

Titulares

Diseño en Aragón

- Adiós a las cucharillas para el café: el nuevo invento que lucha contra el desperdicio. [\[leer\]](#)
- Aragón invita al turista nacional e internacional a "Venir de propio". [\[leer\]](#)
- Araven vuelve a innovar con el dosificador de salsas FIFO Fast para la restauración de comida rápida. [\[leer\]](#)
- David Maynar: "The Zaragozian reúne a la gran familia de creadores que viven y aman Zaragoza". [\[leer\]](#)
- El cartel vintage de María Estarán anunciará las fiestas mayores de Binéfar. [\[leer\]](#)
- El centro tecnológico aragonés Aitiip, en un proyecto europeo de nuevos materiales biobasados. [\[leer\]](#)
- Electrodomésticos Serie Cristal de Balay. [\[leer\]](#)
- ENATE inaugura la exposición "Vino, cálido color" del artista aragonés José Manuel Broto. [\[leer\]](#)
- Essentia Creativa rediseña el logotipo de Teltronic coincidiendo con su 50 aniversario. [\[leer\]](#)
- HMY desarrolla y ejecuta con éxito Ikono, innovación y experiencia en estado puro. [\[leer\]](#)
- HMY Especial Juegos Olímpicos. [\[leer\]](#)
- Implaser recibe el sello RSA por sus buenas prácticas empresariales. [\[leer\]](#)
- La investigadora de la Universidad de Zaragoza Ana Serrano recibe un premio internacional de realidad virtual. [\[leer\]](#)
- La perfumería del presente y del futuro By HMY. [\[leer\]](#)
- La zaragozana que diseña vajillas para reputados restaurantes y coctelerías. [\[leer\]](#)
- Los nuevos tranvías 100% accesibles ya circulan por Zaragoza. [\[leer\]](#)
- Moda sostenible en Aragón. Varios emprendedores de la comunidad cuentan cómo se han lanzado al sector de la moda ética. [\[leer\]](#)
- Proyectos Emergentes 2024. Creando desde la belleza la eficiencia de lo que nos rodea. [\[leer\]](#)
- Sphere España invierte 8 millones en el último año en su complejo de economía circular en Pedrola. [\[leer\]](#)
- Raquel Muñío gana el premio Santa Isabel de cómic de la Diputación de Zaragoza. [\[leer\]](#)
- Tercer concurso de diseño de marcapáginas convocado por la Biblioteca Pública de Zaragoza. [\[leer\]](#)
- Tinto Morastel y catálogo SUMMATURA. [\[leer\]](#)



Diseño Nacional e Internacional

- Ingeniero australiano diseña un innovador asiento de bicicleta articulado para el ciclismo sin dolor. [\[leer\]](#)

Eventos

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



José, uno de los creadores de la marca Plash, haciendo una demostración para un vídeo en sus redes.

Adiós a las cucharillas para el café: el nuevo invento que lucha contra el desperdicio

Hay cosas en los bares y restaurantes que llevan toda la vida, pero están a punto de cambiar. Hace varias semanas salió a la luz que la Unión Europea quiere limitar el uso de plásticos por lo que, por ejemplo, los sobres de plástico de azúcar o ketchup que se usan diariamente en establecimientos hosteleros desaparecerán para siempre. Cuando hay un cambio de rumbo tan importante, renace el espíritu emprendedor de algún joven con una mente brillante con ganas de encontrar una solución al problema.

Con el ajetreo del día a día, muchas personas han dejado de tomar su café diario sentados en la barra del bar y lo piden para llevar. Esto provoca que los establecimientos tengan disponibles también envases, la gran mayoría hechos de materiales reciclados, para que los clientes se puedan tomar el café en la oficina mientras trabajan.

Después de tomar la bebida que da energía para soportar la rutina, la gente tira todo a la basura: el vaso, el sobre del azúcar y la cucharilla. Habitualmente, la cucharilla, que se podría reutilizar para el próximo día con un simple lavado bajo el grifo, es de plástico o de una especie de madera. Sea cual sea el material, no se reutiliza y acaba como tantas cosas en la basura.

Un grupo de jóvenes ha tenido una buena idea para reducir los residuos generados con el café inventando una cucharilla que se puede comer. La marca Plash vende cubiertos comestibles. "Es como una galleta de acompañamiento, pero que sustituye al palito de madera. No se deshace con el café, se ablanda, coge textura de galleta, tiene sabor a vainilla y todo el mundo la puede tomar porque es vegana y sin gluten", explica José, fundador de la marca en un vídeo en Instagram que se ha hecho completamente viral.

Estos palitos comestibles están hechos a base de arroz, exactamente compuestos de una mezcla de harina sin gluten con el equilibrio entre funcionalidad y alimento. La idea nació después de un viaje de los dos jóvenes a Costa Rica, donde visitaron varias plantas cafeteras y cuando volvieron a España intentaron aplicar todo el conocimiento aprendido.

www.plash.es

[inicio] [titulares de grupo]

Aragón invita al turista nacional e internacional a "Venir de propio"



Algunas de las postales que componen la campaña gráfica.



Pieza de la campaña desarrollada para multiplicar el alcance de ésta.

Ven de Propio es la expresión aragonesa que mejor representa este carácter tan nuestro. En Aragón decimos Ir de Propio cuando nos nace la emoción que nos empuja a hacer algo en concreto. Con esta expresión Gobierno de Aragón y Turismo de Aragón invitan al mundo entero a conocer una comunidad rica en historia y patrimonio, gastronomía, rincones de enorme belleza y tradiciones.

Y ES QUE ARAGÓN ES UN TESORO

Los aragoneses son acogedores, derrochan simpatía y hospitalidad. Aragón sorprende sí o sí, porque Aragón es una y son muchas. Lo que se vive en Aragón no se vive en otra comunidad. Su naturaleza es diversa: los atardeceres enamoran por el contraste cromático, ese color rojo o arrebol de las nubes iluminadas por los rayos del sol. La arquitectura de los pueblos de las 3 provincias dibuja unos paisajes irrepetibles.

Hoy los viajeros de todo el mundo buscan paisajes únicos y singulares, experiencias enriquecedoras y lujos asequibles, para atesorar para siempre en sus retinas y capturar como postales con sus cámaras.

Numerosas postales componen la campaña gráfica insertadas en medios online y offline. Para el spot de 90" se creó un 3D con las postales de campaña que compone la palabra Aragón y el logotipado del claim «Ven De Propio». Con esta pieza se persigue inspirar dentro y fuera de nuestras fronteras, para que viajeros de todo el mundo sientan la llamada "Ven de Propio".

La campaña la firma la agencia Essentia Creativa. Agencia de marketing estratégico y creativo que trabaja para marcas que hacen sentir. Para ellas crea y actualiza marcas, diseña y desarrolla campañas y estrategias que vinculan la marca con su consumidor, a lo largo del tiempo.

www.essentiacreativa.es

[inicio] [titulares de grupo]

Araven vuelve a innovar con el dosificador de salsas FIFO Fast para la restauración de comida rápida

La restauración de comida rápida demanda herramientas que mejoren la operatividad y la eficiencia en la cocina y ayuden a reducir costes y tiempos de elaboración. El diseño protegido del dosificador FIFO Fast garantiza que la salsa está siempre preparada para dispensar sobre la elaboración (hamburguesas, hotdogs, patatas fritas, ensaladas, totopos...) y atender sin esperas a los clientes de establecimientos como fastfood, foodtruck, dark kitchen o take away.

El dosificador destaca por su válvula de silicona antigoteo y sellante, que se abre cuando se ejerce presión y se cierra de forma inmediata y limpia al cesar. Igualmente ejerce de junta en el tramo de cierre y permite mantener siempre el recipiente boja abajo para una dosificación rápida y sencilla, al acumular el producto en la zona inferior, sin goteo ni pérdidas.

Como su propio nombre indica, este nuevo producto de Araven aplica el criterio FIFO (first in, first out), dando salida primero al producto con más tiempo. De esta manera, el dosificador facilita la adecuada rotación de las salsas, evitando el desperdicio alimentario y ofreciendo el mejor sabor.

DISPENSACIÓN RÁPIDA Y SIN DESPERDICIO

Con estas características, el dosificador FIFO Fast está especialmente concebido para una dispensación rápida y sin desperdicio, que responda a los objetivos de operatividad y eficiencia en entregas rápidas, precios competitivos o menús estandarizados. Este diseño exclusivo de Araven tiene protección industrial, con registro de producto y de modelo de utilidad.

El diseño destaca por su forma ergonómica, que se adapta de forma intuitiva a la palma de la mano, para un agarre cómodo y correcto, que también añade fiabilidad en el uso evitando que resbale de la mano del usuario.

Otros de sus rasgos son que es desmontable y con total accesibilidad al interior del bote para una correcta limpieza en el lavavajillas y su amplia boca de entrada facilita el llenado con solo quitar el tapón posterior.

Asimismo, su escala de medición con regleta integrada en el bote garantiza servir la cantidad exacta de salsa deseada y repartirla de forma homogénea. Según las necesidades, se puede elegir entre tres tamaños: 45, 70 y 90 centilitros.

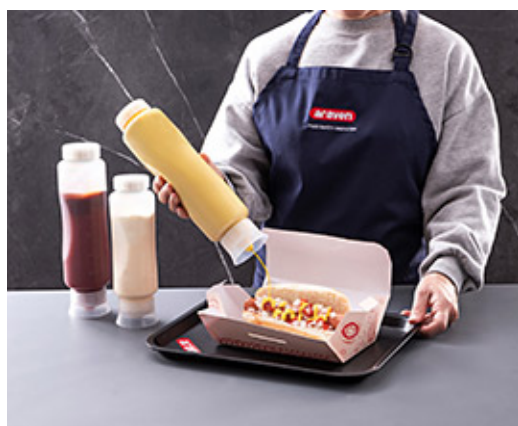
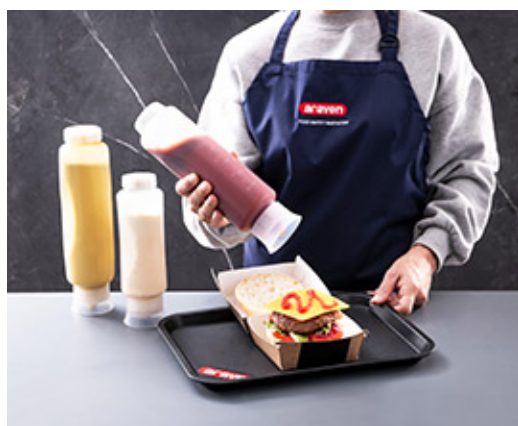
ARAVEN, REFERENTE EN DOSIFICADORES DE SALSAS

El nuevo FIFO Fast se suma a la completa gama de dosificadores de salsas de Araven, que ofrece productos a la medida para aliñar con la cantidad justa, decorar de forma limpia y emplatado con la mejor presentación cualquier receta. Permiten elegir entre distintos tamaños y colores, según las necesidades de carga y organización del trabajo.

