



II BIENAL 2018



II Bienal Córdoba
CiudadDiseño 2018: un
evento memorable con
múltiples intervenciones
que transformó la ciudad.

Premios Eikon 2019

Número y nombre de la/s categoría/s a inscribirse

Capítulo General. Categoría 11: Eventos.

Título del programa

II Bienal Internacional Córdoba
CiudadDiseño: "La empresa y el diseño
para la transformación de las ciudades"

Nombre de la compañía o institución

Agencia para el Desarrollo Económico
de la Ciudad de Córdoba (ADEC)

-Departamento, área: Gerencia de Administración y Relaciones Institucionales; Gerencia Técnica y de Proyectos de ADEC.

-Persona/s responsable/s del plan de comunicación: Marisa Ramos (Gerenta de Relaciones Institucionales y Administración de ADEC), Jorge Pellicci (Gerente Técnico y de Proyectos) y Guadalupe Altamirano (Responsable de Comunicación de ADEC).

1) INTRODUCCIÓN

La Agencia para el Desarrollo Económico de la Ciudad de Córdoba (ADEC) es una institución sin fines de lucro que promueve el desarrollo económico y social de la ciudad de Córdoba y su región metropolitana. Es un espacio público-privado integrado por 48 instituciones: cámaras empresariales, colegios profesionales, universidades, la Municipalidad de Córdoba, INTI y CONICET. ADEC articula el accionar privado con el del sector público y promueve la reflexión acerca de las políticas para el desarrollo de la Ciudad de Córdoba y su área metropolitana.

Contexto y Problema

Córdoba CiudadDiseño es uno de los programas que desarrolla ADEC, el cual está compuesto por varios proyectos que tienen el objetivo de abordar el diseño como factor de desarrollo sostenible de la ciudad. En el marco de este programa, se encuentra la II Bienal Internacional Córdoba CiudadDiseño: “La empresa y el diseño para la transformación de las ciudades”, que organizó ADEC del 22 al 31 de Octubre de 2018.

Como antecedentes a esta II Bienal, se encuentra el Congreso de Diseño -del 2014-, en el que se generó un espacio de introducción al concepto de diseño como factor de mejora competitiva de los diversos sectores económicos. Basados en esta exitosa experiencia, en 2016 se desarrolló la primera edición de la Bienal Internacional Córdoba CiudadDiseño que estuvo compuesta por un congreso internacional con destacados disertantes y algunas actividades paralelas.

En esta segunda edición, ADEC se propuso profundizar el posicionamiento del diseño como factor de competitividad y desarrollo sostenible de las ciudades. En este punto, el problema y gran desafío fue cómo organizar una segunda edición de la Bienal que sea superadora de la primera, considerando el desarrollo de un congreso internacional y diferentes actividades paralelas que demuestren la transversalidad del diseño - con sus variantes y formas - a partir de una mayor convocatoria y participación del público en espacios urbanos. Además, cómo posicionar a la ciudad de Córdoba como capital del diseño a nivel nacional e internacional a partir de una Bienal que promueva el diseño en todas sus facetas.

2) ESTRATEGIA DE CAMPAÑA

Objetivos:

- Desarrollar la II Bienal Internacional Córdoba CiudadDiseño con la finalidad de instalar el concepto del diseño como factor transversal de competitividad para el desarrollo de las ciudades y posicionar a Córdoba como capital del diseño en el país y Latinoamérica.
- Vincular al empresariado con el diseño como factor de competitividad.
- Posicionar a ADEC como referente del desarrollo económico local.
- Visibilizar y posicionar la producción de diseño local a nivel nacional e internacional.
- Involucrar a las entidades socias de ADEC mediante su participación y compromiso en la realización de las diferentes actividades de la Bienal.
- Crear un plan de comunicación que promueva y difunda la Bienal para asegurar la convocatoria en las actividades previstas.

