

CREATIVIDAD ETICA MAGAZINE

CE

07 año 2011

PROPIEDAD INTELECTUAL
DISEÑO GRAFICO
PUBLICIDAD
EXPERIENCIA EMOCIONAL
NEWS
RSE
DISEÑO DE INDUMENTARIA
DISEÑO INDUSTRIAL
DISEÑO SUSTENTABLE
ENTREVISTAS INTERNACIONALES
ARTE +
FOTOGRAFIA
ARQUITECTURA
DIARIO PATAGONICO
DISEÑO & FORMACION
DISEÑO INCLUSIVO
REFLEXIONES



CREATIVIDAD ETICA MAG STAFF

EDITOR/DIRECTOR
Veronica Ciaglia

DISEÑO
zumocreativo

COLABORADORES
Alejandra Benitez
Aleandra Scafati
Claudio Taddeo
Diego Fernando Scurk
Felipe Aballay Miranda
Gabriel Stabilito
Julieta Gayoso
Lucho Cecchini
Luciano Rodríguez Alcalá
Marianna Garin
Marín Jasper
Sergio Scurk
Silke
Verónica Romanenghi
Yamila Garab

La Asociación Civil para la Difusión de la Creatividad en el Diseño (Personería Jurídica otorgada por Res.IGJ 511 del 10 de Junio del 2008, info@creatividadetica.org), no se responsabiliza por la veracidad, licitud, legalidad o integridad de —o del uso de— las notas (expresiones, contenido, obras protegidas por la propiedad intelectual o información veritadas o utilizadas por los autores de las mismas o accesibles vía enlaces en terceras URLs), ni tampoco se responsabiliza por el daño o perjuicio que las mismas causaren a terceros, cualquiera sea la naturaleza del daño o perjuicio. Entre otras, no se responsabiliza por violación a derechos de terceros (Propiedad Intelectual, Intimidad, honor, Confidencialidad u otros), quienes en toda hipótesis de acción deberán dirigirse a los autores de las mismas. El uso de dicha información queda a exclusiva responsabilidad de los lectores, a quienes se advierte que los autores de dichas notas poseen sobre las mismas derechos de propiedad intelectual vigentes, en virtud de los cuáles autorizaron la comunicación, reproducción y comunicación de dichas notas a nuestra Asociación.



Creatividad Etica Magazine es la revista digital Interdisciplinaria de diseño, arte, arquitectura y propiedad intelectual de la Asociación Civil Creatividad Etica.

Creada en Marzo del 2010 con la intención de servir como herramienta de consulta para profesionales, estudiantes y empresas.

Esperamos que nos acompañen con la lectura y con sus opiniones compartiendo cada Edición de nuestra Revista Bimestral.

D.I. Verónica Ciaglia
Directora & Editora de Cemagazine

 **creatividad
ética**
www.creatividadetica.org

INDEX

- **PROPIEDAD INTELECTUAL** / pág. 4 y 5
- **DISEÑO GRAFICO** / pág. 6
Mi querida pantonera
- **PUBLICIDAD** / pág. 7
Códigos QR y la Publicidad
- **EXPERIENCIA EMOCIONAL** / pág. 8
La artista plástica Silke se confieza
- **NEWS** / pág. 10
Escarabajo Patchwork
- **RSE** / pág. 11
¿Para que sirve la ISO 26000 de Responsabilidad Social?
- **DISEÑO DE INDUMENTARIA** / pág. 12
La muerte de la moda
- **DISEÑO INDUSTRIAL** / pág. 14
Bicicletas de bambú en Argentina
- **DISEÑO SUSTENTABLE** / pág. 16
Cradle to Cradle
- **ENTREVISTAS INTERNACIONALES - CHILE**
D.I. Felipe Morales Guzman / pág. 18
D.I. Rafael Chavez / pág. 21
D.I. Felipe Aballay Miranda / pág. 24
D.I. Sandra Cardenas / pág. 27
- **ARTE +** / pág. 30
El arte como revelador de actividades sustentables
- **FOTOGRAFIA** / pág. 32
El arte como revelador de actividades su
- **ARQUITECTURA** / pág. 34
Turismo sustentable
- **DIARIO PATAGONICO** / pág. 36
Patagonia, Mia
- **DISEÑO & FORMACION** / pág. 38
Despertar creativo
- **DISEÑO INCLUSIVO** / pág. 40
3:34 AM, un año despues
- **REFLEXIONES** / pág. 41
El número 1

FESTEJEMOS CUMPLIMOS 1 AÑO

Me gusta la idea de celebrar y compartir todos los acontecimientos en la vida y en esta oportunidad vamos a festejar que Cumplimos 1 año con Cemagazine, de estar en el ciberespacio.

