pares. De esta manera se consigue minimizar el área de ocupación para su traslado. Esta exhibición permanecerá itinerante durante un año, presentándose en 14 centros universitarios del país.



## A MÁQUINA DE CONTAR HISTÓRIAS

FINALISTA DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. PORTUGAL

**Joana Pereira da Cunha**

Estudio Joana P. Cunha. 2014

[www.behance.net/joanapcunha](http://www.behance.net/joanapcunha)

Cliente CIFAD – Centro de Investigação em Artes e Design, Lda

Este é um dispositivo cenográfico que permite explorar novas formas de animação do conto, apoiando de um modo mais consistente e estimulante as bibliotecas, livrarias ou escolas.

A proximidade entre a cenografia e o design de interiores resulta da capacidade que ambas as disciplinas têm de criar dispositivos que permitem situar e caracterizar o espaço da ação.

Neste contexto, criou-se um dispositivo cenográfico, flexível, que usa rotativamente a sobre posição de planos fixos onde se criam os espaços em que as personagens agem, conduzidas pelo narrador. Neste objeto integram-se ainda conceitos e mecanismos dos livros pop-up e do teatro de marionetas, tais como o prazer da descoberta e da surpresa e a animação dos objetos inanimados de forma a projetar as ações dirigidas pelo texto.

Este dispositivo é adaptável a uma infinidade de contos e a sua manipulação é muito simple e acessível a qualquer pessoa, necessitando apenas que se recorra a um sistema de cores em que a seleção das peças a serem manipuladas é imediata. O recurso à artesanía permite ainda explorar e aumentar o seu potencial plástico e poético, potenciando o imaginário do universo infantil.



## 21.14 // SANTA RITA

**FINALISTA** DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. PORTUGAL

**João Pedro Filipe**

Estudio João Pedro Filipe Studio Unipessoal, Lda. 2013

Cliente **senhor PRUDÊNCIO**

Indo mais fundo sobre os valores da marca, com 21,14 Vinteeumcatorze AW14 coleção cápsula senhor Prudencio propôs pensar no futuro 100 anos. Depois da vanguarda europeia do início do século XX, e o movimento futurista da Geração Orpheu, a marca apela ao fortalecimento códigos de projeto. Na era do som digital e velocidade sabemos que o futuro não vai acontecer como imaginamos.

Buscamos uma renovação da arte tradicional de construção de sistemas de materiais e estética que representam o ano, em linguagem simples, o futuro como sinônimo de uma qualidade de vida superior. Numa comunicação de idéias mais diretamente senhorPRUDÊNCIO apresenta uma coleção onde os processos tradicionais coexistem com a liberdade de Processos Industriais, formas e aparência gráfica caracterizados pela preferência do dinamismo vital e velocidade, bem como a busca do imprevisível e incomum.



## OPENBAR

**FINALISTA** DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. PERÚ

**Jordi Puig**

Estudio Jordi Puig Estudio. 2014

[www.jordipuig.com.pe](http://www.jordipuig.com.pe)

Cliente **Grupo BNK SAC**

El *Open Bar* está ubicado en pleno casco urbano del distrito limeño de Miraflores. Está rodeado de una gran variedad de restaurantes y bares, por lo cual se decidió hacer un diseño único y divertido que lo diferenciara de los demás establecimientos. El concepto del espacio fue crear un bar gourmet con un estilo ecléctico.

El lugar fue intervenido en su totalidad, generando nuevas formas de experimentar el espacio en torno a tres diferentes barras que fueron el eje principal del diseño. Se removieron los muros que separaban el espacio interior del patio exterior, creando un ambiente más cálido e integrado. Para agregar dinamismo se experimentó cambiando las escalas de ciertos objetos de diseño. Un ejemplo de esto es la reinterpretación del lavabo del baño en forma de gran balde tradicional. Para crear una atmósfera cálida y a la vez ambientalmente sostenible se utilizaron recortes de alfombras cubriendo el muro central del bar y se emplearon pisos hechos de material reciclado. Se logró así crear un espacio acogedor y con detalles personalizados donde los visitantes pudieran sentirse cómodos y disfrutar de una noche agradable.





## COMUNICACIÓN VISUAL CULTURAL

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. NICARAGUA

**Jorge Pavón Rojas**

Estudio Jorge Pavón. 2013

Cliente Centro Cultural de España en Nicaragua

[www.jorgepavon.com](http://www.jorgepavon.com)

El proyecto corresponde a una serie de posters realizados para el Centro Cultural de España con objeto de divulgar la actividad cultural mensual de la institución.

## SELECCIÓN DE 15 CARTELES PARA EL CCE 2012-2014

FINALISTA DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. COSTA RICA

**José Alberto Hernández Campos**

Estudio José Alberto Hernández. 2012

[www.josealberto-espaciosvacios.com](http://www.josealberto-espaciosvacios.com)

Cliente Centro Cultural de España de Costa Rica

El Centro Cultural de España es una institución muy activa en la escena cultural costarricense. El Centro se orienta hacia la realización de actividades conjuntas con las instituciones locales colaborando en la mejora de la oferta cultural. Los objetivos del CCE son, entre otros, la difusión de la cultura española en todas sus manifestaciones y la promoción específica de nuevas tendencias mediante convocatorias, exposiciones, conferencias, ciclos, conciertos y formación especializada. De este modo, y en coherencia con sus objetivos, el CCE ha dado lugar preponderante a la imagen gráfica con la que promueve sus eventos dentro del país, generando una serie de productos gráficos muy reconocidos por el público como, por ejemplo, la cartelería que se muestra.





## LYRIC SBC

**FINALISTA** DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. CHILE

**José Manuel Silva Astaburuaga**

Estudio José Manuel Silva Astaburuaga. 2013

Cliente YX Wireless SA

[www.boceto.cl](http://www.boceto.cl)

*Lyric* es una familia de *media gateway* que interconecta sistemas telefónicos de empresas a cualquiera de las tres tecnologías de red de comunicaciones dominantes en el mundo: voz sobre IP (VoIP), telefonía digital (TDM) y telefonía celular (GSM).

En un formato ultradelgado, de solo 0,5 unidades de rack de 19", chasis de aluminio y con muy bajo consumo, *Lyric* entrega las principales prestaciones para interconectar sistemas telefónicos en empresas de todos los tamaños. Es el bastidor que rompe con lo establecido, en un formato revolucionario para un mercado cuyo estándar es de una unidad de rack de 19". Mediante materiales de alta calidad, con terminaciones en línea con los altos requisitos tecnológicos mundiales, se logró un compacto formato en tan solo media unidad de rack de 19".

Su diseño destaca por la simplicidad de líneas, donde todos los componentes se integran de forma armónica, ofreciendo la robustez asociada con productos de alta gama.

*Lyric* proyecta, posiciona y trasciende a Chile como fabricante de hardware con el más alto nivel de innovación y calidad del mercado tecnológico de redes en el mundo. Es claramente un hito y nuevo estándar en el mercado mundial.



## CARNAVAL DE PASTO

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. COLOMBIA

**Dayra Benavides**

Estudio Joyas Blandas. 2014

[www.joyasblandas.blogspot.com](http://www.joyasblandas.blogspot.com)

Colección de pecheras y pulseras elaboradas a partir de la recogida y reutilización de material textil suave que, mediante minuciosos procesos tradicionales de costura a mano del sur de Colombia, se convierten en piezas únicas, livianas y duraderas con sentido estético, ecológico y divertido.

La línea estética de la colección está inspirada en la esencia del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto.