Público Objetivo:

- Empresarios, emprendedores y profesionales de empresas locales, regionales y nacionales.
- Funcionarios de organismos públicos y privados, organizaciones empresariales, cooperativas, clusters y empresas.
- Redes profesionales, expertos y organizaciones de la sociedad civil con interés en el Diseño.
- Gobiernos locales, regionales, provinciales y nacionales.
- Universidades, docentes e investigadores, estudiantes, organismos de I+D+i, incubadoras de empresas y parques tecnológicos.
- Entidades Socias de ADEC.
- Prensa y líderes de opinión.
- Comunidad en general.

Mensajes a transmitir:

- La II Bienal expone el rol transformador del diseño como factor de competitividad de las empresas y para el desarrollo sostenible de las ciudades.
- La II Bienal posiciona a la ciudad de Córdoba como referente nacional y capital del diseño de Latinoamérica.

Estrategia:

La II Bienal Córdoba CiudaDiseño: “La empresa y el diseño para la transformación de las ciudades”, estuvo integrada por cuatro productos o acciones principales:

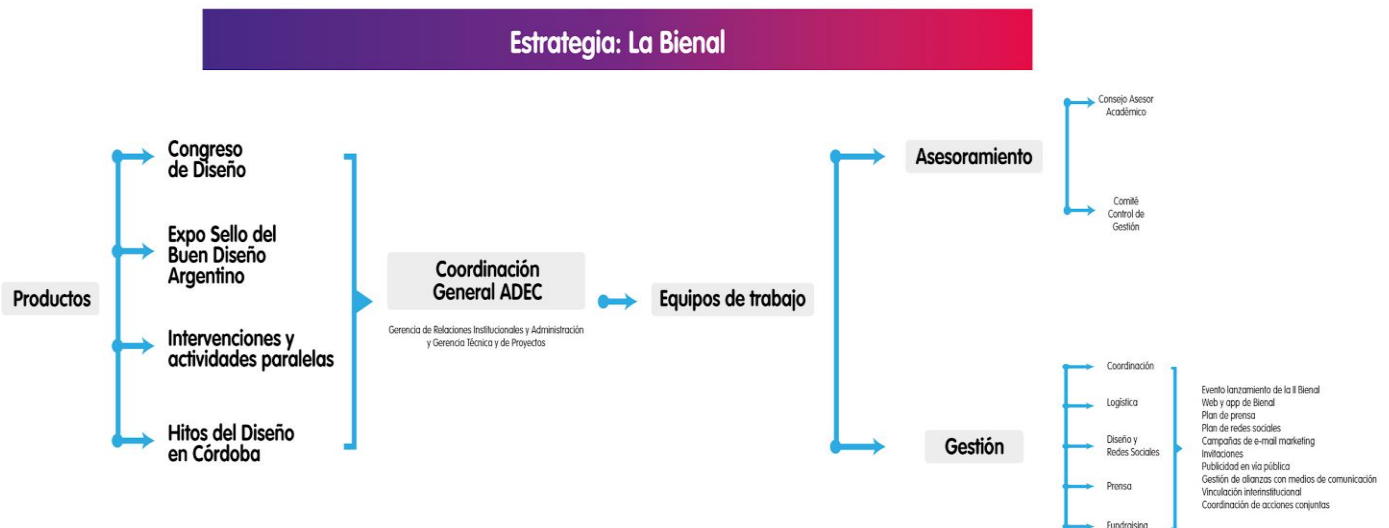
1. Congreso de Diseño: “La empresa y el diseño para la transformación de las Ciudades”.
2. Expo Sello del Buen Diseño Argentino - Plan Nacional del Diseño.
3. Más de 30 Intervenciones y actividades paralelas: intervenciones urbanas, conferencias y mesas de diálogo, charlas y talleres, workshops, Concurso Legado.
4. Relevamiento y producción de los Hitos del Diseño en Córdoba.

