

## ENTREVISTA

## Innovación en tres dimensiones

**El diseñador Hernán Braberman, socio de la empresa especializada en packaging Tridimage, fue seleccionado como finalista argentino del concurso *International Young Design Entrepreneur of the Year* que se realizará en Londres**

Cuando se recibió de diseñador industrial, en 1993, Hernán Braberman tenía que explicar todo el tiempo de qué se trataba su trabajo. "Me preguntaban '¿qué hacés, máquinas, dibujitos?'", cuenta. Hoy, 12 años después, su carrera se convirtió en un verdadero boom y Braberman es un exitoso diseñador especializado en packaging con empresa propia -Tridimage, junto a dos socias-, exporta sus trabajos y acaba de ser seleccionado como finalista argentino del concurso *International Young Design Entrepreneur of the Year* (joven diseñador emprendedor del año) organizado por el British Council en asociación con la prestigiosa feria 100% Design de Londres.

¿Qué significa ser finalista de este concurso?

Implica viajar al Reino Unido en septiembre para conocer estudios, instituciones educativas y fábricas relacionadas con el diseño. Y presentar trabajos de tu país en 100% Design. La selección del candidato mundial, consiste en una presentación ante un jurado de líderes del diseño inglés donde sos una especie de embajador que debe contar qué está pasando con el diseño en tu país y presentar a tu empresa como un caso dentro de esa escena. Argentina es el único país de Latinoamérica que participa.

Tridimage comenzó como un microemprendimiento y hoy trabaja con marcas líderes y vende sus diseños al mundo, ¿cuáles fueron las claves de esa transición?

Pasión y mucho foco. Fue importante no habernos diversificado. Y, por otro lado, una mirada global al diseño de packaging que integra el diseño estructural (la parte tridimensional) y el diseño gráfico. A nivel local, fue una gran innovación.

La empresa está exportando cada vez más sus creaciones, ¿qué es lo más atractivo del diseño argentino para otros países?

Realizamos trabajos para cosméticos y envases de limpieza de Estados Unidos, vinos en Hungría, bebidas alcohólicas de España y lácteos para Centroamérica. El año pasado nuestra



Izquierda: Olla Lafont que se vende en Estados Unidos y Europa. Derecha: Eco de los Andes, uno de los primeros trabajos



Arriba: Los envases de Patagonian Life premiados por el Instituto Argentino del Envase y Export.ar. Derecha: Packaging de vinos diseñado para el mercado de Hungría



facturación estuvo cerca de los 600 mil pesos y un 40% de lo que estamos facturando es de proyectos para el exterior. Creo que lo atractivo del diseño nacional, más allá de lo económico, es la herencia multicultural entre lo latino y lo europeo. Esa mezcla hace que la gente de la Argentina esté acostumbrada a tener una mirada desde muchos lados.

¿Cuáles son los errores más comunes que se cometen al diseñar un envase?

Primero, no saber dónde estás enfocado. No es lo mismo diseñar un vino de alta gama que uno de 3 pesos. Tenés que ser coherente porque la gente toma decisiones muy rápido. Y, después, la parte ergonómica. Que sea fácil de abrir, se pueda llenar en la máquina, se pueda apilar, que no ocupe mucho espacio. Hay múltiples variables. El diseño de packaging presenta ese desafío. Son piezas que mezclan mucha comunicación y aspectos tecnológicos para fabricarlas. Lo que me apasiona del packaging es que es un diseño muy democratizado, para todos los días. No es elitista, y lo consumen millones de personas. Está bueno diseñar desde algo muy sofisticado hasta un envase de lavandina.

## Mirada integral

Un diseño de packaging para la bodega Pernod Ricard fue el puntapié de inicio para Tridimage, la empresa fundada por Hernán Braberman, Adriana Cortese y Virginia Ginés. "Los cristaleros nunca habían trabajado con diseñadores. Había muchos prejuicios y los derribamos", recuerda Braberman. Tanto es así que esos mismos cristaleros los recomendaron para su segundo trabajo, nada más y nada menos que para Quilmes, en 1996. El resultado fue una innovadora botella descartable con una propuesta estética para las aguas Eco de los Andes. "Ahí nos dimos cuenta que faltaba una mirada global y empezamos a desarrollar toda la parte de diseño gráfico", explica. Hoy, Tridimage, diseña propuestas integrales de envases para empresas como Allied Domecq, Quilmes, Peñafior, Baggio, Molinos, Procter & Gamble, Nestlé. Y exporta diseños a Estados Unidos, Inglaterra, Canadá, España, Hungría, México y Puerto Rico.