## HUITZITZILIN

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. HONDURAS

**Diana Martínez**

Estudio Joyería Rosalila. 2014

Cliente CAC-UNAH

Las piezas de esta serie están fabricadas en plata 925 usando diversas técnicas. En el caso del collar el proceso comienza estirando y refogando el material, logrando un hilo con el grosor idóneo para el armado de cada eslabón; los eslabones se anudan y por gravedad se acomodan formando una manada de colibríes. Para los aretes se utilizó el proceso de cera perdida, manejando su escultura previa en cera. La inspiración de la serie es el colibrí esmeralda, especie endémica de Honduras, que en lengua Náhuatl se traduce como *huitzitzilin*. Su hábitat natural son los bosques y matorrales tropicales. La especie está en peligro de extinción.

Ambas piezas son creaciones modernas e innovadoras que buscan demostrar la nobleza de la plata pero también representan el espíritu emprendedor y libre del colibrí. Su aleteo es un símbolo del infinito y la continuidad, cualidad que nos recuerda que debemos ser persistentes en la búsqueda de nuestros sueños: al observar a los colibríes vemos que son incansables, siempre en pos del néctar más dulce, lo que nos trasmite que debemos perseguir siempre lo bueno en la vida y la belleza de cada día.



## CAPA EN BABY ALPACA BORDADA

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. BOLIVIA

**Juan Carlos Pereira Paz**

[www.glossom.com/jcpereira](http://www.glossom.com/jcpereira)

Estudio Juan de La Paz. 2014

Retomando los volúmenes de Cristóbal Balenciaga y haciendo una comparación con las esculturas de Marina Núñez del Prado se plantea una prenda tejida en punto que, simulando la textura del musgo que crece en la hostilidad de la cordillera, pretende indagar en la idea de la elegancia andina.

La prenda ha sido elaborada por un colectivo de mujeres artesanas que radican en la ciudad de El Alto y trabajan bajo las normas del comercio justo.



## SILLA BISAGRA

**FINALISTA** DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. COLOMBIA

**Juan Pablo Blanco Nieto**

Estudio Juan Pablo Blanco. 2013

Ciente Juan Pablo Blanco

El proyecto busca cambiar la percepción general del mueble de madera como una propuesta pesada, rígida e inflexible. Por ello, esta silla se diseñó para utilizar al máximo las propiedades físicas de la madera, llevando sus dimensiones y proporciones a la mínima expresión sin descuidar en ningún momento la integridad y funcionalidad. Usando técnicas tradicionales en el arte de la ebanistería y empleando el sencillo funcionamiento de la bisagra, el proyecto fusiona los tres componentes básicos de una silla (asiento, patas y espaldar) en un mecanismo con tres bisagras independientes pero que mantienen el mismo eje en común. Esto le otorga una apariencia de sencillez, con líneas limpias muy definidas que ofrecen una idea *fresca* de un mueble de madera.



## SERIE ODE TO INTUICIÓN

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. COSTA RICA

**Juli Bolaños-Durman**

Estudio Juli Bolaños-Durman. 2013

[www.julibd.com](http://www.julibd.com)

Serie compuesta por 45 objetos esculturales, no funcionales, que quieren transmitir la esencia de preciosidad y juego. Según la autora: *Cuando pienso en algo que es precioso, no sólo me refiero a su valor o a la calidad de los materiales sino más bien a lo que cada uno de ellos representa y su potencial para ser transformado. Me encuentro escogiendo y atesorando objetos que cuentan historias y que representan vínculos afectivos. Por eso es fundamental para mí como artista y mi proceso de creación tratar de dar el mismo significado a todo aquello que yo materialice, sin importar de dónde vino o cómo fue construido. Con mi trabajo quiero crear piezas auténticas que fueron concebidas intuitivamente por medio del juego al interactuar con los materiales e invitar al espectador a ser parte del proceso. Así fue como nació la serie Ode to Intuición.*

Cada una de las piezas está compuesta por piezas de vidrio soplado y vidrio reutilizado, creando una combinación completamente única; sus nombres responden a sus características particulares, que hacen referencia a las raíces latinoamericanas y a la experiencia vivida en el extranjero por la autora.





## ENVELOPE

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. PORTUGAL

**Julieta do Vale**

Estudio **Julietainspace**. 2014

[www.envelope-julietainspace.tumblr.com](http://www.envelope-julietainspace.tumblr.com)

Edições limitadas de elegantes malas de mão, práticas e refinadas ao mesmo tempo. Peças desenhadas e feitas à mão com tecidos e materiais de qualidade com muita dedicação em cada detalhe. Esta última coleção consiste em malas em forma de envelope com tecidos adamascados ou outros tecidos especiais que se vão desabrindo.



## IN/FORMAL. ENCUENTROS URBANOS PARA LOS PRÓXIMOS 100 AÑOS

**FINALISTA** DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. PERÚ

**Sharif S. Kahatt, Mateo Eiletz, Claudia Ortigas, Arturo Higa, José Orrego**

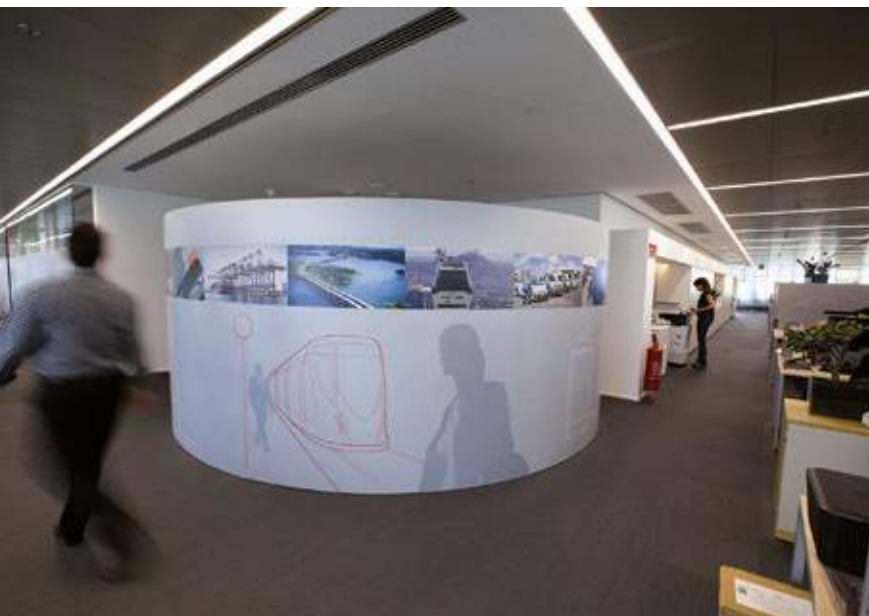
Estudio K+M Arquitectura y Urbanismo, Eiletz | Ortigas Arquitectos, Sputnik, Metrópolis. 2014 [www.kmasm.com](http://www.kmasm.com)

Cliente Fundación Wiese, Diario El Comercio

A través de los encuentros entre lo formal y lo informal en la ciudad, la modernidad peruana ha sentado las bases de la nueva arquitectura y el nuevo urbanismo para los próximos cien años. Particularmente, en la arquitectura de la vivienda colectiva estos encuentros exponen los conflictos políticos, sociales y económicos y los ideales de la población, integrándolos en el espacio social, el territorio y la cultura material. Se reseña el proceso de absorción de la modernidad en el cual se entremezclan movimientos culturales para crear una modernidad híbrida, que produce las bases para el crecimiento de la sociedad en los próximos años.

En este espacio, el pórtico de ingreso muestra la coyuntura producida en Lima en 1946 por la Unidad Vecinal 3 y la *invasión* del cerro San Cosme, las mesas exponen cinco estrategias diferentes de hacer urbanismo que han dado forma a las ciudades contemporáneas peruanas, las paredes presentan una línea de tiempo con un eje central dedicado a los proyectos de vivienda colectiva que han producido la híbrida y moderna ciudad peruana y en la pantalla se proyecta un video de la actual vida urbana en Lima.