ADEC conformó equipos de trabajo de gestión externos que se integraron mediante un llamado a concurso público conforme a parámetros de ética y transparencia. Éstos fueron: Logística, Diseño y Redes Sociales, Prensa y Comunicación, Fundraising y Coordinación General que reportaban a las dos gerencias de ADEC: Gerencia de Relaciones Institucionales y Administración y Gerencia Técnica y de Proyectos.

Además, se creó un Consejo Asesor Académico, compuesto por diferentes expertos y profesionales vinculados al diseño, quienes propusieron disertantes y contenidos para el Congreso.

También, se conformó un Comité de Control de Gestión -integrado por consejeros de ADEC- encargado de monitorear el presupuesto y aprobar las asignaciones de recursos destinadas a cada actividad a fin de asegurar la transparencia de este proceso.

A continuación, se presenta un gráfico que explicita la estructura organizativa:



Canales de Comunicación Internos y Externos

El plan de comunicación de la II Bienal Internacional Córdoba CiudaDiseño tuvo como objetivo principal asegurar la difusión y convocatoria del público al congreso y a las diferentes actividades paralelas, de modo tal de lograr una alta participación e involucramiento de las instituciones y comunidad en general y poder así, dar a conocer las variantes del diseño y su potencialidad para el desarrollo sostenible y transformación de las ciudades.

La comunicación estuvo coordinada por el Área de Comunicación de ADEC en articulación con el Comité Ejecutivo de ADEC, el equipo técnico de ADEC, el equipo de Diseño y Redes Sociales y de Prensa y Comunicación.

Las acciones soporte del plan fueron:

- Desarrollo de identidad gráfica, isologotipo y aplicaciones.
- Evento lanzamiento de la II Bienal para prensa, entidades socias y público estratégico.

- Diseño de una landing page o micro sitio de la II Bienal con objetivos, agenda y actividades previstas, inscripciones al congreso, instituciones participantes, novedades en general.
- Desarrollo de un plan de prensa nacional e internacional que contempló medios masivos y especializados en diseño.
- Diseño de un plan de redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn.
- Campañas de e-mail marketing en bases de datos propias de ADEC y redes institucionales.
- Invitaciones formales a invitados especiales y protocolo.
- Desarrollo de una APP con información del Congreso y actividades en general. Esta herramienta también se empleó para escuchar la traducción simultánea de uno de los disertantes del Congreso.
- Publicidad en pantallas LED en vía pública.
- Coordinación de acciones de comunicación con socios de ADEC a cargo de las actividades paralelas.
- Gestión de alianzas con medios de comunicación: implicó el auspicio de éstos a las actividades de la Bienal mediante el apoyo en difusión (media partners).

Asimismo, se desarrolló la identidad gráfica de la II Bienal: un isotipo, con sus diferentes aplicaciones y gamas cromáticas que se utilizaron para identificar los diferentes productos y ejes temáticos del Congreso. Se buscó impregnar a todas las actividades con los colores de la Bienal y también se produjeron tótems de diferentes tamaños que acompañaron las intervenciones con la presentación correspondiente de la entidad organizadora de la puesta, participantes, adherentes y sponsors.

Como estrategia de prensa y posicionamiento, se organizó un evento lanzamiento de la II Bienal, en el que se presentaron algunas de las principales actividades que se desarrollarían y un video del disertante magistral del Congreso: Karim Rashid, anunciando su presencia e invitando a participar de las diferentes actividades de la Bienal.

El desarrollo del plan de prensa estuvo a cargo de un equipo asesor externo a ADEC que, bajo la coordinación del área de comunicación, hizo las gestiones con medios de comunicación para la publicación de las actividades enmarcadas en la Bienal. Como estrategia, se decidió inaugurar las intervenciones de gran tamaño de “Toco Madera” días antes del Congreso, con el objetivo de instalar el evento con anterioridad y develar en qué consistían las piezas que se ubicaron estratégicamente en diferentes lugares de la ciudad^[1]. También, se gestionaron entrevistas individuales con los disertantes destacados del Congreso y visitas a las actividades paralelas.

