

Paradigmas Intangibles



**Workshop sobre ciudad, cultura e identidad.
Hernan Berdichevsky, diciembre 2009**

Acerca de lo tangible y de lo intangible.

Buenos Aires atestigua, indudablemente, un intercambio de influencias considerables en un área del mundo determinada, en los ámbitos de la cultura en general y de la arquitectura, las artes monumentales, la planificación urbana y la creación de paisajes en particular.

Según las convenciones, se exige para un monumento, conjunto o lugar, un valor universal excepcional. En este sentido es clara la diferencia de Buenos Aires con otras ciudades del continente que han sido declaradas Centros Históricos por la importancia de su arquitectura. Buenos Aires nos muestra un paisaje urbano de gran calidad correspondiente a las últimas décadas del siglo XIX y al siglo XX. Este paisaje urbano es el resultado de una constante evolución de la ciudad colonial que expresa el desarrollo de una economía agropecuaria eficiente, complementaria de la economía europea, en plena Revolución Industrial. Se trató de un proceso de integración al mercado mundial, a la asociación con el gusto francés impulsado por la École des Beaux Arts y al prestigio urbano de París que actuaba como modelo, y que se potenció con la transferencia de tecnología británica, y los diseños profesionales de diversos países de Europa, que fueron definiendo el carácter “cosmopolita” de la ciudad.

Para el desarrollo del workshop Paradigmas intangibles, hemos elegido 4 barrios, hitos que poseen elementos eminentemente representativos de acontecimientos o tradiciones vivas, ideas, creencias u obras artísticas o literarias que tengan un significado universal excepcional.

Buenos Aires es conocida mundialmente por la vitalidad de su actividad cultural que se integra a los elementos de su patrimonio artístico y natural. Los bienes culturales adquieren la calidad de patrimoniales en el mismo momento en que son valorados, reconocidos y utilizados por la comunidad, de esta forma confieren identidad a la sociedad y a la vez son testimonio de ella.

Este desarrollo histórico y cultural de Buenos Aires está fuertemente marcado por los elementos patrimoniales. El habitante de Buenos Aires reconoce los valores de los elementos culturales que la han ido definiendo en su proceso evolutivo. No sólo esto, sino que además potencia otras formas de relación mítica y simbólica con su ciudad. Ello se expresa en lugares concretos, como los bares, café, esquinas y clubes, o en los “no lugares”, físicamente hablando, que forman parte de un imaginario literario y que, en definitiva, son “sitios de la memoria” urbana, tanto para los “porteños” (habitantes de Buenos Aires) cuanto para los visitantes calificados.

El proyecto Nobrand, es una manera de mostrar la universalidad de estos paisajes urbanos y construcciones de la memoria de una manera particular y de una gran repercusión.

El workshop Paradigmas intangibles consta de un ejercicio experimental de búsqueda de estos paradigmas intangibles dentro de la ciudad, específicamente dentro de 4 puntos (pre) pautados.

Calendario de trabajo:

Lunes. Charla de lanzamiento 90 minutos, primer día de trabajo:

Barrio San Telmo, coordenadas Palza Dorego + Museo Arte Moderno de Buenos Aires (MAMBA) y alrededores.

Martes, segundo día de trabajo:

Barrio La Boca, coordenadas Caminito + La bombonera y alrededores

Miércoles presentación de material. Trabajo de análisis en clase. De 9hs a 13hs

Jueves, cuarto día de trabajo:

Barrio Palermo, coordenadas Plaza Serrano + Plaza Armenia y alrededores

Viernes, quinto día de trabajo:

Barrio Tigre, coordenadas mercado de frutos + islas

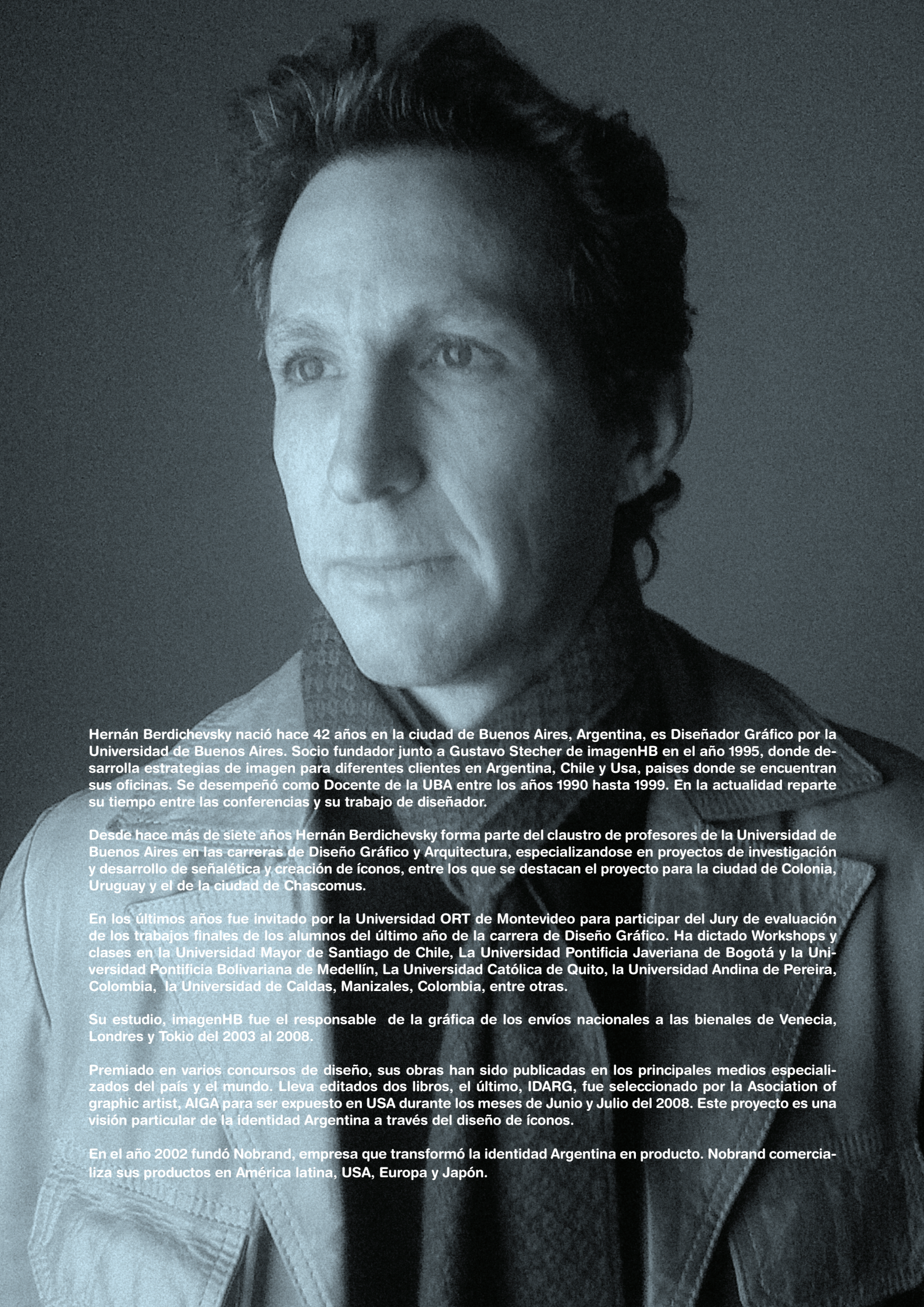
Lunes entrega final y devolución, de 9 a 13hs

Se entregará un archivo editable pdf que subiremos en la plataforma issuu (issuu.com)

De esta manera, todas las entregas formarán parte de un nuevo canal editorial online

La técnica es libre y el único condicionante es el peso del archivo que no podrá superar los 10 Megas.

Cada equipo entregará una sola propuesta, donde incluirá un memoria conceptual del proyecto.

A black and white portrait of Hernán Berdichevsky, a man with dark, wavy hair, looking slightly to the left. He is wearing a light-colored jacket over a dark shirt. The background is dark and out of focus.

Hernán Berdichevsky nació hace 42 años en la ciudad de Buenos Aires, Argentina, es Diseñador Gráfico por la Universidad de Buenos Aires. Socio fundador junto a Gustavo Stecher de imagenHB en el año 1995, donde desarrolla estrategias de imagen para diferentes clientes en Argentina, Chile y Usa, países donde se encuentran sus oficinas. Se desempeñó como Docente de la UBA entre los años 1990 hasta 1999. En la actualidad reparte su tiempo entre las conferencias y su trabajo de diseñador.

Desde hace más de siete años Hernán Berdichevsky forma parte del claustro de profesores de la Universidad de Buenos Aires en las carreras de Diseño Gráfico y Arquitectura, especializándose en proyectos de investigación y desarrollo de señalética y creación de íconos, entre los que se destacan el proyecto para la ciudad de Colonia, Uruguay y el de la ciudad de Chascomus.

En los últimos años fue invitado por la Universidad ORT de Montevideo para participar del Jury de evaluación de los trabajos finales de los alumnos del último año de la carrera de Diseño Gráfico. Ha dictado Workshops y clases en la Universidad Mayor de Santiago de Chile, La Universidad Pontificia Javeriana de Bogotá y la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín, La Universidad Católica de Quito, la Universidad Andina de Pereira, Colombia, la Universidad de Caldas, Manizales, Colombia, entre otras.

Su estudio, imagenHB fue el responsable de la gráfica de los envíos nacionales a las bienales de Venecia, Londres y Tokio del 2003 al 2008.

Premiado en varios concursos de diseño, sus obras han sido publicadas en los principales medios especializados del país y el mundo. Lleva editados dos libros, el último, IDARG, fue seleccionado por la Association of graphic artist, AIGA para ser expuesto en USA durante los meses de Junio y Julio del 2008. Este proyecto es una visión particular de la identidad Argentina a través del diseño de íconos.

En el año 2002 fundó Nobrand, empresa que transformó la identidad Argentina en producto. Nobrand comercializa sus productos en América latina, USA, Europa y Japón.