## EDIFÍCIO ODEBRECHT SÃO PAULO. SINALIZAÇÃO E AMBIENTAÇÃO

DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. BRASIL

**Luis Castelari, Nishimura, Karen Suemi Kohatsu, Karen Stolt, Carla Pellin, Ana Paula Leone, Marco Tomazelli, Felipe Castellari**

Estudio Keenwork Design

[www.keenwork.com.br](http://www.keenwork.com.br)

Projeto de conceituação e desenvolvimento de sinalização e ambientação do novo Edifício Odebrecht São Paulo abrangendo todos os andares do edifício e áreas externas.

A sinalização foi criada totalmente harmonizada à arquitetura do edifício, com especial atenção aos materiais, cores e formas. A ambientação buscou inspirar e envolver as pessoas, integrando as 12 áreas de Negócios da Organização.

O objetivo foi criar um ambiente de marca em todo o edifício, valorizando a cultura empresarial Odebrecht e a integração das diferentes áreas de atuação.

Criamos um sistema de sinalização e ambientação que traduziu os valores da marca Odebrecht, ao mesmo tempo integrou-se à arquitetura e promoveu a interação do edifício com as pessoas. Criamos em cada espaço uma experiência diferente, trazendo a cultura e a marca Odebrecht de uma forma agradável, leve e motivadora.

A escolha dos materiais que compõem o sistema de sinalização e ambientação traduz a diretriz acima: chapa de ACM, acrílico, iluminação em led, painel de vidro, chapa de poliestireno e adesivo de vinil fosco.



## KEEP CALM AND DESIGN STUFF

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. BOLÍVIA

**María Alejandra Cornejo, Estefanía Eid, María Reneé Rodríguez Clavijo**

Estudio Keep Calm and Design Stuff. 2013

Las integrantes del estudio Keep Calm & Design Stuff tienen como objeto de diseño a la llama, animal típico de la zona andina de Sudamérica, el cual es un símbolo de la cultura boliviana y parte de la identidad de la ciudad de La Paz.

A partir del diseño, la llama se transforma en un icono de actualidad para una generación que lucha por saber quién es, en una realidad con diferentes representaciones de sí misma. Se humanizó al animal en situaciones familiares, cotidianas y con bastantes rasgos de la cultura pop global, obteniendo como resultado el rescate de un símbolo típico y rural para traerlo hacia la cultura urbana como un icono pop y exportándolo con un sentido no tradicional.

La versatilidad que ofrecen los diseños permite utilizarlos en diferentes accesorios y productos, que no sólo son prácticos sino que se constituyen como extensión de la identidad de una generación.



## FLOWER BEAT

**FINALISTA** DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. COLOMBIA

**Erika Vargas**

Estudio Kika Vargas. 2014

[www.kikavargas.com](http://www.kikavargas.com)

*Flower Beat* es el nombre de la colección con la que la diseñadora bogotana Kika Vargas sorprendió en su pasarela apoyada por Infashion en el marco de Colombiamoda 2014.

Se trata de una colección que refleja el estilo de vida de la mujer para la que diseña, femenina, glamurosa, elegante y sofisticada. Es un repertorio de prendas rico en texturas en las que los bordados, los brocados, los juegos de volumen, la construcción de estructuras, capas y cortes son los protagonistas. Su paleta de color se enmarcó en tonos pasteles como el rosa pálido y en el blanco, negro y dorado, pero sin duda los colores protagonistas fueron el rojo sangre y el azul rey en prendas clave como los abrigos y vestidos volumétricos.

La mejor forma de llevar su inspiración principal, las flores, al vestuario fue creando apliques y estampados que emulaban la naturalidad de la flor superpuesta a la elegancia de la mujer actual. *Flower Beat* es el nombre de la propuesta diseñada, un juego de volúmenes y piezas muy estructuradas, a las que se añadió una premisa: la opulencia es un lujo que se lleva en cualquier ocasión. Las flores fueron su gran inspiración.



## BIRDS OF ECUADOR (AVES DE ECUADOR)

**FINALISTA** DISEÑO DIGITAL. ECUADOR

**Alberto (Kiko) Rodríguez Pérez, Murray Cooper, Dimitrov Justiz, Juan Freile, Alejandro Solano-Ugalde, Niels Krabbe**

Estudio kikoplastic. 2014

[www.kikoplastic.com](http://www.kikoplastic.com)

*Aves de Ecuador* es una aplicación para dispositivos móviles, creada para extender la idea de la importancia de las aves en Ecuador. Indirectamente, se pretende mediante el disfrute de la imagen generar identificación con el entorno natural y conciencia ecológica.

Ecuador se ha ganado la reputación de ser *El País de las Aves* por tener la diversidad más alta en el planeta en relación a su tamaño. *Aves de Ecuador* muestra alrededor de 1.400 imágenes únicas de las 350 especies de aves más importantes del país, acompañadas de su descripción, mapas de hábitats y cantos. Todas las imágenes del proyecto han sido tomadas en entornos silvestres con luz natural.

El App está a caballo entre una guía científica y un libro digital de fotografías. Las características de las pantallas de los dispositivos móviles permiten apreciar las fotos de mejor manera que las guías impresas comunes, limitadas por el tamaño de las imágenes, el peso y su costo final al público. Inicialmente se desarrolló en inglés, porque es el idioma que concentra el mayor porcentaje de aficionados a las aves en el planeta. En una segunda fase se desarrollará en español y se ampliará a otras plataformas y sistemas operativos.





## INTERSTICIO

DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. PERÚ

**Michelle Álvarez Rozas, Johana Flores,  
Claudia Hermosilla, Anjara Rodríguez**

Estudio Kinsa. 2013

Cliente La Despensa

Intersticio nace de la transformación de un error. Como materia prima se utilizaron los mapas fallidos de la primera edición del LIMAP —mapa limeño de tiendas, galerías de arte y diseño publicado por La Despensa— que contenían once erratas, lo que obligó a reimprimir sus 20.000 ejemplares.

Aprovechando la gráfica del mapa nació la idea de hacer una intervención urbana en la que los ejemplares de LIMAP fueran transformados en una forma escultórica resucitándolos a través del corte y el plegado. Kinsa + Mona Herbe tomaron el triángulo como elemento básico, organizador y unificador de un sistema replicable, flexible y capaz de ser adaptado a las superficies de la galería.

La propuesta presenta 2.120 mapas que han sido reutilizados y explotados a nivel de formato y diseño para crear 16.000 módulos que, al ser ensamblados, crean una gran alfombra de papel en una composición que se rige por patrones de color y textura. La superficie modular (de 6 x 3 m.) se cuelga de una estructura de acero que, a su vez, es suspendida del techo y continúa por la pared. La intervención original ocupaba el espacio de entrada sirviendo de espacio intermedio o intersticio entre la galería y la ciudad.



## CREACIÓN DE IDENTIDAD PARA UBER SHOP

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. PANAMÁ

**Laura Arias, Carla Lachman**

Estudio Kiosco Creativo. 2014

[www.kiosco-creativo.com](http://www.kiosco-creativo.com)

Cliente Uber Shop

Diseño integral de imagen para Uber Shop, una boutique de ropa y accesorios para mujeres cuyo estilo, divertido y vanguardista, se quería representar en su identidad. Para las propietarias era importante que tanto su marca como el ambiente de la boutique fuesen femeninos, modernos y muy acogedores. Sobre esta base se desarrolló el proyecto que incluyó la creación del logo, la bolsa y las etiquetas, entre otras piezas de papelería y comunicación; asimismo, se aplicó el diseño al espacio de la tienda, elaborando un papel tapiz y una pared troquelada con el patrón de la marca.