A lo largo del año transcurrido, les hemos brindado bellas notas con las cuales hemos aprendido juntos, temas de interés común y nos hemos sorprendido con algunos temas desconocidos. Estas notas han sido escritas por un grupo humano maravilloso, todos profesionales de distintas disciplinas y con los cuales hemos compartido nuestro sueño de llevar a cabo este Proyecto de tener una revista online gratuita para comunicar todas las novedades del sector y que además esté al alcance de todos.

A ellos todo nuestro agradecimiento y a Uds. lectores por estar detrás de cada pantalla siguiendo y velando por nuestro sueño hecho realidad.

Y como estamos de festejo, vamos a seguir creciendo en contenidos para esta Edición # 7, tan especial, hemos incorporado más secciones: Fotografía, Experiencia Emocional y Entrevistas Internacionales, en este número Edición Chile.

Espero que disfruten tanto como nosotros esta Edición de Cumpleaños.

D.I. Verónica Ciaglia
Directora & Editora de Cemagazine



PROPIEDAD PRIVADA



Hace algunos días volví a ver el tan recurrido cartel de “Propiedad Privada” al pasar por el lateral de un pequeño campo. Al instante pensé en ello, pero en relación al tema que nos ocupa desde estas páginas. Como ya dije alguna vez, en la historia de la humanidad debieron confluír una serie de factores económicos, sociales y culturales para que vieran la luz los derechos intelectuales (autor e industriales) tal como los conocemos hoy en día.

Una mirada absolutamente individualista del tema, sólo pone el acento en la titularidad y el derecho de los poseedores. No obstante ello, no debe perderse de vista el equilibrio entre la justa recompensa del autor o creador y el bien social común que se decanta o desprende de estas obras o creaciones. En el campo del derecho de autor, ha de estarse tanto al reconocimiento de la “paternidad” como a la justa retribución al esfuerzo, así como al progreso de la comunidad -en tanto su elevación espiritual y de conciencia- que trasciende al difundirse este tipo de obras.

Un Estado inteligente siempre debiera legislar compensando de justa manera al autor (con la exclusiva por el plazo que le otorga la Ley), con el propósito que dicho bien (obra) trascienda, sin desconocer que un atildado destino final es su incorporación al acervo comunitario, como algo de lo que ya nadie puede apropiarse para sí. Pueden imaginarse la inmovilidad cultural si la protección por el derecho de autor fuese perpetua? En definitiva, un autor no es más que la expresión individual encarnada en un ser humano, nacida al amparo de un contexto histórico determinado y determinante.

Es justo entonces que, explotada la obra por un tiempo

más que conveniente, la misma ya no pertenezca al autor, sino que pase a formar parte del dominio general. Así como he hablado del propósito espiritual y de conciencia expreso o implícito contenido en las obras protegidas por el derecho de autor y la importancia de su difusión en una comunidad y, a la postre, su adueñamiento público, podemos resaltar del mismo modo lo gravitante que resulta el progreso técnico en las sociedades. De ahí que las Patentes de Invención así como los Modelos y Diseños Industriales tienen una vida útil de explotación en exclusiva para el creador y, llegado a su término, pasan al dominio público.

Nuevamente el equilibrio entre un legítimo reconocimiento material (la exclusiva de explotación por el plazo que le otorga la Ley) y el bienestar general de la comunidad. La filosofía es la misma que con el derecho de autor, más no en cuanto a la elevación espiritual y de conciencia, sino en cuanto a la utilidad colectiva y beneficio técnico de este nuevo aporte. El creador (empresarial o individual), no es una unidad aislada en el universo, sino alguien que se encuentra consustanciado con el acervo técnico o “estado del arte” propio de su tiempo y lugar, lo cual permitió que pueda llevar a cabo esta mejora. Un caso curioso -si lo miramos sin razonar-, lo representan las marcas.

Es el único de los derechos intelectuales (industrial) que puede ser renovado a perpetuidad. En el contexto del beneficio general o comunitario, tiene una razón más que lógica para que sea de esa manera. Uno de los factores estructurales más importantes para el crecimiento y riqueza de los individuos y las naciones, es el intercambio de bienes y servicios.

Si ya se ha identificado una mercancía con un signo

(marca), no se haría ningún bien a la comunidad en general el hecho que una vez así reconocida en el mercado, se lo obligue al titular a que cada tanto la identifique con un nuevo signo.

