

BULB!

Año Tres • Número Veintisiete • 2010 • \$2.000 Santiago • \$2.900 Regiones

Predicar por el Diseño (4)

La nueva agencia según Tim Williams (11)

Marketing relacional o re-nacional (21)

Juan Carlos Fernández e Ideograma (25)

Festival Achap 2010

www.bulb.cl

Tarifas
Publicitarias.com

En un año intenso, el diseño se toma la ciudad

Por Luis Tobar

Este año ha sido muy intenso para gran parte de Chile producto del devastador terremoto- maremoto que azotó el centro sur del país, un sin fin de inclemencias de nuestra geografía y descuidos humanos que centraron todas la energías del quehacer nacional.

Para el mundo del diseño no ha sido diferente. Luego de sortear años de crisis y de ajustes económicos, se ha tenido que poner a tono con la realidad en que hemos estado inmersos todo este año. Responder con mucha fuerza a las demandas acontecidas por estas inclemencias.

Tomando esto en cuenta, el mundo del diseño ha terminado el año con dos bienales que muestran el trabajo realizado en los últimos años tanto en arquitectura como en diseño para ver y discutir el estado de la disciplina en la actualidad dentro del país como en el escenario mundial.

La Bial de Arquitectura, hace referencia a lo sucedido a principio de año, ocupando un edificio patrimonial afectado por el terremoto, ayudando a su restauración y aludiendo dentro del montaje general de la muestra, a una atmósfera de obra en proceso de construcción, dentro de este clima el encargo a las distintas universidades de construir un modulo o habitáculo de emergencia acorde con los tiempos para próximas catástrofes naturales y que sea capas de destronar a las conocidas mediaguas, hace que se cierre un ciclo de diseño de emergencia para pasar a la innovación y a los desafíos que enfrenta la disciplina en el siglo XXI.

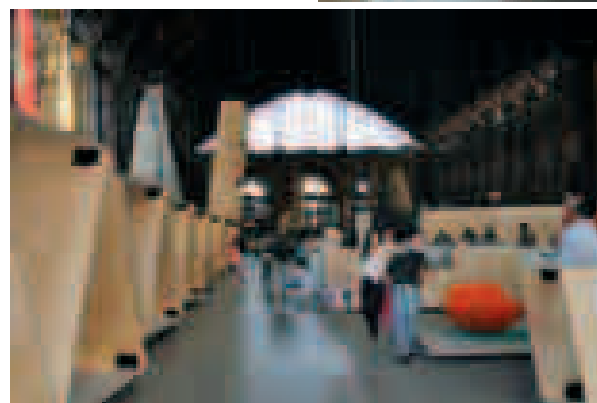
En cambio la Bial de Diseño, que se retoma después de una cantidad importante de años que estuvo en el congelador. Esta muestra busca poner en la palestra nacional, la importancia del diseño en general para el proceso que esta viviendo el país en el área de la economía, desarrollo e innovación, mostrando un número importante de trabajos de variadas áreas de la industria nacional como la opinión de destacados diseñadores nacionales que desarrollan su trabajo fuera de las fronteras del país.

Ocupando estas dos bienales a las que hemos asistido como plataforma de publicidad y síntesis del momento que esta viviendo el mundo del diseño en el país, tenemos que dejar de pensar en chico y no a la "THE CHILEAN WAY", en el sentido de hacer las cosas improvisadas o a medias tintas, sino ocupar las características nacionales como el ingenio, la precariedad, la distancia, las capacidades técnicas, la potencia y la mesura como el gen de nuestro diseño, ocupando palabras del destacado arquitecto nacional Smiljan Radic en su charla dentro de la bial de arquitectura 2010. Esto con el fin seguir mejorando y proyectando los parámetros de nuestro entorno y de otras áreas del quehacer nacional.

El diseño en general tiene que dejar de ser considerado o asociado al lujo, sino como una herramienta que mejore y dé significado a cada cosa u objeto que ocupemos. El fin del diseño es mejorar las posibilidades y necesidades del usuario; y no que sea rico, cool o esperar que sea considerado una obra de arte, ejemplo de ello es la nueva moda de vanitorios con diseños muy contemporáneos pero hechos para estar sin agua, ya que cuando uno los ocupa termina más mojado que el mismo recipiente o los cubiertos de mesa que siguen los mismo parámetros, uno no sabe en que dirección está la herramienta con el tacto, lo que hace que uno este siempre preocupado de la posición de éste artefacto para no pasar un bochorno dentro de la cena.



Si el diseño es bueno y responde a todos los requerimientos para los que fue hecho, va a tomar la connotación y relevancia deseada. Pero para que esto suceda, los que trabajamos dentro de este mundo, tenemos que tener la capacidad de entusiasmar y mostrar la importancia que el diseño tiene en el desarrollo humano, sin creernos dioses del Olimpo, sino, plasmando el peso suficiente a la creación y desarrollo de sensaciones que producen determinados productos, para que otras disciplinas y el ciudadano nos deje de ver como profesionales que estamos en otra sintonía o ser considerados "creativos" o los "súper locos"; sino una pieza importante del desarrollo nacional. ■



Mayo Draft-FCB ronca en los IAB Awards

Mayo Draft-FCB se consagró como la agencia más premiada en la última versión de los IAB Awards, que reconocen las mejores campañas interactivas realizadas en nuestro país durante el año.

La mencionada agencia obtuvo cuatro premios, en las categorías Sitio del año –con un trabajo hecho para Nivea, Mejor uso tecnológico (Staff only-Americanino), Advergame (Homecenter Sodimac) y Agencia más creativa.

A su vez MRM, que recibió dos premios, fue merecedora del Grand Prix de este certamen, gracias a su campaña Rómpela.cl,

desarrollada para Ripley, la que se adjudicó también la categoría Campaña integral.

Otras agencias premiadas fueron Digitaria (con Parque Arauco), Droop (con Castillo de Molina) y TimeWe (con Roche).

Premios especiales fueron los obtenidos por Havas, como Agencia de medios, Entel, como Avisador del año, y 3M, que obtuvo una mención especial. ■