- Los dosificadores de salsa, también disponibles con válvula antigoteo, permiten conservar e introducir todo tipo de aderezos, más ligeros o más espesos.



Fifo Fast.



Destaca por su válvula de silicona antigoteo y sellante.

- El dosificador de aceite está especialmente diseñado para aceites, aliños y salsas de poca densidad. Su diseño permite que el líquido sobrante que escurre por la boquilla vuelva al interior del bote.
- El dosificador de salsas de triple boquilla facilita dispensar la salsa más rápidamente y repartirla de manera homogénea.
- Y los minidosificadores para salsas dosifican la cantidad justa en las elaboraciones con salsas concentradas o de mayor coste.
- En el servicio de comedor, los dispensadores para salsas por bombeo ofrecen la cantidad exacta por pulsación. Su válvula de cierre mantiene el circuito cerrado para la mejor conservación del producto.
- La gama se completa, además, con dispensadores de grano fino, botes para líquidos, grifos para líquidos y organizadores de dispensadores.

Igualmente, Araven sigue sumando soluciones para la mejora en los procesos de manipulación, conservación y elaboración de los alimentos, enfocadas a las necesidades de todos los profesionales de la hostelería.

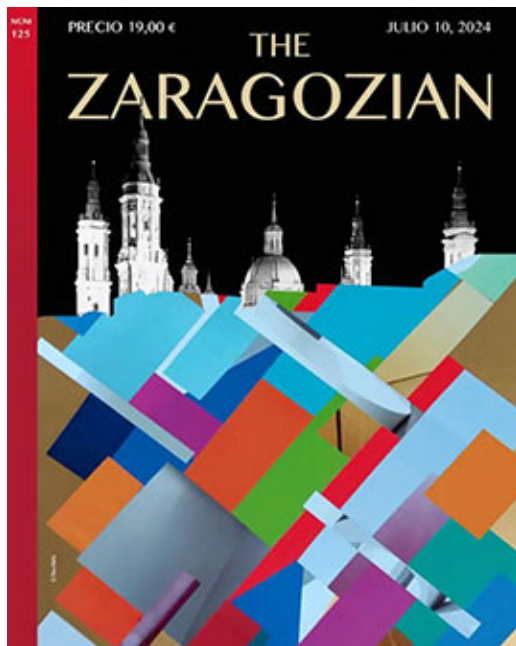
Con este objetivo, este año ha lanzado al mercado las nuevas cubetas para la fermentación de masas, enfocada a negocios como pizzerías u obradores de panadería. Una gama concebida para la preparación, conservación y transporte del producto sin alterar sus propiedades, con tres sistemas de apilado.

www.araven.com

[inicio] [titulares de grupo]



David Maynar con una portada de la revista virtual.



La portada 125, obra del pintor y diseñador Paco Rallo.

David Maynar: "The Zaragozaian reúne a la gran familia de creadores que viven y aman Zaragoza"

La revista imaginaria creada por el ilustrador zaragozano, a la manera de 'The New Yorker' llega a su portada 125 con una obra de Paco Rallo

David Maynar (Zaragoza, 1970) es artista, ilustrador y promotor de numerosas actividades vinculadas a la ilustración. Una de ellas es la publicación virtual 'The Zaragozaian'.

David, usted es ilustrador y gestor cultural de 'The Zaragozaian'. ¿Cómo define este proyecto: es un gran homenaje a Zaragoza, es un inventario de creadores?

'The Zaragozaian' es una muestra creativa, diversa y heterogénea dónde las ilustradoras y los ilustradores de nuestra ciudad nos ofrecen su mirada más personal de Zaragoza. Cada ilustrador ha creado una portada para la revista imaginaria 'The Zaragozaian', que rinde homenaje a 'The New Yorker'. Un proyecto colaborativo para creadores, tanto emergentes como consagrados, que pretende difundir entre los zaragozanos y zaragozanas el potencial de los ilustradores de Zaragoza a través de la representación gráfica del patrimonio cultural de nuestra ciudad.

¿Cuántas portadas al final han hecho hasta ahora? ¿Qué artistas han participado y cuáles son sus procedencias?

Desde la aparición de la primera publicación, el 23 de Abril de 2022, se han publicado 125 portadas que nos trasladan a los más variados rincones de nuestra ciudad, desde monumentos ampliamente conocidos, como la Basílica del Pilar a plazas y rincones menos conocidos de sus barrios; como la Plaza del Rosario obra de María Felices o la escultura 'Mujer Águila' de Marta Martínez.

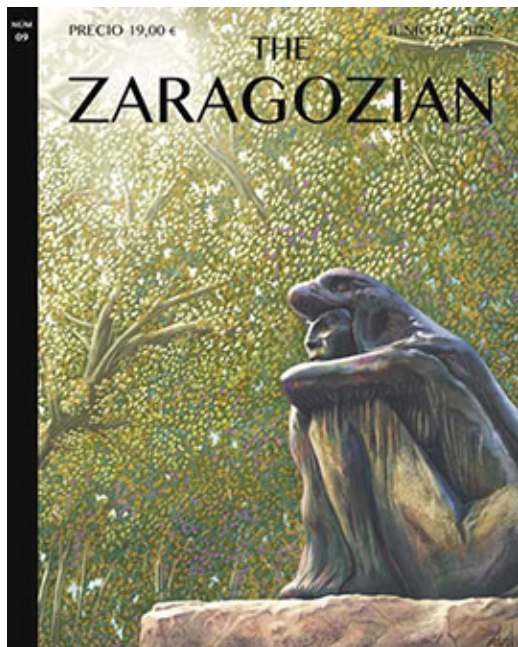
La mayoría de artistas que han colaborado en el proyecto residen en nuestra ciudad o tienen un fuerte vínculo personal con Zaragoza, bien sea por estudios, afectivos o familiares. También hemos recibido colaboraciones de otras comunidades, e incluso de Argentina, Bruselas e Irán. La del número 125 es del pintor y diseñador Paco Rallo.

¿Qué visiones se ofrecen de modo general? ¿Cómo diría que se ve Zaragoza?

Las portadas reflejan una ciudad llena de vida, diversa y con un gran patrimonio cultural que ha dado origen a grandes personalidades de la ciencia y la cultura como Goya, Labordeta, Amparo Poch, María Moliner, Kase-0 o Enrique Bunbury, que ha sido protagonista en 'The Zaragozaian' tanto en solitario, como en su época de los Héroes del Silencio, e incluso junto a Fluvi, la mascota de la expo del agua. También se han abordado temas siempre de actualidad en nuestra ciudad como la huelga de autobuses, los recortes culturales, el característico cierzo o el folclore popular, desde la jota a los dances y fiestas más tradicionales.

En un sentido técnico o estético, ¿qué le ha llamado la atención?

El mayor regalo que me ha dado el proyecto ha sido la



La portada de la mujer águila de Marta Martínez.



La portada, 'Cierzo', que ha concebido Raquel Jordana.

oportunidad de conocer y colaborar con esta gran familia de creadores que viven y aman Zaragoza y descubrir una nueva generación de ilustradoras e ilustradores difícil de encontrar en otras comunidades. Muchos de ellos, han publicado sus primeras obras en 'The Zaragozaian', obteniendo en algunos casos importantes reconocimientos al poco de publicar sus portadas; como es el caso de Marina Velasco, ganadora del XVI Premio Internacional Fnac-Salamandra Graphic, o Raquel Muñío, reciente premio de cómic Isabel de Portugal. Sin la ayuda de todos ellos 'The Zaragozaian' no habría llegado tan lejos.

¿Qué visiones se ofrecen de modo general? ¿Cómo diría que se ve Zaragoza?

Las portadas reflejan una ciudad llena de vida, diversa y con un gran patrimonio cultural que ha dado origen a grandes personalidades de la ciencia y la cultura como Goya, Labordeta, Amparo Poch, María Moliner, Kase-0 o Enrique Bunbury, que ha sido protagonista en 'The Zaragozaian' tanto en solitario, como en su época de los Héroes del Silencio, e incluso junto a Fluvi, la mascota de la expo del agua. También se han abordado temas siempre de actualidad en nuestra ciudad como la huelga de autobuses, los recortes culturales, el característico cierzo o el folclore popular, desde la jota a los dances y fiestas más tradicionales.

¿Qué técnicas han usado los artistas?

Los artistas han tenido plena libertad creativa en la realización de sus portadas, y en ellas podemos ver desde técnicas tradicionales como el óleo, la acuarela o el collage, a las más modernas técnicas de infografía y arte digital, como la portada 'Cierzo' de Raquel Jordana. No se han utilizado, en ningún caso, herramientas de Inteligencia Artificial.

¿Cuál ha sido el eco del proyecto, en publicaciones, redes, espacios públicos, etc.?

El proyecto, que en su origen pretendía ser un modesta ágora de encuentro entre compañeros y compañeras de profesión, desde el primer momento se hizo más y más grande, e incluso hay bastantes creadores que por motivos de agenda, no han podido terminar, de momento, sus portadas proyectadas. Las portadas de 'The Zaragozaian' se han podido ver cada semana en el Instagram y la página de Facebook del proyecto, así como en nuestra web (www.thezaragozian.com), la cual es al tiempo un portafolio de la ilustración aragonesa en vivo y una fuente de información 'on-line' sobre los monumentos, rincones y personajes de cada portada. A lo largo de estos más de dos años de proyecto, este ha sido noticia en los medios escritos de la comunidad, revistas como Nsencia Aragón, radios o Aragón TV, que nos hizo un reportaje en el recordado programa 'Atónitos Huéspedes'. También fuimos invitados por Casa Seat-Barcelona a presentar 'The Zaragozaian', junto a otros proyectos de revistas imaginarias de ciudades como 'The Barcelonian', 'The Canarian' o 'The Madrileñer'.

Y en cuanto a exposiciones, ¿qué proyectos albergan?

A nivel expositivo realizamos, gracias al apoyo del obrador de imágenes Moosesbildwerk, una pequeña muestra de presentación en la galería Damas de Miller and Marc y con posterioridad una exposición temática para el Salón del Cómic de Zaragoza en colaboración con Centros Cívicos. En el verano de 2023 pudo verse una muestra, diseñada por Pedro Yus, que



La 'Chica con flequillo' de Mamen Marcén.

reunía el primer año del proyecto en la Biblioteca Pública de Zaragoza.

¿Vamos a poder ver todo esto reunido en un espacio amplio, como parece que están soñando?