Los Estados aquí, al legislar la renovación a perpetuidad de los registros marcarios, más allá de la tutela individual al comerciante o fabricante, intentan proteger la normal y eficaz distribución de bienes y servicios, que no es más que la generación de trabajo y acumulación de riqueza en que se sustenta el crecimiento económico de los países. Aunque a algunos pueda resultarles obvio lo que hasta aquí he dicho, no obstante este (temporalidad de la explotación), sigue siempre presente en este campo. Existen fuertes y potentes intereses en que -muchas veces mediante argumentos pseudo legales-, se perpetúen la vigencia de estos derechos a favor de los titulares, en detrimento de toda la sociedad. Por ejemplo: lo que se denominan los “segundos usos” de una Patente de Invención, o bien, lo que podría calificarse como arbitrario y antojadizo al incluir en determinados regímenes de protección a algunas innovaciones (Por ejemplo: el software en el derecho de autor). Créanme....por más que se la trate de disfrazar con sesudas y floridas exposiciones letradas (justificadoras de tales estándares), no es más que la codicia...también muy humana.



autor/ Dr. Claudio Taddeo
mail/ cet_ar@yahoo.com

PROPIEDAD INTELECTUAL

LA IMPORTANCIA EN NUESTRO PAÍS DE REGISTRAR DISEÑOS EN LA DIRECCIÓN NACIONAL DE DERECHOS DE AUTOR, Y DE ENSEÑAR PI EN FACULTADES DE DISEÑO DIVIRTIÉNDONOS.



Durante la primer semana de febrero de este año, tuve la maravillosa oportunidad de trabajar -una vez más- con la Avogación Colombiana Red Académica de Diseño R.A.D. (<http://www.radcolombia.org/new-site/>), que nuclea a las facultades de diseño de las diferentes universidades de Colombia, y que tiene entre sus funciones establecer contenidos mínimos para la formación curricular del diseño de todo el territorio de Colombia.

Ya en 2007 había tenido la posibilidad de visitar Medellín dictando unas conferencias y colaborando con la RAD en temas de Gestión de Propiedad Intelectual. Ahora, tres años después, volvimos a encontrarnos en Bogotá en el marco del Taller RAD, una interesante asignatura optativa que permite a los alumnos de las escuelas de diseño de diferentes Universidades cursar juntos una experiencia pedagógica de un semestre, en la que dicté un Seminario de 3 días y 9 horas de cursada, que les dio a unos cincuenta futuros diseñadores un panorama teórico de la propiedad intelectual, entendiendo sus figuras de protección (tanto del Derecho de Autor como de la Propiedad Industrial) y sus aplicaciones más habituales en el universo de las competencias del diseño.

Pero no sólo eso. El Seminario también incluyó ejercicios reales de registro de obra creativa en la Dirección Nacional de Derecho de Autor de Colombia... a las 7PM de un viernes!. Asímbrense. En tiempo real, on line, y en el web site de la Dirección Nacional de Derechos de Autor de Colombia (DNDA), logramos iniciar -y en algunos

tipos de obra, como la literaria, concluir- el registro de obras que son competencia del diseño. Ese trámite, es particularmente importante para otorgar a la creación fecha cierta, y presunción de autoría, al igual que en nuestro país.

Pero no todo es igual pasando la frontera. El derecho de autor en Colombia, a diferencia de lo que sucede en Argentina, no requiere el registro de la obra como condición para su ejercicio (por ejemplo, para iniciar un juicio contra alguien por plagio), mientras que en nuestro país, sí es necesario hacerlo. En efecto, si bien el derecho existe desde el momento de la creación, el ejercicio del mismo en Argentina queda suspendido hasta el momento del registro de obra en la Dirección Nacional de Derechos de Autor, cuando se recupera

Aún existiendo esa diferencia (que los diseñadores colombianos, en su país, pueden ejercer sus derechos de autor desde el momento de la creación sin necesidad de registro alguno y aquí no), el trámite en Colombia puede realizarse completamente On-Line. Hum (pienso). Sí, con sólo darse de alta, eligiendo un usuario y una contraseña tan sencillamente como si se tratara de un sesión Hotmail o Facebook, un creativo en Colombia podrá de modo muy simple ingresar a su cuenta y realizar un trámite de apenas cinco minutos que le permitirá poner en marcha (y en algunos casos concluir) el registro de sus obras: artísticas (diseños gráficos, ilustraciones, bocetos, etc...), literarias (sus textos argumentales, etc..), de arte

aplicado (creaciones volumétricas originales), u otras. En Argentina siempre tenemos la opción de hacerlo personalmente o por correspondencia, en Buenos Aires o en alguna de las Provincias donde existen delegaciones de la Dirección Nacional, y está claro que no hacer el registro tiene consecuencias que pueden afectarnos en caso de querer defendernos judicialmente. Pero cuidado, que ese trámite no reemplaza al registro de Modelo Industria, Diseño Industrial, Marca o Patente en INPI. Por el contrario, lo complementa otorgando al ciudadano otras herramientas de protección.