## KOI

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. URUGUAY

**Cecilia Rodríguez Oddone, Alejandra Rodríguez Destouet**

Estudio KOI. 2014

[www.cargocollective.com/koitextiles](http://www.cargocollective.com/koitextiles)

KOI utiliza la serigrafía y el estampado a mano para lograr piezas únicas y a veces inesperadas, cuyas formas y colores son en sí mismos una forma de expresión. Para llegar a esto se confía en la riqueza de cada etapa del trabajo, así como en la permanente construcción que surge de la creación personal y el juego en grupo. De este modo, investigando y transformando, se construye la identidad KOI, al tiempo que se cuidan los procesos de creación y producción de las piezas.

Para la realización se usan tintas al agua hechas en el mercado local y telas de fibras naturales. Quien desea una pieza participa en su creación, eligiendo la tela base, la estampa y los colores. Cliente y estudio piensan a la par en todos estos elementos, sabiendo que la producción manual implica tiempos y costos que la alejan del consumo rápido a la vez que le aportan personalización y calidez. A través de los telones KOI se muestra la esencia del trabajo: la nobleza de la tela natural, el valor de la estampa no seriada, del color cuidadosamente elegido y de la serigrafía. Los desarrollos de producción y creación son los que mueven el proyecto. Al final surge la pieza.



## IMAGEN DE LA MIGRACIÓN EN EL ESPACIO URBANO DE BERLÍN

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. ARGENTINA

**Florencia Young, Marula Di Como**

Estudio Kollektiv Migrantas. 2013

[www.migrantas.org](http://www.migrantas.org)

Cliente Concurso Intercultural del Senado Berlínés

*Migrantas* se propone hacer visible en el espacio urbano, a través de sus pictogramas, las reflexiones y sentimientos de los migrantes vinculados a la vida en un nuevo país.

La exposición ofrece un espacio para el intercambio y evaluación del proyecto por parte de los participantes de los talleres. De ese modo, además, sus reflexiones trascienden el ámbito en el que surgieron y alcanzan a un público más amplio. Al ver sus producciones expuestas en común, los participantes de los talleres se ven legitimados y reconocidos. Los visitantes tienen a su vez oportunidad de acercarse a las experiencias y reflexiones de los migrantes.

La instalación de los pictogramas en el espacio público es el aspecto decisivo del trabajo de Migrantas. En este proyecto se realizaron afiches de publicidad en vía urbana, distribución de postales gratuitas y gigantografía en empalizada de obra. El objetivo es siempre integrar la subjetividad del migrante al paisaje de la ciudad. Al hacerse visibles sus producciones en la calle, los migrantes pueden reconocerse en el paisaje urbano: la ciudad habla de ellos. Las acciones interpelan a los transeúntes y les proponen un estímulo para la reflexión.





## KOMONI

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. MÉXICO

**Daniela Elguero, Susana Torres**

Estudio Komoni. 2012

[www.dani-e6.wix.com/komoni](http://www.dani-e6.wix.com/komoni)

Productos innovadores hechos a mano principalmente con textiles mexicanos en calzado, vestimenta y accesorios. Poseen rasgos mexicanos basados en las artesanías tradicionales, ofreciendo buena calidad y un diseño creativo.

Komoni nació por la pasión hacia la cultura mexicana y a partir de las necesidades latentes de la sociedad, buscando que la riqueza cultural y artesanal del país sea reconocida mundialmente. El proyecto, además, ayuda a mejorar la calidad de vida de los indígenas mexicanos, dando a conocer sus artesanías y logrando que se valore su trabajo mediante un comercio justo. También la manufactura y los recursos provienen de México, la empresa es 100% mexicana y se preocupa por la sustentabilidad y por ser socialmente responsable. Los productos fusionan el arte tradicional con el contemporáneo, dando a conocer diferentes técnicas de tejido y bordado y el trabajo requerido para su realización.

La empresa es sustentable ya que se preocupa por el ciclo total de vida del producto, desde la producción, empaque y transporte hasta su desecho y reciclaje.



## ESCENOGRAFÍA PLAY

DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. EL SALVADOR

**Alejandro Majano Choto Cruz**

[www.alejandromajano.com](http://www.alejandromajano.com)

Estudio Kw Design. 2012

Cliente **Telecorporación Salvadoreña, TCS**

*Beats* musicales, barras de compás de notación musical, ritmo, forma y estructura se materializan en esta arquitectura escultórica que rinde tributo a todos los músicos que nos deleitan con sus personales y únicas partituras.

La arquitectura de Play busca romper el equilibrio del silencio, logrando mabares con sus formas que, a pesar de su geometría, rompen con lo convencional. Los colores armónicos y brillantes nos transportan a una fiesta visual que, en compás con el espacio, nos abrazan y llevan a un mundo paralelo. La música se transforma en la mejor vía de escape de la monotonía y estrés de la vida cotidiana, dando *play* a nuestros sentidos e imaginación.



## IMAGINANTES

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. GUATEMALA

**David Bozareyes**

Estudio La Fototeca / Universidad de San Carlos de Guatemala. 2014

*Los Imaginantes son aquellos que ven lo que no se puede ver, saltan los límites del pensamiento, despiertan nuestra capacidad de asombro y nos recuerdan que nuestra especie se llama Imaginantes.* José Gordon.

Una imagen es una composición mental, que existe únicamente en la mente y los sueños de un creativo; sin embargo puede hacerse tangible cuando se encuentran los medios para ello, en este caso la fotografía. Es entonces cuando, por medio de la expresión fotográfica, se logran composiciones fantásticas y surrealistas. El fotógrafo se convierte entonces en vehículo para la expresión que permitirá el desborde de creatividad, llegando a puntos lejanos e irreales como muestran las realizaciones de este proyecto.

Mediante el uso de la técnica del collage, elaborado con fotografías de estudiantes (en su mayoría de diplomados de 2012 y 2013) se reflejan la unión, cohesión y colaboración representativas del diplomado como proyecto, pues cada imagen está formada por muchas más: lo que somos hoy es el resultado del esfuerzo que todos hicieron ayer.



## COLECCIÓN HERÁLDICA DECO

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. COLOMBIA

**Federico Castrillón Vélez**

Estudio La Libertad. 2013

[www.vivalalibertad.com](http://www.vivalalibertad.com)

La colección se generó a partir de los clásicos símbolos de la heráldica tradicional, tratando de construir, desde el esquema gráfico de los emblemas de armas, nuevas piezas con una estructura geométrica ornamental. Se tomaron referentes clásicos del medievo y de antiguos imperios para acentuar el tono esotérico y un tanto religioso de la marca, entendiendo religioso como místico, relativo al uso histórico de la joya como amuleto más que como mero ornamento.