En estos momentos seguimos trabajando para lograr una sala de exposiciones representativa que pueda ofrecer a zaragozanos y visitantes esta visión única de nuestra ciudad, así como un libro-catálogo que recoja todas las portadas y que sirva tanto de guía patrimonial o turística, así como de carta de presentación de las ilustradoras e ilustradores de Zaragoza.

Aragón es tierra de soñadores, de iconoclastas y de utópicos. ¿Cuál era sueño para este proyecto, qué anhelaba y qué medida lo ha logrado?

Con 'The Zaragozain' quería poner en valor el potencial de la ilustración en Aragón y que quienes vivimos y queremos Zaragoza, pudiéramos disfrutar de este momento dulce a través de estas portadas que nos hacen redescubrir y ver con otros ojos la riqueza cultural y social de nuestra ciudad. Hay una portada que creo refleja muy bien esta idea, Mamen Marcén ('Chica con flequillo'), dibujó el tranvía de Zaragoza a su paso por las murallas romanas, mientras absortos en sus móviles, los zaragozanos y zaragozanas se están perdiendo la aventura de sus vidas.

¿Qué historias o anécdotas le han emocionado de manera especial?

Guardo especial cariño de la portada del nuestro añorado Javi Hernández, el ilustrador y editor de Libros de Ida y Vuelta, que apoyó el proyecto desde el primer minuto, así como de la portada dedicada a Labordeta, obra de Daniel Esteve, creada en Argentina gracias al recuerdo de sus padres, antiguos alumnos del político y cantautor. Nieves Berrogaín, del estudio de Arte y Diseño de ATADES, nos hizo un portada magnífica, les llevé dos copias impresas y fui yo el que acabé colmado de obras de arte y cariño de los componentes del estudio. O la portada de Armin Abolfathi, músico e ilustrador residente en Irán, al que tuve que advertir ante la proliferación de barcos dibujados junto al Pilar, que si bien Zaragoza cuenta con un gran río, por el momento no tiene mar. Han sido 125 portadas y cada una de ellas contiene una historia que animo a todos a descubrir.

www.thezaragozian.com

[inicio] [titulares de grupo]

El cartel vintage de María Estarán anunciará las fiestas mayores de Binéfar



Cartel anunciador de las Fiestas de Binéfar.



María Estarán junto con el cartel ganador.

'Catorce de septiembre' es el título del cartel que anunciará las fiestas mayores de Binéfar en honor al Santo Cristo de los Milagros y que se celebrarán del 11 al 15 de septiembre. La obra, de la diseñadora binefarense María Estarán, ha sido la elegida por la mayoría del Consejo de Festejos.

El cartel es una composición de estilo vintage que quiere representar la parte más tradicional de estos festejos, como la ofrenda floral al patrón de la localidad, el Santo Cristo de los Milagros. Por este motivo, la gama cromática utilizada son los colores de las peñas de la localidad (amarillo, azul, rojo y verde) y un guiño a los colores de la bandera de Binéfar (azul europeo con franja diagonal roja).

Los elementos gráficos que destacan son la tipografía y las ilustraciones. En el caso de la tipografía está inspirada en un cartel de las fiestas mayores de Huesca de 1925, y en otros de esa misma época para conseguir ese aire vintage, y están hechas a mano con tinta, pincel recto y plumilla metálica redonda. Después, se vectorizaron con illustrator.

En cuanto a las ilustraciones utilizadas hay de dos tipos: la torre de la iglesia parroquial y las flores de la pieza central que están modificadas en photoshop y tienen base fotográfica. Mientras que el resto de ilustraciones (gigantes, cabezudos, manos, joto...) están dibujadas directamente con vectores en illustrator.

Destaca el fondo con un mosaico creado con los colores de las peñas y donde se pueden ver distintas banderolas que contienen las ilustraciones y el acrónimo BNF (Binéfar).

María Estarán Silván, natural de Binéfar y de 30 años de edad, ejerce su profesión de diseñadora gráfica desde hace diez años. Cursó su formación académica en la Escuela de arte Leandre Cristòfol de Lleida y en la BAU (Barcelona Arts University, de la Universidad de Barcelona).

Actualmente, desde su residencia en Binéfar, ejerce de lead graphic designer en la empresa multinacional Tildenet -ubicada en Bristol (Reino Unido), ciudad donde residió cuatro años-, trabajo que combina con la dirección de su propia marca de diseño digital Estudio 94, desde la que colabora con otras empresas e instituciones.

Esta es la segunda vez que María Estarán gana el concurso del cartel de fiestas mayores de Binéfar, la primera fue en 2016 con una composición dedicada a los gigantes y cabezudos de la localidad.

estudio-94.com

[inicio] [titulares de grupo]



La reunión del centro tecnológico Aitiip.

El centro tecnológico aragonés Aitiip, en un proyecto europeo de nuevos materiales biobasados

La entidad lidera una iniciativa en economía circular para sectores clave como la automoción y la energía.

El centro tecnológico aragonés Aitiip lidera el proyecto europeo Cubic, destinado a desarrollar nuevos materiales sostenibles para su empleo en sectores como la automoción y la energía. Esta iniciativa, según ha informado este martes la entidad, busca diseñar y desarrollar materiales intermedios biobasados que servirán como materias primas para la fabricación de productos finales más viables, alineando a la industria europea con los principios de la economía circular.

Actualmente, el proyecto se centra en la pre-fabricación de formatos intermedios biobasados como filamentos, láminas, gránulos y polvo. Esta combinación permite superar las limitaciones técnicas actuales, satisfaciendo las exigentes necesidades de industrias como la del automóvil y el sector de la energía, donde un solo material biobasado no sería suficiente. Además, se están diseñando diversos tipos de poliamida, fibra de carbono y resina epoxy, todos de base biológica, para cumplir con los requisitos funcionales de los productos finales.

Entre los productos seleccionados para demostrar su potencial, ha precisado el centro, se encuentran asientos para automóviles y contenedores para almacenamiento de hidrógeno a presión. "Estos casos de uso no solo demostrarán la capacidad de los materiales desarrollados, sino que también abrirán opciones de replicabilidad en otros sectores como el deporte, la aeronáutica y el ferrocarril", ha informado Aitiip.

El proyecto Cubic, iniciado en septiembre de 2023, tiene una duración prevista de 42 meses y cuenta con un presupuesto cercano a los 4,7 millones de euros. Reúne a un consorcio de 13 socios provenientes de 8 países europeos. "Estamos muy orgullosos de liderar un proyecto con el potencial de transformar la industria manufacturera europea, llegando a reducir hasta un 44% las emisiones de CO2 en algunos procesos de fabricación de productos", ha declarado Leyre Hernández, coordinadora de Cubic. Además, ha subrayado que el proyecto es un "ejemplo perfecto de este compromiso".

En el ámbito local, Moses Productos, 'spin off' de Aitiip, trabajará en el diseño, fabricación y validación de productos finales, como los paneles de los asientos de coche, aportando su experiencia en la implementación práctica de las innovaciones de Cubic.

www.aitiip.com

[inicio] [titulares de grupo]



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



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

Electrodomésticos Serie Cristal de Balay

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

El cristal es un gran aliado para el diseño de estancias del hogar, ya que aligera los volúmenes y multiplica la luminosidad de las estancias. Así pues, Balay decide incorporar este material también en las cocinas. Frigoríficos combinados, hornos, microondas y campanas están disponibles en blanco y negro, dos acabados perfectos para crear ambientes donde los electrodomésticos sean los verdaderos protagonistas de la cocina.

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

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

La mayoría de los modelos de la gama de Serie Cristal de Balay cuentan con la tecnología de alto rendimiento compresor Inverter, gracias a la cual se consigue tanto un importante ahorro energético y, en consecuencia, económico, como una mayor vida útil. Además, los condensadores integrados en uno o en ambos laterales del frigorífico, así como el motor Inverter, reducen sustancialmente el ruido.

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

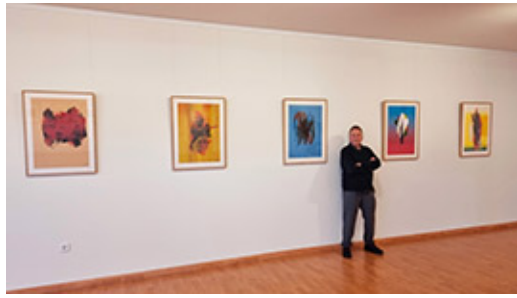
Por su parte, los microondas Serie Cristal de Balay de hasta 25 litros de capacidad están diseñados para ser los compañeros perfectos de cualquiera de los hornos en cristal, coordinándose a la perfección con el horno para formar columnas de horno-microondas integrados.

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

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



ENATE inaugura la exposición 'Vino, cálido color' del artista aragonés José Manuel Broto



Broto junto a sus obras inéditas.



Etiqueta de ENATE Reserva, junto al resto de la colección.



Foto grupal.

El acto presidido por Luis Nozaleda, director general de ENATE, ha contado con la asistencia del propio artista, así como con la del Director General de Cultura del Gobierno de Aragón, D. Pedro Olloqui.

ENATE ha inaugurado en su sala de arte la exposición 'Vino, cálido color' del artista José Manuel Broto. El título de esta exposición nos introduce en una serie de etiquetas sobre el vino blanco y el vino tinto, con un sentido de movimiento, un flujo que circula por la superficie y el color, por las pinceladas y las formas, que se detiene en dos momentos, o lugares concretos de la trayectoria del artista, distanciados treinta años en el tiempo, 1994 y 2024.

La estrecha relación de José Manuel Broto (Zaragoza, 22 de octubre de 1949) con ENATE cuenta con más de treinta años de historia, avalada por la presencia de sus obras en la colección de arte contemporáneo de la bodega. La bodega nace en 1991, y con la primera vendimia de uva cabernet sauvignon, se elabora el Enate Reserva 1992, vino que se presenta con una etiqueta de Broto. Para esta primera ocasión, el artista realiza una pintura íntima, misteriosa, una mancha que flota sobre un fondo áureo. El oro, metal escaso, noble y perdurable, como la amistad verdadera, o como este vino, que tan bien envejece en botella.

En el año 2008, con motivo de la Exposición Internacional de Zaragoza, se etiqueta el vino ENATE RESERVA PRIVADA 2002 con una obra dónde los azules son los protagonistas. Agua y desarrollo sostenible, era el lema, y Broto concilió el vino y el agua. Y "bajó el azul, de las bóvedas altas y exclusivas".

En 2006 surge el ENATE Reserva Especial, que se presenta de nuevo de la mano de los infinitos rojos de Broto, y resultado de una vinificación excepcional que explota al máximo la calidad de la uva en un año determinado, buscando la máxima expresión de una cosecha. Un vino de corta tirada y con un toque innegable de exclusividad, que hace del mismo un verdadero vino de colección.

Este viaje ininterrumpido nos lleva hoy a presentar esta exposición en la que mostramos dos etapas fundamentales, que también se podrían describir como lugares, por las que ha transitado la actividad de Broto como pintor, dos momentos muy diferentes, tanto técnica como formalmente, que compartimos.