3) DESARROLLO: EJECUCIÓN DEL PLAN

Desarrollo de los productos de la II Bienal:

1. Congreso de Diseño

Uno de los eventos principales de la grilla fue el Congreso: “La empresa y el diseño para la transformación de las ciudades”, que tuvo lugar los días 22 y 23 de octubre en el Sheraton Córdoba Hotel.

El programa se diagramó bajo cuatro ejes temáticos:

Eje 1. Diseño, Empresa y Ciudad. Perspectiva de la empresa como instrumento para la generación de ventajas competitivas que impacten en el desarrollo socioeconómico de la ciudad.

Eje 2. Diseño y ciudades sostenibles. El diseño como herramienta para crear ciudades sostenibles.

Eje 3. Diseño social y ciudades inclusivas. Dar respuesta a las necesidades sociales creando productos y servicios justos, accesibles, creativos e innovadores.

Eje 4. Diseño y políticas públicas. Diseño como factor de desarrollo para los territorios a través de políticas públicas de los diferentes niveles de gobierno.

Siguiendo estos ejes, el Consejo Asesor Académico junto con el equipo técnico de ADEC, realizó una búsqueda de referentes en las temáticas, que derivó en la composición de una nutrida e interesante agenda que nucleó a los principales referentes del diseño reconocidos a nivel nacional e internacional.

Entre ellos, se destacó la presencia del diseñador industrial y de interiores Karim Rashid (Egipto/EEUU), José Luis Vallejo (España), aborda la incidencia en la política pública para la promoción del diseño; Maximiliano Romero (Argentina/ Italia), trabaja en la inclusión de personas con discapacidad a través del diseño y Hugo Franca (Brasil), utiliza residuos urbanos y forestales para la producción de mobiliario.

También, estuvo presente Vanessa Zúñiga (Ecuador), diseñadora que rescata y revaloriza los signos visuales de las culturas originarias de Latinoamérica; Claudia Rébola (Argentina/ EEUU), trabaja la inclusión de la

tercera edad a partir del diseño; Pierre-Yves Herrouët (Francia) quien ya ha mejorado la vida de 3000 familias en Salta y Jujuy con el emprendimiento de diseño social Solar Inti; Álvaro Heinzen (Uruguay), especialista en identidad, comunicación y diseño de producto y Ricardo Cuevas (Chile), especializado en diseño y sostenibilidad.

El equipo de Logística estuvo a cargo de la organización general del Congreso: coordinación integral y contratación de proveedores, puesta técnica y ambientación, acreditaciones, seguridad, formato y armado de salón, entre otros.

En todo el Congreso se buscó innovar desde la ambientación y puesta técnica proyectada. Es así que para recibir a los participantes, en el ingreso al foyer de Hotel Sheraton, se montaron telas desde el techo cuyos colores identificaban los ejes temáticos del programa. En el salón principal, se colocó una pantalla central curva envolvente, donde el diseño era el protagonista. En el escenario, había un living con mobiliario de diseño innovador y un atril ploteado con el logo de Bienal.

Además, se implementó una app para mantener informadas a las personas de todas las actividades de la II Bienal y, como elemento innovador, la app también permitió a los asistentes del Congreso escuchar la traducción simultánea de la disertación de Karim Rashid. Igualmente se contrataron headset para aquellas personas que prefirieron escucharlo usando los mismos.

2. Expo del Sello del Buen Diseño Argentino

Del 24 al 27 de octubre de 2018, se realizó la exposición de la 8ª edición del Sello del Buen Diseño Argentino en el Museo de la Industria de Córdoba. Por primera vez, esta exposición anual tuvo lugar fuera de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y se realizó en la ciudad de Córdoba en el marco de la II Bienal.