## LA SEÑORA

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. EL SALVADOR

**Adriana Hayem, Oscar Velásquez**

Estudio La Señora. 2012

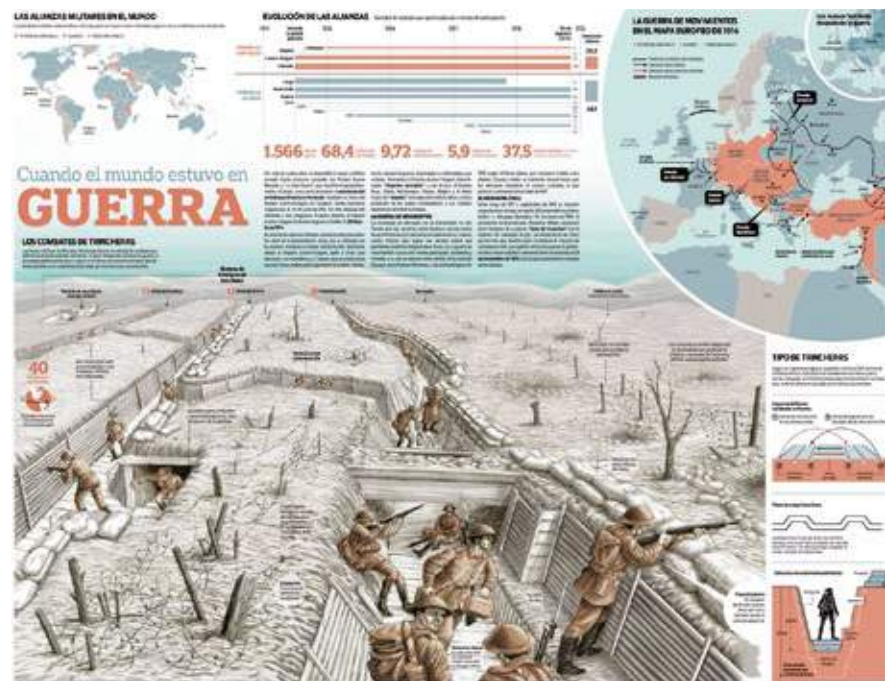
[www.lasenoradesign.com](http://www.lasenoradesign.com)

La Señora *Diseños para el alma, la vida y el hogar* es un estudio de diseño de superficies fundado en el año 2012 por Adriana Hayem y Oscar Velásquez. Se dedican a la realización de diseños en formato digital para su posterior aplicación a la superficie de un producto de variada gama: libretas, corbatas, cojines, tazas, camisetas o bolsos, entre otros.

Su inspiración proviene de lo que ven a diario en su país: colores, texturas, ruidos, silencios eternos, la playa, la montaña y la gente. Como emprendedores creen que su misión es transformar su país en un referente de diseño, buscando posicionar el diseño salvadoreño a nivel mundial y crear una marca país.

A nivel local, contribuyen al crecimiento de la economía partiendo de la contratación de pequeños talleres y artesanos, enseñándoles nuevos procesos de producción y adaptando procesos artesanales a estándares de calidad internacional.

Sus productos se venden a nivel mundial en [society6.com](http://society6.com); en El Salvador están presentes The Carrot Concept, Almacenes Siman y Tres Puntos.



## LA VOZ DEL INTERIOR

**FINALISTA** DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. ARGENTINA

**Juan Colombato**

[www.zavekainfografica.blogspot.com.ar](http://www.zavekainfografica.blogspot.com.ar)

Estudio La Voz del Interior. 2012

Infografías que responden a la importancia de la accesibilidad y comprensión de la información para la sociedad. El diseño de información visual impone requisitos de universalidad y de fácil acceso para un amplio espectro de lectores que buscan informarse de manera distinta.

Se utilizó un diseño sencillo, con uso del color como información y una jerarquía de elementos icónicos para preparar al lector a un recorrido gráfico-periodístico. Se parte de la idea de que la infografía también debe tener aspectos culturales de una región y la estética debe transmitir, de alguna manera, la temática tratada.

Se utilizaron dos técnicas diferentes: si los temas eran de carácter informativo, los datos fueron tratados de una manera más limpia, con mapas temáticos que combinaban datos estadísticos y geográficos, mientras que los referidos a temas históricos fueron graficados de una manera más plástica con dibujos explicativos basados en informaciones técnicas o científicas.



## SERIE C / VAJILLAS

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. VENEZUELA

**Rodolfo Agrella**

[www.rodolfoagrella.com](http://www.rodolfoagrella.com)

Estudio **Laa! Design Studio**. 2013

*Serie C | Vajilla* es el inicio del sistema de productos utilitarios diseñados por Rodolfo Agrella que parten de los preceptos establecidos por el venezolano Manuel Antonio Carreño Muñoz en su *Manual* de 1853. En el *Manual de Carreño*, como es conocido el texto, se establecen las normativas y códigos sociales sobre los buenos modales y la urbanidad de la época con el fin de relacionarse correctamente dentro del contexto social, convirtiéndose este compendio en referencia latinoamericana del protocolo y la etiqueta.

Estudiados los lineamientos del *Manual*, el diseñador reinterpretó de manera contemporánea sus artículos y desarrolló el set de servicio de seis piezas ejecutadas en porcelana, brindando una nueva manera de entender el protocolo gracias a la codificación gráfica de la cubertería. Así, se colocaron patrones marcados en cada pieza de la vajilla donde se indica -con espíritu siempre lúdico- la correcta ubicación de los cubiertos tras haber ingerido los alimentos.

Este producto, como herramienta educativa, busca reconciliar las dinámicas de la mesa dentro de la sociedad actual, recuperando los modales bajo la perspectiva contemporánea.



## MUEBLE ROCKOCO

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. BOLIVIA

**Carla Viviana Giménez Arce, Alejandro Llobet Navajas**

Estudio **Lahostia**. 2013

[www.lahostia.org](http://www.lahostia.org)

Mueble elaborado con madera certificada, cuerpo superior de láminas de MDF con terminación de pintura laqueada en color morado (exterior) y color negro (interior). Patas y cuerno lateral de madera *mara* tratada con terminación de pintura laqueada en color amarillo. El mueble posee un compartimiento interior para guardar o exponer objetos según preferencia del usuario.







## LAMA

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. PERÚ

**Neil Gayoso, Sara Vilchez**

Estudio Lama. 2014

[www.lama.pe](http://www.lama.pe)

*Lama* es un proyecto de ropa y accesorios que nace impulsado por el arte con la intención final de llegar a ser más que una marca. El proyecto nació hace siete años a través de encuentros casuales, la exploración, el error y la pasión por generar un impacto en las personas que interactúan con sus productos.

Lama es una empresa de ropa en constante crecimiento y cada pieza posee una fuerte relación con el momento, nuestro tiempo, nuestro hogar, los lugares donde viajamos y las personas que nos rodean.

Si bien su centro de trabajo es Lima, la intención de la marca es formar parte de un movimiento mucho más grande sin perder por ello la libertad de crear a su manera.



## OLITHAS

**FINALISTA** DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. PUERTO RICO

**Efraín E. Vélez**

Estudio Landscape Forms. 2013

[www.landscapeforms.com](http://www.landscapeforms.com)

Cliente *Olithas*

*Olithas* es una colección de mobiliario para terrazas basado en la idea de suspender losas en el aire y crear una ilusión de ligereza. El concepto surge de un juego de palabras que combina la sensación dinámica de una ola con la rigidez y tactilidad de una piedra, *lithos* (piedra en griego). El resultado, más que un morfema, es un nuevo, consistente y elegante vocabulario de composición para metal y cemento.

*Olithas* representa un conjunto de logros técnicos con un fuerte legado: su proceso experimental y génesis conceptual. Su iteración comercial es la de una mesa de picnic con el propósito de crear ambientes de interacción social. Su forma está dirigida a una sensibilidad de fuerte identidad, pero compatible con una amplia gama de vocabularios de diseño, arquitectura y paisajismo.

Se ofrecen versiones en acero inoxidable o pintado, con cuatro opciones de color para el cemento: blanco, negro, gris y crema. Destacan elementos como el sutil pliegue de las losas en cada banca y los puntos de enlace del armazón. Cada punto de unión en el armazón fue diseñado y fundido con el propósito de lograr el nivel más elevado de sofisticación y dificultad para replicar por otros fabricantes.



## EXPOSICIÓN ALMA MÍA

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. ECUADOR

**Diego Coba, Andrea Celi, Patricio Chávez, Daniel Noboa, Christian Monsch**

Estudio Lápiz y Papel. 2013

[www.lapizypapel.ec](http://www.lapizypapel.ec)

Cliente Fundación Museos de la Ciudad de Quito

*Alma Mía: Simbolismo y Modernidad* es una exposición desarrollada por el Museo de la Ciudad de Quito. Su soporte oscuro reproduce el carácter nocturno y bohemio propio del simbolismo.