Las diez primeras piezas de la exposición son propuestas realizadas expofeso para etiquetas de vino de la bodega en 1994. En este momento, el artista residía en París, y su pintura era íntima, honda, grave y enigmática, de sobrio colorido, en la que superpone manchas de color con gran capacidad sugestiva, que flotan sobre superficies monocromas, cristalinas y silenciosas.

El segundo bloque está formado por un conjunto de obras inéditas, realizadas en 2024. En ellas, como en sus obras de los últimos años, Broto reivindica el color como elemento determinante de la creación plástica, no como adorno o complemento. El color como hilo narrativo, con intensidad y

brillantez individualizadas, en una combinación de elementos, respondiendo a un sentido constructivo. En resumen, el color como protagonista de las obras. Las obras están hechas con ordenador, mediante programas de diseño digital; en ellas el gesto físico, cuando lo hay, es mínimo y carece de importancia. Así, son imágenes ávidas de color y de movimiento, ligeras, desbordantes, alegres, que en este caso se han impreso sobre papel, pero que podrían muy bien ser simplemente proyectadas, lo que las haría completamente inmateriales.

Luis Nozaleda, director general de ENATE, ha recordado la longeva relación entre José Manuel Broto y la bodega, y ha hecho hincapié en la 'importancia de enseñar el arte y la cultura a las generaciones más jóvenes'. En la misma línea, D. Pedro Olloqui, Director General de Cultura del Gobierno de Aragón, ha puesto en valor el compromiso artístico de ENATE, y ha destacado además la "etapa de esplendor en la que se encuentra la cultura aragonesa, y el auge de los creadores aragoneses".

La obra de Broto, notablemente influida en sus comienzos por el colectivo francés Suport-Surface, las revistas Tel Quel y Peinture, Cahiers Théoriques entre otras publicaciones, y especialmente por los escritos teóricos de Marcelin Pleynet y el expresionismo abstracto, ha sido también relacionada con algunos postulados minimalistas; de hecho él es uno de los mayores exponentes de la llamada pintura-pintura, y, por tanto, uno de los artistas que más ha reivindicado la abstracción frente a la figuración y al arte conceptual. Broto prescinde del mayor número de elementos, creando composiciones sintéticas en las que superpone signos abstractos muy gestuales, de gran capacidad metafórica y sugestiva, que flotan sobre la superficie de cada lienzo. La importancia del vacío, el uso de gamas cromáticas intensas que crean muchos contrastes y armonías suspendidas en atmósferas cristalinas y silenciosas son características de toda su obra.

Hoy José Manuel Broto reside y trabaja en Mallorca. Desde sus comienzos ha realizado más de ciento sesenta exposiciones personales y cerca de cuatrocientas colectivas. Sus cuadros figuran en museos y grandes colecciones y ha recibido numerosos premios y distinciones entre los que destaca en 1988 el Grand Prix du Salon de Montrouge, 1995 Premio Nacional de Bellas Artes, 1996 Académico correspondiente de la Real Academia de Nobles y Bellas Artes de San Luis, 1997 Premio ARCO de la Asociación de Críticos, 2003 medalla de oro de la Ciudad de Zaragoza, 2003 Premio Aragón Goya de Grabado.

La exposición 'Vino, cálido color' se encuentra en la Sala de Arte Contemporáneo de ENATE, y puede visitarse con cualquiera de sus experiencias enoturísticas.

www.enate.es

[inicio] [titulares de grupo]



Fachada de la empresa Teltronic con su nuevo logotipo.



We can make it happen es el claim con el que se sienten identificados. ¿Por qué en inglés? Más del 70 % de su negocio está fuera de nuestro país.

Essentia Creativa rediseña el logotipo de Teltronic coincidiendo con su 50 aniversario

Teltronic es la empresa Aragonesa segunda en el top 3 internacional de las comunicaciones críticas, esas que no se ven, pero que son tan vitales para sectores como el transporte, la seguridad pública, minería, infraestructuras críticas o industria 4.0 entre otros. Estar conectados para que nada falle cuando más se necesita es la magia de las comunicaciones críticas.

Para Essentia Creativa fue una sorpresa conocer que Teltronic es la responsable de casos de éxito tan memorables en seguridad como la organización de los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro; en transporte como la red Tetra de New Jersey Transit, el sistema de transporte público más grande de EEUU con más de 895.000 viajes entre semana y Red Digital de Comunicaciones Móviles para los Servicios de Seguridad y Emergencias de Aragón.

Teltronic desarrolla los sistemas de comunicaciones a medida de cada cliente, soluciones integrales con la garantía de implementar la tecnología LTE, 5G o TETRA con valor de futuro.

We can make it happen es el claim que prepararon, con el que se sienten identificados y que mejor cuenta su manera de entender las comunicaciones en entornos profesionales, la pasión que imprimen en cada trabajo y que llevan por todo el mundo. ¿Por qué en inglés? Más del 70 % de su negocio está fuera de nuestro país.

Coincidiendo con su 50 aniversario Essentia Creativa realizó un rediseño de su logotipo, para que la marca respire toda la innovación, tecnología y futuro que la caracteriza: las formas redondeadas de la nueva tipografía marcan la cercanía y la vocación de hacer las cosas fáciles a sus clientes, algo que siempre les ha distinguido. El isotipo mantiene los triángulos que les acompañan desde el origen pero reinterpretados: ahora un triángulo de triángulos, redondeados en sus esquinas, con una nueva gama de azules más vibrantes nos trasladan a este mundo tecnológico.

<http://www.essentiacreativa.es>

[inicio] [titulares de grupo]

HMY desarrolla y ejecuta con éxito Ikono, innovación y experiencia en estado puro



Fachada Ikono by HMY.

Ikono, referente en el mundo del diseño experiencial, cuenta con HMY para sus implantaciones.

Ikono está redefiniendo los museos con sus espacios experienciales, donde el arte y la tecnología se combinan para ofrecer experiencias inmersivas y multisensoriales. A diferencia de los museos tradicionales, en Ikono los visitantes interactúan directamente con las obras, que responden al movimiento, el sonido y el tacto. Utilizando instalaciones artísticas interactivas y proyecciones, Ikono crea entornos envolventes que involucran todos los sentidos, haciendo que cada visita sea una aventura única y participativa.

HMY Comenzó a trabajar con Ikono en la reforma de tres de sus salas en el museo de Madrid. Esta colaboración no solo fortaleció la relación entre las empresas, sino que también permitió a HMY demostrar su capacidad para manejar proyectos complejos y de alto perfil.

Tras el éxito alcanzado en Madrid pavimentó el camino para acompañar a Ikono en su expansión a otras ciudades europeas, siendo Viena la siguiente en la lista.

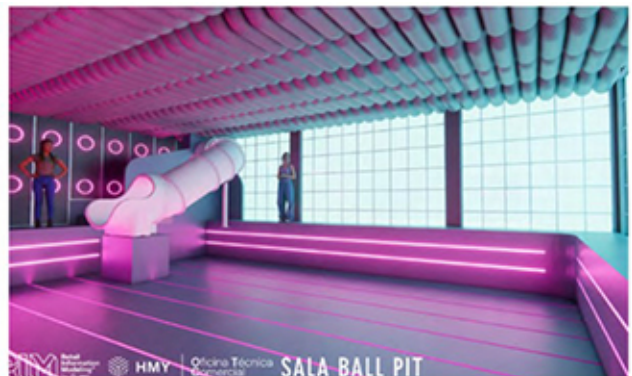
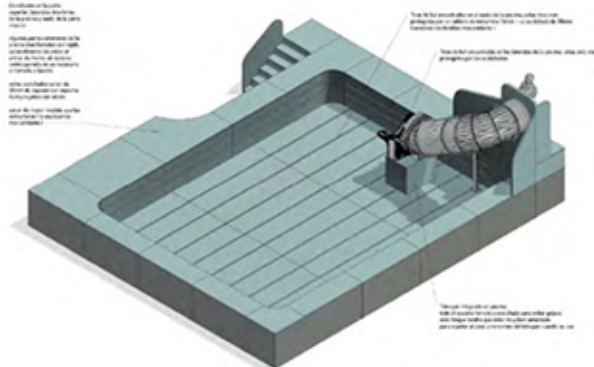
Este es un ejemplo brillante de cómo la colaboración, la innovación y la dedicación a la excelencia pueden transformar un concepto desafiante en una realidad exitosa.

www.hmy-group.com

www.ikono.global.com

[inicio] [titulares de grupo]

Sala ball pit.



HMY Especial Juegos Olímpicos

Proyectos deportivos y eventos dinámicos con motivo de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos.

El deporte se instala en París durante varias semanas e invita al retail a superarse. Un pequeño paseo a las actuaciones de las tiendas y las marcas.

INTERSPORT

Para sus primeras implantaciones en el centro de París, en Les Halles y République, Intersport ha implementado un dispositivo digital interactivo que combina deporte y entretenimiento.

COURIR

El líder en zapatillas deportivas en su marcha hacia la conquista internacional, ha confiado en HMY para alcanzar sus objetivos, que consiguió gracias a nuestra capacidad industrial e implantaciones internacionales.

Además del mobiliario para tiendas de deportes o las soluciones digitales para aportar interactividad en el punto de venta, acompañamos a las marcas en sus proyectos de eventos, desde la idea hasta la realización.

CRUZCAMPO

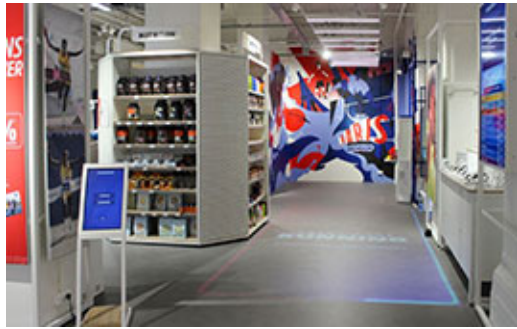
Activación en Centro Comercial dónde podías comprar producto y entrar en el sorteo de un kit de decoración de la selección, catering y cerveza y una pantalla para el visionado de un partido de la selección.

CAMPOFRIO

Evento exterior con una gran carpa donde cuatro bicicletas con un programa específico permitían llevar a cabo una competición durante 1 minuto y una pantalla de televisión de 100 pulgadas retransmitía en directo la posición de cada competidor. Al ganador se le daba un premio, una gorra o una camiseta.

HEINEKEN

Activación Subsoccer, es una combinación en deportes de pelota: la diversión de la competición del fútbol, mezcladas con la precisión y la rapidez de un futbolín. Es un simple pero adictivo juego basado en fútbol 1 contra 1.



Intersport.



Courir.



Cruzcampo.