El Sello de Buen Diseño Argentino es la distinción oficial que otorga el Ministerio de Producción de la Nación a los productos de la industria nacional que se destacan por su innovación, su apuesta a la producción local, por su posicionamiento en el mercado y su calidad de diseño.

La coordinación y vinculación con el Gobierno Nacional para trasladar el Sello del Buen Diseño a Córdoba - como una actividad de la II Bienal - implicó gestiones previas que comenzaron en la primera edición de la Bienal de Diseño de 2016 y concluyó con el traslado de la Expo del Sello del Buen Diseño a Córdoba en esta segunda edición.

3. Más de 30 Intervenciones y Actividades Paralelas

Del 22 al 31 de ese mes, la ciudad de Córdoba estuvo invadida por actividades paralelas vinculadas al diseño que encabezaron las entidades socias a ADEC, cuya participación estuvo motorizada a partir de la estrategia de invitarlas a presentar proyectos financiados por el Fondo de Competitividad^[2], de manera tal de poder desarrollar intervenciones en la ciudad con impacto vinculando la comunidad, el diseño y la empresa.

A continuación, se enumeran algunas de las intervenciones y actividades paralelas de la II Bienal^[3]:

Apertura de las actividades paralelas de la Bienal: Toco Madera XL. Proyecto de la Cámara de la Madera, Mueble y Equipamiento de Córdoba (CAMMEC), la Facultad de Arquitectura Urbanismo y Diseño (FAUD-UNC) y la Municipalidad de Córdoba. Consistió en nueve maquetas a gran escala diseñadas, construidas e instaladas por estudiantes de escuelas técnicas de nivel medio y universitario de las carreras de Arquitectura y Diseño, las cuales se localizaron en diferentes espacios de la ciudad.

Disertaciones de Joyeros. Organizado por la Cámara de Joyeros y la Cámara de Comercio de Córdoba. Se desarrollaron charlas y disertaciones de reconocidos joyeros, tal el caso de Juan Carlos Pallarols, quien diseñó el bastón presidencial.

Inauguración del Boulevard del Diseño. Concurso promovido por CAMMEC junto al Colegio de Arquitectos de la Provincia de Córdoba y Diseñadores de Interiores Argentinos Asociados – Delegación Córdoba. Se presentaron más de 10 propuestas y se seleccionaron dos ganadores que fueron los responsables de ejecutar su idea de recorrido de alto impacto de diseño.

Innovathon de Diseño Industrial 2018. Proyecto del Centro Tecnológico de Arteaga y la Cámara de Industriales Metalúrgicos y de Componentes de Córdoba (CIMCC) que consistió en un espacio taller tipo coworking, en el que emprendedores metalúrgicos interactuaron con estudiantes universitarios y graduados

de diseño para dar respuesta a problemáticas y contribuir a mejorar el desarrollo de proyectos innovadores con impacto social y sustentable.

Mobiliario urbano con terminales de carga. Proyecto de la Cámara de Industrias Informáticas, Electrónicas y de Comunicaciones del Centro de Argentina (CIIECCA) en conjunto con empresas del sector que consistió en el desarrollo de un mobiliario de uso urbano que permite la carga de celulares a través de un sistema de paneles solares para ambientes públicos y al aire libre instalado en el Cabildo.

Módulo Urbano para uso comercial + METAL ARTE. Proyecto de la CIMCC que consistió en una muestra del proyecto de reformulación de la zona del Abasto con una propuesta de módulos de uso comercial con criterio sustentable y propuesta de esculturas del metal en un recorrido de arte en la Costanera.

Laberinto Óptico – Intervención Óptica/Urbana. Proyecto de la Cámara de Ópticas de la Provincia de Córdoba consistente en un laberinto que permitió, a través del diseño, concientizar sobre la importancia del cuidado de la vista ubicado en la plaza San Martín.