Mediante la cromática de las obras de arte y sus formas se produjo una primera sensación perceptiva en el espectador. A través de un ejercicio de deco-dificación en la lectura se generaron fascinación, misterio y expectativa.



## RESTAURANTE EL HUACAL

**FINALISTA** DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. MÉXICO

**Mauricio Lara, Sebastián Lara**

Estudio Lara Hnos. 2012

[www.eosmexico.com](http://www.eosmexico.com)

Cliente El Huacal

Diseño integral para un restaurante de espíritu natural y orgánico desarrollado totalmente: concepto general, remodelación arquitectónica e interior, paisajismo en fachada y terraza, iluminación, mobiliario y objetos.

Se trata de un lugar creado con materiales naturales y reciclados. En algunos muros se recuperaron los ladrillos originales, que se destacaron con el proyecto de iluminación. El piso de mosaico tradicional fue especialmente diseñado y se inspira en cajas de huacal. La celosía de barro exterior reduce el sonido de la avenida y refresca el lugar, además de cubrir con ella los volúmenes originales de la finca y configurar una sola fachada geométrica simulando un huacal. Se trabajó con artesanos de Tlajomulco de Zúñiga Jalisco para desarrollar lavabos de piedra basáltica en los baños. Las piezas del muro escultórico realizadas por artesanos tejedores de palma están inspiradas en las hojas de los árboles *ficus* tradicionales en Guadalajara. El muro verde de la terraza, construido con puertas de chatarra recuperadas, permite a las plantas crecer por las ventanas y apropiarse del espacio. Cuando llueve, el piso de barro aporta el singular aroma a tierra mojada.





## DISEÑO LÍNEA GRÁFICA PARA TAKE A CAKE

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. EL SALVADOR

**Laura Mendoza Vela**

Estudio **Laura Mendoza Vela**. 2013

Ciente **Take a cake / Madrid**

Gráfica para *Take a Cake*, marca con sede en Madrid. Proyecto joven de carácter multidisciplinar, en él se conjugan la creatividad, las artes y la pastelería artesanal internacional. Es una pastelería tipo *pop up* y cada vez que se despliega en un lugar se produce un evento artístico participativo, generando un espacio de encuentro e intercambio.

La gráfica se desarrolló a partir de la creación de un personaje como elemento distintivo visual y que permite ser aplicado de forma independiente a diferentes espacios, objetos o superficies, con una sensación de cierta nostalgia pero a la vez contemporáneo, un personaje entrañable al que puede sucederle cualquier tipo de situación fantástica.

La gráfica se ha aplicado a tarjetas de visita, viñetas para empaques y elementos de carácter promocional. Se han generado, además, una serie de productos: *Las historias del Sr. Nuno* -recortables con historias cortas originales del proyecto-, postales, tazas y camisetas. Este es un proyecto en crecimiento, por lo que las piezas debían ser prácticas, para reproducción por demanda, y de fácil utilización; algunas son adhesivas y también sirven de cierre y otras se ensamblan en el momento según necesidad.



## IMAGEN Y PACKAGING DE BOTELLA DE VINOS DEL MUNDO PARA CONSUMO EN EL PARAGUAY

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. PARAGUAY

**Laura Piñeiro**

Estudio **Laura Piñeiro**. 2014

[www.laurapiñeiro.net](http://www.laurapiñeiro.net)

Ciente **Distribuidora Gloria**

Diseño de marca y etiquetas para una empresa importadora de vinos.

El Paraguay no es productor de vinos pero en los últimos años hay un auge en la cultura de consumo del mismo. Esto ha generado un aumento en la importación de variedad de caldos para el mercado local.

El cliente poseía una gran división de vinos y había que darle identidad así como a cada clase de vino: debían tener un contenedor común para todas las regiones donde al mismo tiempo se comunicara la gama ofertada.

La marca se creó a partir de gotas de vinos superpuestas expandiéndose, generando a nivel visual mucho movimiento. Las submarcas, que son las cinco regiones productoras más importantes del mundo, se crearon a partir de los mismos módulos; así, si se presenta una región de modo independiente recuerda al logo madre.



## LIBRERÍA MÓVIL

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. PERÚ

**Álvaro Chang-Say, José Antonio Mesones, Gustavo Rodríguez, Álvaro Lasso**

Estudio más diseño. 2012

Cliente Libromóvil

[www.libromovil.pe](http://www.libromovil.pe)

El Perú es uno de los países con mayor analfabetismo funcional. Una de las razones es el deficiente acceso a los libros: las bibliotecas no están integradas en redes y son pocas si se comparan con la población (una por cada 700.000 personas). Pero en las calles de las ciudades peruanas se puede adquirir prácticamente todo. ¿Por qué no hacerlo con los libros? Así nació la idea de *Libromóvil*, una red de librerías ambulantes.

El diseño del módulo fue el primer desafío: tenía que ser llamativo en la calle, liviano para su acarreo, sólido para su funcionamiento diario y deseable en su personalidad. La solución implicó una estructura modular, de unidades plegables de dos cuerpos que puede llegar a tener hasta tres de estos módulos. La seguridad de la mercadería para su almacenamiento nocturno es posible cuando los módulos se cierran como un libro, lo que permite colocarles un cerrojo. La solidez y levedad se logró con una estructura metálica que soporta cajas plásticas para frutos agrícolas. El logotipo es muy simple y visible a distancia: las dos *O* de Libromóvil simbolizan las ruedas y también los ojos. Una síntesis sin florituras que condensa tanto el hecho de leer como la idea de movilidad.



## LEDSCAPE

DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. PORTUGAL

**Diogo Aguiar, Teresa Otto, João Jesus**

Estudio LIKEarchitects. 2012

[www.likearchitects.com](http://www.likearchitects.com)

Cliente Ikea

*LEDscape* é uma instalação arquitectónica que trabalha a luz como um elemento construtivo de espaço e de paisagem, desafiando os transeuntes a uma experiência interativa. Enfatizando a importância da tecnologia LED na sustentabilidade do futuro, *LEDscape* dedica-se à construção de narrativas introspectivas, por vezes associadas ao marketing ou à publicidade, convidando à reflexão através de um caminho gradualmente iluminado com centenas de pontos de luz.





## COLECCIÓN NADA QUE OCULTAR

DISEÑO DE MODA, TEXTIL Y COMPLEMENTOS. ARGENTINA

**Lorena Sosa**

Estudio Lorena Sosa/Terceto. 2014

[www.lorenasosa.com.ar](http://www.lorenasosa.com.ar)

Colección de carteras nacida de la idea de hacer más transparentes los diseños, de poder ver a través del objeto a las personas y hacer visible lo que no está al alcance de nuestros ojos. Según la autora: *Me motiva desafiar los límites, y es por esto que los diseños son creados a través de diversos planos independientes que, ensamblados, generan un todo. Lo primero y más importante es lograr conectar una idea a su expresión más simple.*

Piezas íntegramente hechas a mano por artesanos especialistas, encajan a la perfección con otras realizadas mediante técnicas sofisticadas. El textil es el medio blando con el que se unen todos los materiales y otorga funcionalidad a las piezas.



## SABONETES

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. PORTUGAL

**Luis Mendonça, Rui Mendonça**

Estudio Luis Mendonça, Rui Mendonça. 2013

Cliente Alkymist

[www.alkymist.pt](http://www.alkymist.pt)

A partir das privilegiadas condições climáticas de Portugal –que permitem a obtenção de matérias-primas de reconhecido valor– e da aliança entre a qualidade do produto e um design contemporâneo, sofisticado e único, surgem os sabonetes de leite animal e frutos. Leites selecionados e extratos de frutas e de plantas são combinados para proporcionar cuidados especiais e sensações inspiradoras.