Heineken.

www.hmy-group.com

[inicio] [titulares de grupo]



Sello RSA.

Implaser recibe el sello RSA por sus buenas prácticas empresariales

El sello RSA es un distintivo dentro del Plan de Responsabilidad Social del Instituto Aragonés de Fomento que reconoce el compromiso con la responsabilidad social y las buenas prácticas empresariales. Distingue a las compañías y entidades con medidas de responsabilidad social implementadas o en proceso de adopción, y que demuestran un compromiso por mantenerlas.

Las prácticas sostenibles y socialmente responsables transforman la imagen de los negocios y su impacto en la comunidad y en el medio ambiente. Implaser ha recibido el sello RSA, que avala su apuesta por:

En su enfoque hacia la responsabilidad, pueden responder por sus decisiones o actividades empresariales y por los impactos que tienen en la sociedad o en el medio ambiente ante las autoridades legales y los grupos de interés. Y tienen la voluntad de hacerlo de manera clara, precisa, oportuna, honesta y completa. Impulsando comportamientos que van acorde con los principios aceptados del derecho y la buena conducta en el contexto de una situación concreta y de acuerdo con los estándares y normas nacionales o internacionales. Así como el cumplimiento de la ley y de los derechos humanos, siendo referencia a la hora de respetarlos y promoverlos.

Obtener el sello RSA ofrece múltiples beneficios, como la mejora de la imagen corporativa al mostrar prácticas éticas y responsables, lo que atrae a consumidores conscientes. Además, fideliza a los clientes al demostrar compromiso con la responsabilidad social, creando un vínculo con aquellos que comparten estos valores. En el ámbito interno, mejora la relación con los empleados, fomentando un entorno positivo y motivador, lo que aumenta la productividad y reduce la rotación. También abre nuevas oportunidades de negocio al atraer socios comprometidos con la sostenibilidad, reduce costes operativos a largo plazo y asegura el cumplimiento normativo evitando riesgos legales.

Implaser ha implementado diversas medidas que le han permitido obtener el sello RSA. Destacan un sólido estudio de mercado con análisis DAFO para alinear objetivos con los grupos de interés y adaptarse al mercado. Gestionan de forma específica a los grupos de interés y miden indicadores clave de sostenibilidad a nivel social, medioambiental y económico. Desde 2018, cuentan con un sistema de Compliance, y han obtenido certificaciones como la Marca AENOR N Sostenible e ISO 166002 en I+D+i. Además, priorizan la salud y seguridad de los empleados y trabajan en la sostenibilidad con evaluaciones de huella de carbono y reciclaje de PVC.

www.implaser.com

[inicio] [titulares de grupo]



Entrega de premios.

La investigadora de la Universidad de Zaragoza Ana Serrano recibe un premio internacional de realidad virtual

La profesora del campus público ha sido galardonada con el VGTC Virtual Reality Significant New Researcher Award 2024. Con él se reconoce a un científico joven cada año en todo el mundo.

Ana Serrano, investigadora y profesora de la Universidad de Zaragoza ha sido galardonada con el VGTC Virtual Reality Significant New Researcher Award 2024 por sus contribuciones excepcionales en los campos de la realidad virtual, la imagen computacional y la percepción visual de apariencia. Este premio, otorgado por el IEEE (Institute of Electrical and Electronics Engineers), la organización profesional técnica más grande del mundo dedicada al avance de la tecnología, reconoce a científicos en las primeras etapas de su carrera, tras el doctorado, que hayan llevado a cabo contribuciones significativas y relevantes en el campo de la realidad virtual. Solo se reconoce a un investigador joven en todo el mundo cada año, lo que lo hace extremadamente competitivo.

La investigación de la profesora Serrano ha profundizado en la comprensión de la atención y el comportamiento visual de los usuarios en entornos virtuales, desarrollando modelos computacionales capaces de modelar y predecir los patrones visuales de los usuarios en entornos inmersivos. Su trabajo científico es altamente relevante para el campo de la realidad virtual, por sus múltiples aplicaciones en la mejora de la interacción entre un usuario y la máquina y del hardware existente, así como el diseño de interfaces más intuitivas y la creación de experiencias más realistas y personalizadas en VR.

www.unizar.es

[inicio] [titulares de grupo]



Fachada GALA by HMY.

Diseño 3D vs. Foto del resultado.

La perfumería del presente y del futuro By HMY

Perfumerías Gala marca un antes y después en su historia inaugurando una flagship store de tres plantas en Andorra y reinventándose con el lanzamiento de su renovada imagen de marca.

Con más de 600 metros cuadrados, esta Flagship Store representa la culminación de un proceso de trabajo realizado de la colaboración del cliente con HMY, específicamente con el equipo de Consulting & Design. Gala ha buscado dar un paso adelante en términos de branding e imagen en sus tiendas.

No es solo una tienda; es un espacio donde la cultura del perfume y el beauty cobran vida, ofreciendo una experiencia única que va más allá de la compra. Cada rincón está dedicado a satisfacer las necesidades de los clientes, encarnando la esencia y la sensibilidad de la marca. Lo que comenzó como una simple necesidad de ordenar el layout en una de sus tiendas se transformó en algo mucho más grande e inesperado. Gracias a un proceso de reflexión conjunta, HMY ayudó al cliente a reconocer la necesidad de avanzar hacia una nueva imagen global, tanto en sus tiendas como en su marca.

Este proyecto abarca una perspectiva integral 360 con el concepto y branding, proyecto decorativo y seguimiento de la obra, diseño y producción del mobiliario, suministro de iluminación técnica y decorativa, comunicación visual e implementación de las tecnologías.

A partir de la definición y necesidades de Gala, se han diseñado muebles perimetrales y centrales. Muebles optimizados para cada espacio, garantizando la presentación adecuada y personalizada de más de un centenar de marcas y que han decidido formar parte de este nuevo espacio, destinado a convertirse en un referente en el sector.

La tienda se presenta con un pórtico que incluye un arco de luz corporativa, presidido por un imponente logotipo corpóreo. En el hall de entrada se destaca la visibilidad de las tres plantas, gracias a una doble apertura en el forjado y una espectacular escalera central que invitan al cliente a adentrarse y explorar el espacio.

www.hmy-group.com

[inicio] [titulares de grupo]

Render 3D



Foto Real



La zaragozana que diseña vajillas para reputados restaurantes y coctelerías



Itziar Luna, diseñadora de vajillas para restaurantes de alto nivel.



Itziar Luna está detrás de las texturas, materiales, formas y psicología de la vajilla de famosos establecimientos de España.

"Los chefs invierten muchas horas en sus recetas y dónde presentarlas es importante, así que la vajilla forma parte de la experiencia". Itziar Luna pone esas palabras sobre la mesa, al igual que reputados restaurantes y coctelerías sirven las propuestas en piezas moldeadas con su imaginación. En sus colecciones cápsula y piezas únicas no faltan los "diseños locos", como ella misma dice.

Luna es una joven zaragozana que estudió Diseño de Interiores en Barcelona, después de producto y se formó en escaparatismo. Al final, terminó especializada en la creación y consultoría de vajillas. "Un profesor de mi escuela estaba vinculado con Disfrutar de Barcelona –restaurante recientemente galardonado con tres estrellas Michelin– y a través de un taller comencé a trabajar con ellos en la parte de las vajillas", recuerda Luna. En las mesas de este establecimiento –en el podio de los mejores restaurantes del mundo– todavía quedan algunas de sus piezas, como los posavasos o platos destinados a recetas concretas.

También ha creado para el barcelonés Comida Codac o los zaragozanos Moonlight y Acho Coffee, entre otros muchos. "Cuando hay buena vajilla, con un criterio detrás, se ha tenido un cuidado por sí mismo, porque comer es un acto en el que tendríamos que estar cuidándonos, como una meditación", apunta Luna que, tras un tiempo en Cataluña, ha regresado a su cuna y se ha instalado en un estudio en el corazón de la capital aragonesa. En su mesa de madera diseña y los artesanos –algunas disciplinas en peligro de extinción– lo convierten en realidad. Cuando por fin tiene la pieza en sus manos es una mezcla de emoción y nervios: "De lo que tienes en la mente a lo que se proyecta, hay muchos pasos".

Había probado con la cerámica, pero la artesanía de vidrio le apasionó, con la que ya ha hecho realidad algunas piezas. "Me parece un material muy curioso porque no lo tocas directamente, sino que se trabaja a través de herramientas porque arde –explica Luna– y me parece tan bonito como difícil. Una de mis primeras obras fue una jarrita con boquitas". Esa misma creación comparte estantería con una colorida colección de copas para la coctelería Jacqueline.

Los tonos son importantes, pero también cómo incide la luz en ellos; no es lo mismo un luminoso restaurante que una coctelería casi en penumbra, ni una pieza a la hora de la comida que de la cena. "Al diseñar también hay que tener en cuenta las sombras que se generan en la mesa, tener esa sensibilidad ayuda a saber lo que se quiere transmitir", sostiene.

A pesar de que en ocasiones no se aprecie, la vajilla también tiene una psicología: "Todo lo que trabajo lo hago neurodiseño, es decir, diseñar desde lo que siente y percibe el cerebro". Itziar ejemplifica que si se tiene una copa en la mano, se activa el peligro de fragilidad antes que si es una pieza de cerámica. También cambia la sensación si una superficie es mate o brillante.

Más allá de la estética, son creaciones que nacen para un uso. "Por ejemplo, en el mundo del café, el fondo de las tazas

tienen que tener un ángulo para que la leche fluya al latear", explica Luna. La forma tiene que ver, pero también los materiales o terminaciones. "Que sea más o menos poroso o, sin salir del café, según qué esmaltes se apliquen, sabe de una manera u otra", añade. Aquí entra de nuevo la psicología: "Cuando pones el labio en algo brillante se siente frío que genera un contraste con la bebida caliente".

Además de sus obras, esta diseñadora es consultora para hosteleros que buscan fórmulas más económicas. "Solo que se planteen qué plato utilizar ya es un avance", zanja la zaragozana.

www.itziarluna.com

[inicio] [titulares de grupo]

Los nuevos tranvías 100% accesibles ya circulan por Zaragoza



El nuevo Urbos 100 de CAF, en la fábrica que la compañía tiene en Zaragoza.



Uno de los nuevos Urbos-100, a su salida de las cocheras de Valdespartera.

Los Urbos-100, más avanzados tecnológicamente, han entrado este verano en servicio.

Los nuevos tranvías 100% accesibles ya circulan por el trazado de la línea 1 de Zaragoza. Amelia ha sido una de las primeras usuarias en subirse a uno de los dos Urbos-100 que, desde este martes, se incorporan al servicio. Lo ha cogido en Argualas, y una de las primeras diferencias que ha notado ha sido el cambio de posición de las validadoras, que se ubican mirando hacia los pasillos de los convoyes. "Era lo que menos me gustaba de los antiguos. Algo haré, a lo mejor así la gente entra más y no se queda parada validando el billete", decía.

