



Premio bid_14

DISEÑO PARA (EN Y DESDE) LA CULTURA

Que el diseño es cultura está fuera de duda, pero, la cultura ¿tiene diseño?

La experiencia hasta ahora es que la cultura necesitaba del diseño para realizar las portadas de libros, los carteles de cine o los festivales de ópera. Para presentar una exposición o dotar de mobiliario adecuado sus instalaciones. El diseño era un apéndice fragmentado para materializar el producto cultural, publicitar la película o comunicar el programa de la temporada operística.

Sin embargo, las nuevas propuestas artísticas o las instituciones culturales consolidadas necesitan lenguajes visuales contemporáneos para pervivir o abogan por espacios planteados estéticamente y funcionalmente como un reclamo más para los usuarios. En el cambio de paradigma cultural los diseñadores han de formar parte de los proyectos de la cultura, formar parte de los procesos de indagación de los nuevos lenguajes sumando sus herramientas de diseño.

MA
GI
NA
CI
ÓN

CO
LEC
TI
VA_

Se abren de este modo nuevos campos de experimentación para renovar y alterar los repertorios gráficos, recomponer las estrategias de diseño e incorporar las nuevas herramientas y tecnologías a las propuestas. Ya sea bien para comunicar a través del diseño, a través de la intervención del espacio o de los recursos expositivos.

La bid_ quiere detectar propuestas, trabajos e ideas ligados a esta renovación y a estos nuevos discursos para ponerlos en valor. Invitamos así a participar no sólo a los diseñadores y diseñadoras sino a las instituciones que han impulsado propuestas acordes con esta candidatura. El cliente se transforma aquí en un impulsor del buen diseño, y como tal, puede ser un candidato idóneo a esta premiación.