Cada sabonete tem uma personalidade forte e suave e todos eles encerram e revelam fragrâncias abundantes e discretas: uma visita às paisagens portuguesas.



## CHÁS BIOLÓGICOS

**FINALISTA** DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. PORTUGAL

**Luis Mendonça, Rui Mendonça**

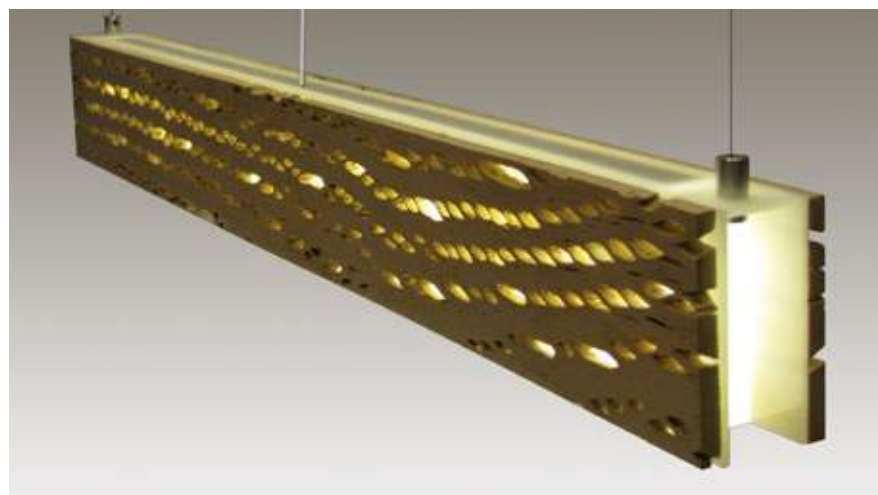
Estudio Luis Mendonça, Rui Mendonça. 2012

Cliente **Alkymist**

[www.alkymist.pt](http://www.alkymist.pt)

Esta embalagem composta por 15 chás biológicos, distribuídos numa colorida composição de alta qualidade, irá certamente ficar muito bem enquadrada numa cozinha, numa mesa ou numa estante. Escolher um chá para beber tornou-se muito mais divertido: porque não dar asas à imaginação e simular uma experiência de laboratório, provida de tubos de ensaio e conteúdo orgânico?

Para além disso, a ergonomia e fácil transporte deste conjunto permitem que, neste ritual familiar, diferente e experimental, cada um possa escolher o seu chá de preferência, numa simultânea combinação de diversão e minimalismo, qualidade e sofisticação.



## AYMARA

**FINALISTA** DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. CHILE

**Ximena Muñoz Abogabir, Christina Hoenhmann, Cristian Dreyer, Mónica Labra**

Estudio Luxia. 2013

[www.luxialighting.com](http://www.luxialighting.com)

Cliente **Ruka**

*Aymara* es una familia de luminarias realizada con madera de cactus, proveniente del Desierto del Norte Grande de Chile. Este material es recolectado y trabajado por artesanos aymaras y atacameños y luego diseñado y manufacturado en los talleres del estudio.

La textura gruesa del cactus se resalta con la luz y contrasta con la liviandad y transparencia de los materiales contemporáneos.

El resultado son piezas únicas y con identidad, una fusión entre materiales y oficios nativos y el diseño y manufactura actuales.



## SHIKA STREET FOOD PROJECT

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. PORTUGAL

**Pedro Lima Ferreira, Vitor Claro, Helder Dias**

Estudio **MAAN Design Studio**. 2013

[www.maandesign.com](http://www.maandesign.com)

Cliente **Ruy Leão**

Na nossa sociedade o conceito de comida de rua acarreta uma conotação demasiado negativa –comida sem qualidade– O objectivo principal da *Shika Street Food Project* é contrariar esse estereótipo, numa primeira fase comum sushi-bar móvel que tentará recriar os sabores genuínos do Japão com iguarias de Portugal e posteriormente pretende se expandir para outros sabores. O ponto de partida para a criação de uma imagem comunicativa sólida e versátil foi a adopção de um elemento típico português - o azulejo. A sua estrutura modular e o seu fim decorativo é a base de todo o projecto, isto é, o objecto comunicativo possibilita um acompanhamento proporcional aos objectivos de expansão da marca.



## UN ESTACIONAMIENTO DÓNDE VIVE EL ARTE

DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. CHILE

**José Covarrubias, José Luis Valdés, Pamela Castillo, Camila Leivay, Totoy Zamudio**

Estudio **Magia Liquid**. 2012

[www.magialiquid.com](http://www.magialiquid.com)

Cliente **Mall Plaza Egaña**

Estacionamientos del centro comercial Mall Plaza convertidos en una nueva experiencia de bienvenida a los usuarios bajo la perspectiva de la sustentabilidad y mediante dibujos del artista chileno Totoy Zamudio. Cada piso fue representado como un atributo de la sustentabilidad del edificio (primero en Latinoamérica) simbolizado a través de la ilustración. Es así como se transformó un espacio funcional e inhóspito en un lugar lleno de vida, color y atractivo, un lugar donde vive el arte.





## IQUITOS

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. PERÚ

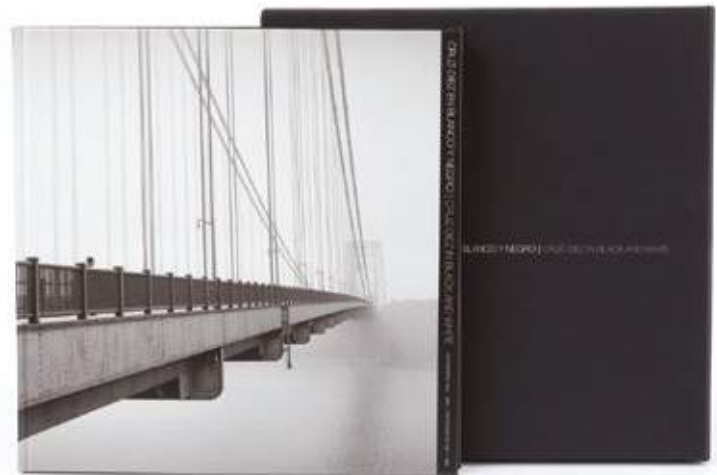
**José Antonio Mesones del Río**

Estudio **Mago**. 2014

[www.magoconcept.com](http://www.magoconcept.com)

Cliente **Varón Consultores**

*Iquitos* es un libro para conocer mejor a la principal ciudad de la Amazonía peruana. Reúne 38 artículos de más de 45 autores e investigadores de especialidades tan diversas como la paleontología, la ingeniería, la arqueología, la etnolingüística, la gastronomía o el arte, entre muchas otras. El resultado es un caleidoscopio de miradas que permite al lector acercarse a la cultura iquiteña desde múltiples ángulos. El concepto exterior del libro materializa la representación de la ciudad a través de uno de sus íconos principales, el azulejo portugués que cubre las fachadas de las antiguas casonas. A través del repujado y el acabado brillante se ha logrado una fiel reproducción de estos trozos de pared que el lector se lleva como un pedazo de historia. El libro está profusamente ilustrado con fotografías, mapas, infografías y reproducciones de las artes plásticas iquiteñas. En los textos se usa el verde fosforescente que representa la exuberancia de la ciudad y un *layout* simple, contemporáneo y ordenado que apoya la claridad del contenido y le da protagonismo y lucimiento al material gráfico.