También valora positivamente los cambios en el fuelle, la parte -hasta ahora circular- que une los distintos vagones. "Antes giraba y resultaba muy molesto, pero ahora no", completaba. Otros, como Natalia, apenas se han percatado de los cambios. "No lo suelo coger mucho. Será por eso, pero está muy bien de temperatura. En los otros se nota menos el aire acondicionado", añadía.

Las diferencias, aunque sutiles, se cuentan por decenas y van desde el acabado de la pintura a los materiales utilizados, haciendo que estos modelos sean más eficientes desde el punto de vista energético. "Yo lo he notado desde que lo he visto venir. Los asientos son distintos. Se ve todo mucho más nuevo y moderno", apuntaba Fernando Magallón, que coge el tranvía todos los días.

Las pantallas, por ejemplo, son más alargadas y dan información sobre las paradas, el tiempo, la hora y la correspondencia con el bus urbano. Además, indican de una forma más clara por dónde hay que bajar en cada ocasión. La megafonía también es más potente y hay ranuras USB para cargar teléfonos y dispositivos electrónicos. Los nuevos Urbos tienen una plataforma única que elimina cualquier obstáculo para las personas con movilidad reducida, de ahí que lleven el 'apellido' de 100% accesibles, así como botones para avisar al conductor cuando baje una persona en silla de ruedas. Y, como curiosidad, solo podrán 'engancharse' entre sí para hacer un tranvía doble.

Con las nuevas incorporaciones, fabricadas por CAF en la capital, Zaragoza tendrá a su disposición 23 tranvías, incrementado un 10% la capacidad del servicio. En los últimos meses, los nuevos Urbos-100 han pasado todos los test y se han sometido a las llamadas marchas en blanco -viajes sin pasajeros-, consiguiendo un resultado "perfecto", según han confirmado desde Los Tranvías.

www.heraldo.es

[inicio] [titulares de grupo]

Moda sostenible en Aragón. Varios emprendedores de la comunidad cuentan cómo se han lanzado al sector de la moda ética



Calzado sostenible de Ray Musgo.



Judit Morales, fundadora de Coramía Studio.



Diseños de Elisa Muresan. / Clara de Fiero Estudio

El 4% de los españoles prefiere comprar moda sostenible, frente al 33% que se decanta por el 'fast fashion' y el 21% que aboga por la moda 'low cost'. Mientras, el 8% prefiere marcas de lujo. Unas cifras que conocen bien los aragoneses que se han arriesgado a emprender en el mundo de la moda sostenible, con una versión de las prendas en la que la calidad, el patronaje, los materiales y el diseño están pensados al detalle, y donde el precio no tiene nada que ver con el de gigantes de la compra fácil como Shein.

"Lo raro no es que un zapato te cueste 100 euros, como los nuestros, lo raro es que te cuesten 10 euros", apunta Javier Sánchez, cofundador de la marca zaragozana de calzado Ray Musgo. En su caso, todos sus productos se diseñan y elaboran en Zaragoza e Illueca, es decir, son 100% aragoneses: "Eso nos permite minimizar la contaminación asociada al transporte y hacerlo más sostenible todavía. Si algo viene de la otra parte del mundo, ya no es sostenible".

Su producción se basa en materiales naturales y libres de químicos, como la piel animal tratada sin sales de cromo, las suelas con menos de un tercio de derivados del petróleo o las hebillas sin níquel. "Nos autocomplicamos la vida", dice Sánchez, que añade: "No es solo con qué lo haces, sino el cómo y el dónde". Para él, la durabilidad de sus productos también es clave: "Si solo dura una temporada y a la siguiente tienes que comprar otro, no es sostenible".

El control del patronaje hasta la confección es lo que diferencia a Coramía Studio de otras pequeñas firmas que optan por la sostenibilidad. Detrás de ella está Judit Morales, de 29 años, y con amplia experiencia en el mundo de la moda, tras trabajar para otras firmas.

En su caso, se encuentra inmersa en el proceso de creación de su primera colección propia, que verá la luz en otoño, en la que aúna el estilo lady con la estética rock de los años 70, mostrando su propia personalidad en las prendas -blusas, vestidos y un pantalón-. En cada una de ellas los detalles están medidos al milímetro: "Todo está hecho en pequeños talleres de Zaragoza y Barcelona, lo que le confiere un punto de calidad. Está hecho con más cariño y dedicación que las grandes colecciones. Además, los tejidos los adquiero en almacenes 'deadstock', que venden las telas sobrantes de otras marcas y, en lugar de tirarlos o quemarlos, con la contaminación que eso supone, se les da una segunda vida".

A eso se suma que la colección tiene como base prendas de edición limitada, lo que implica producir en cantidades conscientes, con la idea de no producir en exceso y no tener que tirar materia prima.

Todo eso hace que, al igual que en el resto de marcas sostenibles, el precio dé cuenta del esfuerzo que hay detrás. "Creo que hay un público para todo. El valor añadido que aporta el que alguien con nombre y apellidos cosa cada prenda, que el tejido esté seleccionado a conciencia teniendo en cuenta su calidad y procedencia, todo eso hace que una camiseta no pueda venderse a 20 euros. Solo la mano de obra

de coserla ya supera los 30 y el proceso completo, los 60", explica Judit Morales.

En España, el 78% de los consumidores revela que las características 'eco' de una prenda podrían influir en sus decisiones de compra. Sin embargo, solo el 5% compra un producto si se le asegura que es 'eco', según un estudio de la consultora Simon Kucher. Parte de esa sostenibilidad se encuentra también en la cantidad de prendas que componen una colección. Con esa premisa trabaja Alba Royo en su marca Shiwa, donde una gran parte de su trabajo la realiza bajo demanda: "Adapto el pedido a las medidas del cliente. Todo lo hago yo en mi taller, por lo que es 'slow', es decir, un trabajo lento y manual".

El tejido es sostenible y hecho en España, utiliza elementos degradables, como botones de madera o coco, y muestra a sus clientes qué pueden hacer para evitar tirar una ropa a la basura.

En su caso, su proceso creativo y productivo es contrario al de muchos compañeros de profesión. "Primero elijo la tela y luego diseño la prenda para ese tejido", cuenta Royo, que confecciona la ropa con telas que han sobrado de colecciones de grandes marcas. "Eso te obliga a ser más creativo y es divertido. Además, te empuja a hacer tiradas limitadas", apunta.

Respecto al consumo desmesurado cada vez más habitual en el 'fast fashion', esta diseñadora aragonesa de 31 años tiene claro que el precio es el elemento diferenciador: "Si una prenda es más cara, hace que te lo pienses más antes de comprar. Te obliga a una reflexión previa. Alguien que compra en Shein, no es mi cliente potencial".

"Si una empresa vende muy barato es porque todos pagamos el coste medioambiental y humano que hay detrás de elaborar esas prendas", denuncia Miguel Mateo, cofundador de la marca zaragozana Elisa Muresan. En su caso, la producción la realizan íntegra en Zaragoza, en su tienda-taller desde hace 12 años.

"Queríamos crear una marca de moda, pero había algo en ese mundo que nos parecía feo y oscuro con el medioambiente y las personas", recuerda Mateo. Por eso, decidieron optar por una firma sostenible, que tuviera en cuenta el coste medioambiental y el trabajo de las personas que están detrás.

"Muchas marcas lucen el logo de sostenibles, pero no lo son, solo tienen detalles que potencian y lo venden así. Nosotros optamos por tejidos ecológicos, como el algodón orgánico certificado, que no permite transgénicos", explica el diseñador, que apunta como elementos importantes también la trazabilidad y la transparencia dentro del proceso. Algo que controlan, ya que elaboran cada prenda al 100%.

www.cartv.es

[inicio] [titulares de grupo]



Cartel de la exposición.

Proyectos Emergentes 2024. Creando desde la belleza la eficiencia de lo que nos rodea

Regresa al Museo de Ciencias Naturales de la Universidad de Zaragoza (MCNUZ), desde el 3 de julio al 21 de septiembre, la exposición temporal 'Proyectos emergentes' elaborada por los estudiantes de la escuela de Ingeniería y Arquitectura.

Proyectos Emergentes ha regresado un año más al Museo de Ciencias Naturales situado en el edificio Paraninfo de la Universidad de Zaragoza. Hasta el 21 de septiembre la sala Odón de Buen acoge una muestra fin de curso de algunos de los proyectos que han realizado los estudiantes del Grado en Ingeniería de Diseño Industrial y Desarrollo de Producto de la Universidad de Zaragoza.

En esta edición se ha querido llamar la atención acerca del modo en que la Ingeniería de Diseño propicia el desarrollo de proyectos complejos, en los que se integran objetos y artefactos, tecnología, servicios y aplicaciones digitales, aportando soluciones realistas y eficaces en el plano funcional, y capaces a la vez de emocionar en un plano de vinculación afectiva con el usuario.

Para alcanzar ese logro, el estudiantado recibe una exigente formación en materias tecnológicas, humanísticas y de gestión de proyectos, mediante un proceso de aprendizaje basado en proyectos en los que el trabajo en equipo se encuentra muy presente. Esa capacidad de aglutinar diferentes elementos procedentes de diversas áreas de conocimiento para generar una corriente renovadora se representa en la imagen principal y representativa de esta edición: un volcán de energía creativa. De modo igualmente relevante, la exposición pone también el foco en cómo los resultados de aprendizaje de los estudios de Ingeniería de Diseño están orientados a que los principios más avanzados del Diseño como disciplina profesional nos ayuden como sociedad a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la agenda 2030, con los que, al igual que las principales instituciones mundiales y empresas, está fuertemente comprometida la Universidad de Zaragoza.

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

La exposición que se inauguró el 3 de julio contó entre otros con la asistencia de la vicerrectora de Cultura y Proyección Social de la Universidad de Zaragoza, Yolanda Polo; la directora general de Protección de Consumidores y Usuarios, Inmaculada de Francisco, acompañada por los miembros de su equipo, Carlos Peñasco, Jefe de Servicio del Consumidor, Sagrario Salas, Jefa de Sección de defensa de los Consumidores y Junta Arbitral y Patricia Gracia, Administradora Superior; junto con el director del MCNUZ, José Ignacio Canudo, la directora del Área de Actividades Culturales de la Universidad de Zaragoza, M^a Victoria Bordonaba, y el coordinador del máster Universitario en Ingeniería de Diseño de Producto de la Escuela de Ingeniería y Arquitectura, Eduardo Manchado. Para esta

exposición se ha contado con la colaboración del Departamento de Economía, Empleo e Industria del Gobierno de Aragón, gracias al convenio firmado para el fomento de un consumo responsable y valores ciudadanos.