Escáner antropométrico. Proyecto del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (I.N.T.I.) que requiere hacer mediciones en el 80% de las provincias del país y consistió en escanear el cuerpo humano entero en 3D, lo cual servirá para realizar un censo corporal y los resultados contribuirán a la instrumentación de la Ley de Talles Nacional que ya cuenta con media sanción en el Senado; y para el diseño de muebles, indumentaria.

Circuito del Diseño en diferentes espacios de la Ciudad. Se coordinó con la Municipalidad de Córdoba y la CAMMEC el Circuito de Diseño a través de recorridos a pie, en auto o en bicicletas para visitar estudios, showrooms y locales con propuestas de diseñadores cordobeses.

Cierre de la Bienal y entrega de premio del Concurso Legado. En el marco del Cierre de la Bienal, se hizo entrega del Premio Concurso Legado 2018, motorizado por ADEC y la Municipalidad de Córdoba - que bajo el lema "Conquistando el espacio público" - tuvo como objetivo seleccionar propuestas sustentables de parkless que generen nuevos espacios públicos en superficies acotadas a través del diseño.

4. Hitos del Diseño en Córdoba

Es un proyecto de ADEC, en el marco del programa Córdoba CiudaDiseño, que busca visibilizar e historizar el diseño producido en la ciudad y provincia. Fue realizado por profesionales que surgen de un concurso público y quienes estuvieron bajo la coordinación del equipo técnico de ADEC. Se llevó a cabo una investigación y relevamiento que permitió conformar una línea de tiempo y seleccionando 101 hitos que se plasmaron en una web colaborativa y abierta (<http://www.xn--hitosdiseocordoba-nxb.com.ar/>) y luego, se materializaron 60 de estos hitos en totems diseñados y elaborados con materiales reciclables.

Para socializar la muestra itinerante, se la instaló en el marco del Congreso. Luego, se trasladó al Cabildo y actualmente se expone en la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la UNC.

4) RESULTADOS Y EVALUACIÓN

ADEC cumplió eficientemente con su objetivo: organizar la II Bienal Internacional Córdoba CiudaDiseño 2018, instalando el concepto del diseño como factor transversal de competitividad para el desarrollo de la ciudad de Córdoba y posicionarla como capital del diseño en el país y en Latinoamérica.

El gran desafío fue organizar una segunda edición de la Bienal que fuera superadora de la primera, respecto a la composición del programa del congreso, al número y calidad de actividades paralelas desarrolladas y lograr una mayor participación del público a partir de una nutrida agenda y variedad de acciones vinculadas al diseño. Sin duda, el desafío fue superado ampliamente donde los atributos de innovación e impacto se vieron reflejados en cada una de las producciones.

Organizar un evento de estas características - con multiplicidad de acciones y actores involucrados - no fue tarea sencilla. Sin embargo, fue una dificultad que ADEC supo sortear a partir de la conformación de un Comité de trabajo del Evento y del involucramiento y participación de las entidades socias entre las cuales se pudo lograr un trabajo interdisciplinario, coordinado y colaborativo para alcanzar el objetivo. La estrategia empleada fue la acertada.

Por su parte, el Congreso fue uno de los eventos principales en agenda, convocó a más de 700 personas durante dos jornadas consecutivas y a diferencia de la primera edición de la Bienal, tuvo mayor presencia de disertantes internacionales: 15 expertos mundiales que disertaron junto a disertantes nacionales moderados por 10 especialistas en las temáticas.

Asimismo, trasladar el “Sello del Buen Diseño Argentino” a Córdoba permitió federalizarlo y a partir de la II Bienal, se decidió que esta exposición se va a comenzar a realizar en otras provincias. Para los organizadores del Sello fue importante el respaldo institucional de ADEC y de las entidades intermedias nucleadas en su seno para consolidar la herramienta como una política pública y aspirar a que a largo plazo pueda ser un instrumento público-privado.