La experiencia RAD fue maravillosa. Muchos alumnos se llevaron sus obras registradas y las ideas más claras. Yo, aprendí más de diseño divirtiéndome: al Seminario del Taller RAD, junto con el Presidente de RAD DI Roberto Cuervo y un grupo docente de soporte, realizamos una reflexión con otro ejercicio en vivo aún más dinámico: una performance audiovisual con VJs con dos pantallas gigantes, Djs y canciones, que utilizando piezas creativas de terceros o propias nos ponía a pensar sobre el derecho de autor. No estamos locos. No se asombren. Era viernes, 7PM. El día y la hora indicados para ser mas creativos que nunca!



autor/ Dr Luciano Rodríguez Alcalá
mail/ Ira@cpacf.org.ar

MI QUERIDA PANTONERA



Si bien muchos creen que es una marca de tinta, debo recordarles que es una empresa, **Pantone - Inc**, (Nueva Jersey, Usa).

La misma fue adquirida en 1962, luego de problemas financieros, por el estudiante de química **Lawrence Herber**, quien trabajaba como empleado para la firma, el cual ayudado por sus conocimientos y experiencia, redujo de 60 a 12 el número de pigmentos utilizados para mezclar colores en la imprenta, dándole un amplio rango de combinaciones. De esta manera, en 1963 produjo la primera edición de la guía de color Pantone, la cual se convirtió en una autoridad en materia de colores para la industria a nivel mundial.

Si bien el proceso CMYK es el método estándar para la impresión de la mayoría de los materiales en el mundo, el sistema Pantone se basa en una combinación específica de los pigmentos para crear nuevos colores. El sistema también permite los colores Pantone especial para ser impresos, como los colores fluorescentes y metálicos.

Pero ¿por qué Pantone ha convertido en sinónimo de color? desde hace más de 40 años de la industria americana de tintas Pantone des-

arrolló un sistema numérico de los colores de tinta, en lugar de nombres que variaban según lugar de origen o idioma, y logró mantener un alto nivel y la regularidad en la producción de estos. Por lo cual es más seguro elegir entre un color que diga 350C en argentina como en china que lo que puede variar el tono verde malba, verdad?

Algo práctico: si bien los programas de diseño poseen pantoneras virtuales, para elegir el color de un logo o pieza grafica deben definirlo primero desde la vieja querida pantonera, ese librito largo difícil de ubicar en la biblioteca, para luego trabajarlo en el monitor, de esta manera se aseguraran que sea el color exacto que elijan y no un truco visual de su monitor.

NOTA: Durante el Fashion Week 2011 en New York, Pantone, presentó cuales serán los colores para esta temporada. Esta compañía escoge 10 colores para cada temporada, Cool!!! + info www.pantone.com

autor/ D.G. Gabriel Stabilito
mail/ gstabilito@zumocreativo.com.ar
web/ www.zumocreativo.com.ar



CÓDIGOS QR Y LA PUBLICIDAD



Seguramente para muchos este título no dice nada o es básicamente algo raro, pero si realmente somos un poco curiosos, vamos a ver que los códigos QR ya forman parte de nuestro entorno, quizás mal utilizados en acciones publicitarias, pero usados al fin, de hecho ya forman parte de la vida cotidiana en Asia, así que no digan que no les advertí que esto forma parte del futuro y la integración con campañas 360° (es una forma “cool” de llamar en publicidad una campaña que abarca todos los medios ;.)

Ahora, realmente que son los “códigos QR”? bueno, es simple, para hacerlo más corto, son como “códigos de barra más avanzados con mucho más contenido”. En Wikipedia hay una definición mejor que esta, pero se las dejo a Uds., que son curiosos en ver con más detalles esta tecnología. La sigla “QR” se derivó de la frase inglesa “Quick Response” pues el creador aspiraba a que el código permitiera que su contenido se leyera a alta velocidad. Lo genial de estos códigos, para nosotros que hacemos publicidad o pensamos campañas, es el amplio campo para la aplicación y el dinamismo que nos permite para la integración con piezas de comunicación. Normalmente la mayoría de los teléfonos móviles hoy pueden



tener un lector de códigos qr, o en todo caso lo pueden instalar bajándolo, por lo tanto se imaginan un aviso donde en un costado del mismo sale impreso el código QR y al leerlo con el celular sea un “ME GUSTA” de nuestra página en Facebook? No hay límite para la creatividad de integración de este tipo de sistema.