La exposición podrá verse hasta el 21 de septiembre de manera gratuita de lunes a viernes en horario de 10:00 a 14:00 h.

www.unizar.es

[inicio] [titulares de grupo]



SPHERE España invierte 8 millones de euros en el último año en su complejo de economía circular de Pedrola.



SPHERE España también ha lanzado una nueva gama de bolsas bio de basura para hostelería, destinadas al canal Horeca y fabricadas con materiales biodegradables y compostables de manera certificada.

Sphere España invierte 8 millones en el último año en su complejo de economía circular en Pedrola

SPHERE España, compañía líder en el mercado de bolsas biodegradables y compostables, ha invertido casi 8 millones de euros en el último año para mantener su complejo de economía circular de Pedrola a la vanguardia de la calidad, la rapidez y la seguridad que exige un mercado tan exigente y competitivo como el actual.

Las mejoras incluyen nueva maquinaria de fabricación de bolsas de basura de última generación y la automatización de la logística interna, así como una planta fotovoltaica contigua a la nave de producción que va a entrar en funcionamiento de forma inminente.

La hoja de ruta para 2030 de SPHERE España tiene como objetivos la descarbonización total de su actividad en Pedrola y la reducción de su huella de carbono, que en los últimos tres años ha disminuido un 57%. Con más de 60 años de trayectoria en el mercado, la compañía camina firme hacia ellos con la puesta en marcha este mes de una planta fotovoltaica gracias a la que la energía solar cobrará mayor protagonismo en su compromiso por que el 100% de la energía que utiliza proceda de fuentes renovables.

Se trata de una instalación de 28.000 metros cuadrados y 2,5 megavatios de potencia que le aportará el 13% de su consumo eléctrico, tras una inversión superior a los dos millones de euros en su sede de Pedrola, inaugurada en septiembre de 2022. Con 299 trabajadores y una previsión de facturación en torno a 100 millones de euros para el cierre del presente ejercicio, SPHERE España está involucrada con la circularidad y la reducción del impacto ambiental en todas las etapas de su cadena de suministro. Actualmente utiliza en sus procesos productivos un 50% de materiales reciclados y en torno a un 25% de materiales biodegradables compostables.

Como meta intermedia, se ha propuesto para antes del año 2030 no consumir material de origen petroquímico si hay volumen suficiente en el mercado para la fabricación de sus productos. Para lograr sus objetivos, la innovación es imprescindible, por lo que en los últimos meses ha llevado a cabo distintas inversiones de amplio calado.

NUEVA LÍNEA DE BOLSAS PARA LA BASURA ORGÁNICA DOMÉSTICA

La compañía sigue dos líneas estratégicas: plásticos biodegradables compostables y plásticos reciclados. Así, el grupo sigue apostando de forma clara por lo que ya es el futuro del sector: la producción de una nueva generación de productos con materiales termoplásticos totalmente biodegradables.

Su capacidad de innovación le permite integrar criterios medioambientales desde la fase de diseño del producto para reducir su impacto medio ambiental a lo largo de todo su ciclo de vida. En el marco de esta estrategia, SPHERE España va a lanzar de manera inminente la gama Alfapac, una nueva línea de bolsas de basura para uso doméstico ecodiseñadas con un 80% de material reciclado, lo que supone una reducción de la huella de carbono de un 40% respecto al mismo producto

fabricado con plástico virgen.

Producidas íntegramente en España, estas bolsas cuentan con tamaños desde los 10 hasta los 100 litros. La gama Alfapac también incluye papel para horno, aluminio y film y un cubo aireado de 6 litros para residuos orgánicos, perfecto para ayudar a los consumidores en la recolección de su basura orgánica, además de estar creado con el objetivo de reutilizar las bolsas de frutas y verduras de los supermercados.

Como pionero en soluciones de embalaje sostenible, SPHERE España también ha lanzado una nueva gama de bolsas bio de basura para hostelería, destinadas al canal Horeca y fabricadas con materiales biodegradables y compostables de manera certificada. "El desarrollo de productos responsables con el medio ambiente sigue siendo la piedra angular del grupo", resumen desde SPHERE España. La compañía trabaja en colaboración con la industria química para explorar nuevos materiales renovables, mejorar el rendimiento de los utilizados y la calidad de los productos reciclados.

(Fuente: El Periódico)

www.11enad.designread.es

[inicio] [titulares de grupo]



Portada de "Monuki".

Raquel Muñío gana el premio Santa Isabel de cómic de la Diputación de Zaragoza

La zaragozana, profesora de diseño y dibujo, ha sido galardonada con 5.000 euros por su obra "Monuki", que será publicada y presentada al público.

Raquel Muñío Ibañez ha sido la ganadora de la tercera edición del premio Santa Isabel de cómic de la Diputación de Zaragoza por su obra "Monuki". El galardón está dotado con 5.000 euros y la publicación de la obra así como su presentación en público en un acto organizado por la Diputación de Zaragoza.

El objetivo del premio Santa Isabel de cómic de la Diputación de Zaragoza es apoyar al sector y reconocer el trabajo que conlleva la creación de estas publicaciones para los dibujantes, guionistas e ilustradores de la comunidad autónoma aragonesa.

La ganadora de esta edición explica que su obra cuenta la historia de un niño que vive en una tribu de cazadores de monstruos "pero a él no le gusta cazarlos, sino dibujarlos, así que en este mundo de fantasía veremos cómo este niño busca su propia identidad y se enfrenta a situaciones para conseguir lo que le hace feliz".

www.thehobblin.artstation.com

[inicio] [titulares de grupo]



Cartel de la tercera edición del concurso 'Diseña un marcapáginas para la biblioteca'.

Tercer concurso de diseño de marcapáginas convocado por la Biblioteca Pública de Zaragoza

La Biblioteca Pública de Zaragoza ha lanzado la tercera edición del concurso 'Diseña un marcapáginas para la biblioteca', dirigido a artistas tanto profesionales como aficionados. Con el lema 'La biblioteca inclusiva', el certamen busca promover la creatividad y la inclusión a través del arte.

El concurso está abierto a todos los socios de la Red de Bibliotecas Públicas de Aragón y se divide en dos categorías: infantil (hasta 14 años) y adultos (a partir de 14 años). Los interesados podrán presentar sus diseños hasta el 10 de septiembre.

Los diseños deben ser originales e inéditos, con un tamaño de 21 x 5,25 centímetros en formato horizontal, y pueden ser en blanco y negro o color, con técnica libre. Los participantes que opten por el formato analógico deben utilizar una plantilla física disponible en la biblioteca o en su página web. Aquellos que prefieran el formato digital deben descargar el documento de diseño desde la misma página web y trabajar con las especificaciones indicadas (documento JPG a tamaño real a 300 ppp).

Cada participante puede presentar un único diseño, entregándolo de forma presencial en la Biblioteca Pública de Zaragoza o enviándolo por correo electrónico a bpzaragoza@aragon.es, con todos los datos de contacto requeridos.

El plazo de presentación finaliza a las 14:00 horas del martes 10 de diciembre. Un jurado compuesto por tres miembros de la Dirección General de Cultura del Gobierno de Aragón y un experto en diseño e ilustración evaluará los trabajos. Los criterios de selección incluyen la originalidad, creatividad, calidad del diseño y adecuación al tema de la inclusión.

Se otorgará un premio por categoría. Los ganadores verán sus diseños convertidos en marcapáginas oficiales de la Biblioteca Pública de Zaragoza y recibirán un vale de 100 euros para la librería Cálamo. Además, se seleccionarán varios trabajos para una posible exposición presencial o virtual.

www.bibliotecaspublicas.es/bpz

[inicio] [titulares de grupo]

Tinto Morastel y catálogo SUMMATURA

Proyectos deportivos y eventos dinámicos con motivo de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos.

TINTO MORASTEL

Cuando tratamos de evocar un recuerdo solemos ladear la cabeza. Este diseño juega con esa idea al recrear una etiqueta que se realizó en el pasado y de la que se ha mantenido el nombre del vino, el estilo tipográfico, los colores y la estética. Las intervenciones realizadas siguen el mismo principio que este vino, continuar con una tradición en un contexto actual.

CATÁLOGO SUMMATURA

Un producto de altísima calidad tiene varios aspectos en común con una obra de arte. Ambos necesitan visión, experiencia, tiempo, cuidado, exigencia... Por ello, el diseño del catálogo de Summatura sitúa a sus productos en una atmósfera artística. Diversas resonancias pictóricas se comunican mediante la iluminación, la composición o el atrezzo. Todos estos recursos están dirigidos a estimular una mirada diferente que sugiera que estamos ante algo fuera de lo común.

www.beatrizgimeno.com

[inicio] [titulares de grupo]



Tinto Morastel.

Catálogo SUMMATURA.



Ingeniero australiano diseña un innovador asiento de bicicleta articulado para el ciclismo sin dolor



Asiento de bicicleta articulado VabsRider.

Robin Macan, un ingeniero civil en Australia, se preguntaba: "¿Por qué nadie ha inventado un asiento de bicicleta cómodo?" La conclusión de Macan fue que "ninguna cantidad de acolchado puede compensar los puntos de dolor inherentes en el cuerpo humano".

Macan tuvo una idea para un asiento de bicicleta articulado y creó un prototipo rudimentario. La Asociación de Inventores de Australia, una organización sin fines de lucro que proporciona redes de contacto y apoyo para inventores, realiza reuniones periódicas; Macan llevó su prototipo a una de estas reuniones en busca de ayuda. En la reunión, se conectó con el diseñador industrial Philippe Guichard, y ambos comenzaron a colaborar en el diseño.

Después de dos años de trabajo, Macan y Guichard se unieron a Whistle, una firma australiana de diseño y ingeniería industrial. Juntos, llevaron el proyecto hasta su finalización. La empresa de Macan, AtaraxyBSC, se está preparando ahora para lanzar el asiento vabsRider. La empresa lo describe como "el sillín de bicicleta ideal: dinámico, fluido, en movimiento con tu cuerpo y sin dolor".

"El vabsRider™ transfiere la presión desde los huesos de asiento a los fémures, asegurando una carga distribuida uniformemente".

"El innovador diseño de asiento dividido permite el movimiento individual de las piernas, rotando alrededor de las articulaciones de la cadera en un eje virtual al asiento".

La empresa está actualmente realizando pruebas públicas, organizando eventos en velódromos. Por el momento no se ha anunciado una fecha de lanzamiento.

(Fuente: Ecoinventos)

www.ataraxybsc.com

[inicio] [titulares de grupo]



Formación

Máster en Artesanía Contemporánea

Fechas: De octubre a septiembre.

Modalidad: presencial en Valencia, España. Se debe de asistir al 80% del total de las clases para conseguir la titulación.