A su vez, las propuestas e intervenciones urbanas llevadas adelante por las organizaciones socias pusieron al diseño local en el centro de la escena, lo llevaron a la calle, demostrando a la sociedad su potencialidad y transversalidad para la transformación sostenible de la ciudad. Además, se logró el involucramiento de 18 entidades en diferentes actividades de la II Bienal, situación que contribuyó a la fidelización de las mismas al ser parte de un evento tan importante y reconocido a nivel local, nacional e internacional.

La II Bienal Internacional Córdoba CiudaDiseño en números:

- Más de 27 mil personas participaron en las diferentes actividades propuestas.
- Más de 700 participantes al Congreso de Diseño.
- 15 disertantes internacionales en el Congreso de Diseño.
- Más de 30 actividades paralelas organizadas por las entidades socias de ADEC.
- Más de 161 notas de prensa en medios locales, nacionales e internacionales durante dos meses de gestión.
- Más de 300 proyectos exhibidos en el Sello del Buen Diseño Argentino y de éstos, el 20% correspondió a diseñadores cordobeses. El traslado y difusión del Sello del Buen Diseño en Córdoba permitió incrementar en un 13% la cantidad de empresas cordobesas premiadas respecto del año 2017.
- El programa “Hitos del Diseño de Córdoba” relevó 160 hitos y tuvo tal relevancia que se ha desarrollado un sitio web con información de los mismos, a la vez que se ha convertido en material de consulta y estudio de estudiantes universitarios.
- 8 propuestas de intervención presentadas al Concurso “El Legado” y un premio otorgado en efectivo.
- 15 equipos de emprendedores, estudiantes y diseñadores trabajaron conjuntamente buscando soluciones innovadoras vinculadas al diseño en el marco del Innovathon y por la exitosa experiencia se decidió institucionalizarla y realizar una nueva versión de la maratón en el 2019, dándole sostenibilidad.
- Socialización de la propuesta artística del Boulevard del Diseño junto a más de 20 artistas en el Espacio Cultural 220.
- La estrategia publicitaria en redes tuvo una conversión del 70% más de lo proyectado.
- Las publicaciones en Facebook tuvieron un alcance total de 539.960 impresiones; en Instagram, 49.299 y en Twitter más de 63.500.
- La landing page tuvo 6.694 visitas en un lapso de dos meses (septiembre y octubre 2018).
- 36 empresas e instituciones auspiciaron la II Bienal.
- Más de 280 personas participaron en el montaje de las intervenciones, de las cuales 200 alumnos de la UNC intervinieron en el montaje de las obras de Toco Madera.
- 1.700 personas pasaron por el escáner antropométrico que mide 286 puntos del cuerpo humano.

De esta manera, quedó demostrado que la II Bienal Internacional Córdoba CiudaDiseño superó ampliamente las expectativas y objetivos propuestos por la organización, los actores involucrados e instituciones que participaron de esta iniciativa que contribuyó a poner en valor al diseño como factor de desarrollo sostenible y que se espera repetir en el año 2020.

^[1] Ver en Más de 30 Intervenciones y Actividades Paralelas.

^[2] **Fondo de Competitividad:** es una tasa fija que aportan las empresas de la ciudad de Córdoba, conjuntamente con el pago de sus contribuciones municipales. La Municipalidad de Córdoba está a cargo de la recaudación y transferencia de estos fondos a ADEC quien los administra y, por medio de convocatorias, las entidades socias presentan proyectos que tengan un impacto directo en el desarrollo económico y territorial de la ciudad de Córdoba y su área metropolitana. Los proyectos son evaluados por evaluadores externos conforme a lineamientos definidos por ordenanza para asegurar la transparencia del proceso.

^[3] Ver en Anexo la totalidad de actividades e intervenciones urbanas que se llevaron a cabo, ya que por una cuestión de extensión no se describen en su totalidad.