## CRUZ-DÍEZ EN BLANCO Y NEGRO

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. VENEZUELA

**Manuel González Ruiz**

Estudio **Mago Atelier**. 2013

[www.magoatelier.com](http://www.magoatelier.com)

Cliente **Cruz-Díez Foundation**

A lo largo de toda su vida, Carlos Cruz-Díez, uno de los grandes pensadores del color, ha llevado siempre una cámara consigo. Este libro de gran formato nos muestra su faceta de fotógrafo y nos permite descubrir, gracias a una selección de imágenes en blanco y negro, un aspecto inédito de su obra. *Cruz-Díez en Blanco y Negro* es un recorrido por más de cuarenta años de vivencias, texturas y personajes que marcaron la obra del artista.





## BENCHMELADE

DISEÑO DE PRODUCTO / INDUSTRIAL. PUERTO RICO

**Martín Albarrán López, María del Mar Gómez**

Estudio Mar & Mar. 2013

Ciente David Rodríguez

*Benchmelade* es una serie de muebles hechos a mano diseñados en torno a la simplicidad honesta de la rueda de color, de la que toma el nombre.

Estas piezas pueden ser usados como banco, mesa o simplemente como un elemento de instalación.



## INAUGURACIÓN PLANTA TERMOSOLAR EL TESORO

DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. CHILE

**Agustín Quiroga Prieto, Pedro Castro, Nicolás Galdames, Diego Valenzuela, Carlos Ordenes**

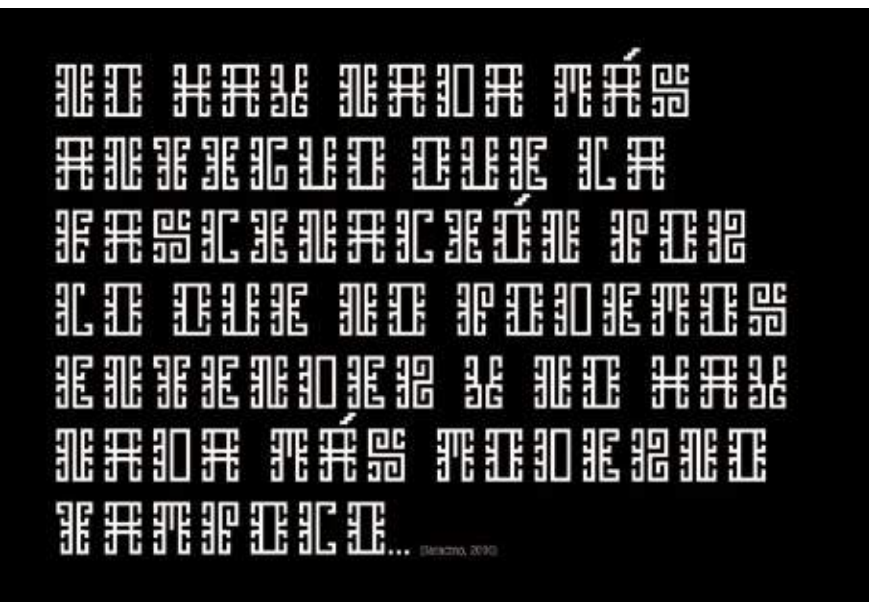
Estudio Mallco. 2013

[www.mallco.cl](http://www.mallco.cl)

Ciente Antofagasta Minerals

Proyecto de comunicación sobre una planta de energía termosolar. El objetivo era poder representar, mediante diferentes estrategias de diseño, cada uno de los temas que se querían comunicar para que los espectadores puedan identificar y entender de forma clara tanto la relevancia del contexto como la fuente principal que genera la energía, su captación y el proceso de operación y aplicación de la energía termosolar.

Para esto se diseñaron diferentes espacios de comunicación: el primero en el exterior, para dar a conocer la relevancia del contexto y el entorno para que opere la planta (propiedades climáticas y geográficas); un segundo espacio que fuera capaz de representar a través de un elemento central y llevar a escena al sol como generador de energía, que sirviera como un elemento simbólico y también para entregar contenidos; y un tercer espacio para poder ver la planta en operación tras haber entendido la importancia del contexto, el funcionamiento y la aplicación de la energía termosolar.



## PROYECTO TIPOGRÁFICO TIPOGLIFO

FINALISTA DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. ECUADOR

**César Fabián López Rivadeneira**

Estudio **Cosmos artediseño**. 2012

[www.cesarlopezrivadeneira.weebly.com](http://www.cesarlopezrivadeneira.weebly.com)

*Tipoglifo* es un proyecto tipográfico que representa al Ecuador en la Sexta Bienal de Tipografía Latinoamericana, Tipos Latinos 2014.

Al intentar entender cómo nace un sistema de comunicación rupestre resultó fascinante descubrir que cada glifo coincide en medidas y transformaciones; los petroglifos amazónicos marcan con su simetría una diferencia clara en comparación con otras representaciones y sus diseñadores ancestrales plantearon en toda su obra una búsqueda estructurada de un pensamiento visual naturalista, con un manejo muy acertado de la simplificación y la percepción visual. Algo tan elemental y tan complicado se presenta en *Tipoglifo*, tipografía para los pueblos latinos inspirada en la antigua geometría de las etnias amazónicas prehispánicas.



## BLOCK PARTY

DISEÑO DE ESPACIOS E INTERIORISMO. NICARAGUA

**Ricardo González Mejía, Oscar Caballero, Gerardo Alemán, Stephany Mendoza, Moisés García, Mario Puentes, Reynaldo Ruíz**

Estudio **Managua Lab**. 2013

[www.managualab.com](http://www.managualab.com)

Cliente **Totto Nicaragua**

El concepto general de la obra pretende transmitir el espíritu de la fiesta en la cuadra donde toda una comunidad se divierte y comparte en armonía conformando así una gran familia. Se logró la atmósfera apropiada creando una escenografía envolvente compuesta por dos hileras de cubos alineados en paredes opuestas del salón; durante el transcurso de la noche éstas van transformándose por medio de *video mapping* en avenidas, fábricas, estaciones de metro o zonas estampadas con graffitis con el fin de evocar distintos entornos urbanos. La música del DJ se sincroniza con la metamorfosis visual y el espacio se convierte en escenario para que un MC y un grupo de danza hip hop combinen sus actos de acrobacia y fuerza con la explosión de luces y un show de lasers. El resultado fue una noche memorable en la que se celebró el 10º aniversario de la firma Totto en Nicaragua.





## POPART TYPEFACE PUZZLE

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. PUERTO RICO

**Manuel Olmo Rodríguez**

Estudio Manuel Olmo Rodríguez. 2012

[www.behance.net/olmocs](http://www.behance.net/olmocs)

El rompecabezas se convierte en el medio para presentar la tipografía Popart, desarrollada en principio para el logo de un hotel que se ubica en San Juan, Puerto Rico. El rompecabezas alfabético presenta la tipografía Popart en su totalidad con treinta y seis piezas, veintiséis letras y números del 0 al 9.

Este proyecto surge de una prueba con la máquina de corte láser para demostrar las posibilidades de dicha máquina a los estudiantes del curso de tipografía que el diseñador ofrecía en la Universidad. El panel inferior del rompecabezas muestra un membrete personal con grabado láser. Para la producción final se utilizaron paneles de madera balsa y luego se les aplicó el color nogal.



## TAJADA DE SANDÍA

**FINALISTA** DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL. PANAMÁ

**Carlo Valdés**

Estudio Marcarlo. 2014

[www.marcarlo.com](http://www.marcarlo.com)

Cliente Tajada de Sandía

Diseño de imagen para una tienda de arte y surf con sala de exposiciones situada en Isla Colón - Bocas del Toro, República de Panamá. Su objetivo es asesorar y fortalecer marcas de artistas y artesanos de manera profesional. Está inspirada en el incidente violento ocurrido entre panameños y estadounidenses el 15 de abril de 1865, motivo de la primera intervención estadounidense en Panamá.