El Máster en Artesanía Contemporánea está enfocado en la creación de tu propia marca de bolsos, calzado u objetos en piel y otros materiales, a través de procesos artesanales e industriales de la mano de los mejores profesionales del sector. Los estudiantes desarrollan y dan forma desde el principio del máster a su propio proyecto personal vinculado al diseño y a la artesanía contemporánea, acompañados por los directores y los docentes.

El máster lo imparten más de 20 docentes que son profesionales en activo y referentes del sector, varios de ellos Premio Nacional de Artesanía. Además trabajan más de 25 técnicas artesanales de manera práctica a través de proyectos específicos.

Es un máster 90% práctico con sesiones distribuidas entre las instalaciones de la escuela y los talleres de los distintos docentes y artesanos que les acompañan.

www.barreira.edu.es

[inicio] [titulares de grupo]

Máster en Creatividad Publicitaria y Branded Content

Fechas: Inicio 21 de octubre 2024 - Finalización 31 de julio 2025.

Modalidad: Online.

En un entorno saturado de publicidad, las marcas se enfrentan al desafío de destacar y llamar la atención de su público objetivo. En este contexto, el branded content emerge como una estrategia de marketing no invasiva que se centra en la creación de contenidos alineados con los propios valores de marca y que resulten interesantes y acordes con los intereses de la audiencia.

En esta estrategia de contenidos, la creatividad juega un papel fundamental, ya que permite desarrollar narrativas y experiencias originales, entretenidas y valiosas que conecten emocionalmente con el público y logren, no solamente captar su atención, sino mantener el interés a lo largo del tiempo.

En este Máster en Creatividad Publicitaria y Branded Content podrás adquirir los conocimientos y habilidades necesarios para crear, desarrollar y ejecutar contenidos creativos, auténticos y



relevantes para la audiencia, generando un impacto significativo y duradero en el mercado y en la mente de los consumidores.

www.weareshifta.com

[inicio] [titulares de grupo]

Máster Online en Diseño Web y App: UX/UI

Fechas: Octubre 2024.

Modalidad: Online / Onlive.

User experience, design thinking, arquitectura web/app, interface design, responsive design, prototipado o design system son conceptos que se deben tener muy claros en el diseño web y app. El Máster Online en Diseño Web y App: UX/UI te ofrece la formación específica en diseño para poder abordar cualquier proyecto de web y app. Podrás aprender los conocimientos necesarios y desarrollar las habilidades técnicas y creativas para trabajar en proyectos digitales de diferente índole. Serás capaz de desarrollar un proyecto web y/o app en todas sus fases de creación, utilizando los métodos, recursos y herramientas más actuales e innovadoras.

Está dirigido para aquellos diseñadores o personas que trabajan en el mundo del diseño y quieren evolucionar y profesionalizarse en el diseño de entornos digitales, como webs y apps y cualquier tipo de interface de interacción digital. También para aquellas personas de entornos más tecnológicos pero con conocimientos del diseño que quieren evolucionar hacia el diseño web, app y UX/UI.

www.labasad.com

[inicio] [titulares de grupo]

Concursos

InterCIDE'24

Fecha límite: 1 de octubre de 2024.

La temática de esta edición es el diseño de una unidad habitacional de GLAMPING. Abierto a profesionales individuales o equipo de Diseñadores de Interior con titulación oficial y Arquitectos.

www.beltafrajumar.com

[inicio] [titulares de grupo]



Paredes que gritan: breve historia del cartel

Profesor: Oscar Martínez.

FECHAS: 7, 14, 21 y 28 de octubre.

Horario: 19h a 20:30h.

A finales del siglo XIX se terminó de desarrollar un nuevo tipo de soporte gráfico que iba a revolucionar el panorama visual, urbano y conceptual de Occidente. Gracias a los avances técnicos de la cromolitografía y a la colaboración de varias personalidades fundamentales como Chéret, Toulouse-Lautrec, Mucha y tantos otros, en aquella época vieron la luz los primeros carteles de la historia. Desde las paredes de París, el nuevo protagonista del mundo de las imágenes iba a conquistar en pocos años las calles y plazas del mundo entero con su sorprendente combinación de ilustraciones y textos.

La historia del cartel permite trazar un recorrido por la evolución del diseño, la cultura y la sociedad desde los últimos años del siglo XIX hasta la actualidad, pues si bien es cierto que hoy en día este soporte gráfico está siendo desbancado por nuevas manifestaciones visuales, su importancia durante más de siglo y medio es indudable. En este curso se repasarán las principales tendencias y estilos, así como algunos de los más importantes cartelistas de la historia, con lo que podrá tenerse una visión de conjunto de movimientos como el modernismo, las vanguardias artísticas, el art déco, los acercamientos racionalistas, la psicodelia y hasta las propuestas posmodernas de las últimas décadas del pasado siglo XX.

A lo largo de todo el curso se aportarán fuentes de información actualizadas, así como herramientas de búsqueda de imágenes y plataformas especializadas en el tema del cartel.

www.historiadeldiseno.org

[inicio] [titulares de grupo]

Libros y publicaciones

Diseño de producto

Autor: Rodgers Paul/Alex Milton

Editorial: Hoaki Books

Este libro abarca el amplio abanico de actividades relacionadas con la creación de un nuevo producto –del concepto de diseño a la fabricación, del prototipo al marketing- y explora las diversas facetas del diseño, sin olvidar las nuevas actividades y prácticas emergentes en la profesión. La amplia panorámica de los movimientos y personalidades influyentes, así como los ejemplos de trabajos de diseñadores destacados, estimulan al lector a desafiar las convenciones y a enfocar el diseño desde perspectivas nuevas y fascinantes. Este título agrupa numerosas ilustraciones en color, entrevistas y casos de estudios repartidos en estos capítulos: contexto histórico y cultural; investigación, brief y especificaciones; concepto de diseño; de la fábrica al mercado; aspectos contemporáneos y el último capítulo trata sobre los estudios y el futuro laboral.



www.hoaki.com

[inicio] [titulares de grupo]



The branding method

Autor: Carolina Kairos

Editorial: Independently published

El libro The Branding Method de Carolina Kairos cuenta la cautivante historia del branding desde una perspectiva completamente práctica. Esta publicación se aleja de la noción tradicional del libro para abrazar el trabajo práctico y obliga al lector a rellenar las páginas en blanco con la metodología necesaria para crear una marca de éxito. El libro divide el viaje de la creación de una marca en cinco etapas clave: el análisis del consumidor, la fortaleza competitiva, el ADN de la marca, la identidad y los assets y por último la activación de marca. Todo esto con ejemplos sencillos, familiares y directos que permiten a su lector empezar a moldear sus ideas hasta convertirlas en marcas de éxito.

www.thebrandingmethod.com

[inicio] [titulares de grupo]

El Camino Del Artista

Autor: Julia Cameron

Editorial: AGUILAR

Un curso de descubrimiento y rescate de tu propia creatividad.

La mayoría de nosotros anhelamos ser más creativos y muchos creemos que conseguir serlo es imposible porque en realidad no lo somos. Este planteamiento es erróneo y lo único que provoca es que nuestra creatividad se quede dormida en nuestro interior junto a nuestra verdadera esencia. A menudo nos negamos el placer de soñar, de conseguir lo que siempre



hemos deseado, de rechazar nuestros impulsos naturales, nuestra propia personalidad.

El camino del artista nos enseña a crear con mayor libertad a través de la utilización consciente de una serie de herramientas que nos ayudarán a terminar con el bloqueo creativo. Su efecto es similar al yoga y la práctica constante de la escritura diaria - páginas matutinas-, los encuentros con el artista, el juego y una exhaustiva introspección guiada harán que modifiquemos nuestra conciencia y nos abramos a un nuevo horizonte imaginativo. Gracias a las enseñanzas de la reconocida escritora y artista Julia Cameron iniciaremos un camino creativo y espiritual que nos hará remontarnos a nuestra verdadera naturaleza, y en doce lecciones magistrales seremos capaces de rehabilitar nuestra creatividad, de entregarnos a la imaginación y encontrar el sentido de nuestra existencia.

[inicio] [titulares de grupo]

Proceso creativo

Autor: Eduardo Salles
Editorial: Grijalbo

El manual definitivo para hacer detonar ideas y mejorar tus habilidades creativas

Olvídate de las anécdotas de relleno y descubre los fundamentos de la creatividad de una manera sencilla, efectiva y visual. Este PROCESO CREATIVO te guiará, a través de seis pasos, en tu viaje hacia tu próxima idea, desde definir lo que quieres lograr hasta comenzar a hacerlo realidad.

Si llevas tiempo deseando innovar, crear cosas distintas sobre lo que a ti te interesa (arte, diseño, tecnología, marketing, negocios...) o, simplemente, estás pasando por un bloqueo creativo, esta guía es la herramienta que te hacía falta.

www.hoaki.com

[inicio] [titulares de grupo]

Manual de estructuras ilustrado

Autor: Francis D.K. Ching / Barry S. Onouye / Douglas Zuberbuhler
Editorial: GG

Las estructuras son un elemento esencial del proceso de construcción y constituyen, sin embargo, uno de los conceptos más difíciles de aprehender por parte de los arquitectos.



Aunque a menudo los ingenieros son los responsables del cálculo estructural de un edificio, los arquitectos deben tener los conocimientos adecuados y suficientes sobre teoría y análisis estructural para proyectarlo. Bajo el sello inconfundible del maestro del dibujo arquitectónico Francis D. K. Ching, este manual ilustrado propone un nuevo enfoque del diseño estructural que pone de relieve la relación de los sistemas estructurales de un edificio, entendidos como un conjunto integrado de elementos con sus propios patrones, sistema y escala- con los aspectos fundamentales del proyecto arquitectónico. Los sistemas estructurales en los edificios se abordan a partir de distintos aspectos, como la composición formal y espacial, la adecuación al programa, la coordinación con otros sistemas del edificio y el cumplimiento de la normativa técnica, o la revisión del desarrollo histórico de los materiales y las estructuras empleados en la arquitectura. Esta segunda edición ampliada incorpora más ejemplos de arquitecturas contemporáneas que utilizan los diferentes tipos de estructuras tratados en el libro. Manual de estructuras ilustrado es, en definitiva, una guía práctica del diseño de estructuras que no solo concibe el diseño estructural como una parte más del proyecto, sino que también proporciona a estudiantes y profesionales toda la información necesaria para tomar decisiones bien fundamentadas durante su proceso de desarrollo.

www.editorialgg.com

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

DEPARTAMENTO DE PRESIDENCIA, ECONOMÍA Y JUSTICIA

CENTRO ARAGONÉS DE DISEÑO INDUSTRIAL
C. Monasterio de Samos s/n
(Edificio antiguo matadero)
50013 Zaragoza

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

Para darse de baja de la suscripción

[\[haga click aquí\]](#)