Y lo mejor de esto es que es gratis, si gratis mal! Para los usuarios y otra mejor es que hay muchos sitios Web donde podemos generar nuestros propios códigos QR, ingresen a este por ejemplo: <http://www.codigos-qr.com> ...

Ahora dirán y realmente como puede servir para publicidad? Bueno, era obvia esa pregunta, para eso les listo que tipo de información pueden albergar los QR:

01. URL (dirección Web o wap), esto significa que al sacar una foto al código con la aplicación automáticamente (con el consentimiento tuyo) se conectará a la URL que está guardada en el código y te llevará

a una Web... o link o descargar, o gif animado online, o geolocalización, o lo que quieras online... creatividad nada más.

02. Texto, el código puede contener simple texto, lo cual significa que el lector desplegará un mensaje guardado en el código. Imaginate un texto promocional, una intro de un libro, una tarjeta virtual en un aviso para saludar amigos en su día, etc.

03. Número de teléfono, en este caso cuando el lector de código interpreta éste llamará al número guardado en el código.

04. SMS, esta opción envía un mensaje específico a un número ambos guardados en el código. Bomba al “1515”...se acuerdan?

05. Vcard, sacas la foto y automáticamente te agrega los datos de esa “campaña” a tu agenda telefónica.. una tarjeta virtual en tu móvil en segundos...

Bueno, como mencioné, usando la creatividad y teniendo las necesidades reales de una marca no me cabe la menor duda de que se pueden idear miles de aplicaciones interesantes, entretenidas y por cierto, efectivas, sólo necesitas tu creatividad y obvio... la marca que banque!



autor/ D.G. Lucho Cecchini
mail/ lucho@fly-interactive.com
web/ www.fly-interactive.com

SILKE SE CONFIESA

SILKE ARTISTA PLÁSTICA MULTIDISCIPLINARIA, RECONOCIDA INTERNACIONALMENTE



“Siento que el proceso creativo no siempre es el mismo. A veces surge del entrenamiento plástico, del ‘kilometraje’, donde se conjugan el flujo de ideas, de intuiciones. También, de las técnicas, que ayudan a que se disparen nuevas creaciones.

Sin embargo, otras veces, pasa algo mágico. Me siento unida con todo el universo, puedo vislumbrar un reflejo de su matriz, es una sensación inexplicable. Veo imágenes, más imágenes. Es una sensación de totalidad, de euforia, de entusiasmo, de plenitud. Me entrego al misterio de esos momentos. La lógica allí no tiene espacio, jamás lo podría describir, no existe lenguaje formal para explicarlo. Es como si una idea se quisiera apoderar de mí. Pensándolo bien, casi me atrevo a decir que sucede al revés, allí afuera hay ideas que son como entidades y buscan un cuerpo para manifestarse.

A veces siento que las ideas deambulan en el Universo y buscan a la persona propicia para expresarse. Parece ser que la idea es la corpórea, la importante, y uno pasa a segundo plano, a ser sólo instrumento útil para realizar esa idea. Pero como la idea surge del Universo, vibra con una energía diferente, que no



La artista plástica Silke entre sus tapices / Foto: Pablo Tapia.

es la humana. Se me ocurre que es por eso que aparecen esas sensaciones maravillosas de euforia y plenitud. Una vez que la idea se apoderó de mí, la veo totalmente terminada con todos los detalles. Curiosamente, esa idea siempre tiene que ver conmigo; no es casual que me haya elegido. A medida que la visualizo, la interiorizo y abro toda mi percepción para hacerla mía, para verla, sentirla, tocarla y escucharla. La imaginación, la intuición y la vivencia profunda del simbolismo constituyen el suelo fértil esencial para cada visualización. Durante ese instante, yo soy la imagen. Luego se desprende de mí. ¡Qué maravilla! Es luz y transparencia. La veo totalmente acabada, suspendida en el aire, pidiendo ser realizada. Agradezco cada hallazgo... Ese momento pleno y emocionante viene acompañado del gran desafío: ¿cómo hacerla visible, cómo revelarla a los demás? Si bien no dudo de mi decisión de trabajar, a la vez me invaden las angustias propias del cuestionamiento de mis posibilidades.

Cuando aparece un nuevo desafío técnico recuerdo la 'imagen luz'. Es así como descubro las técnicas a utilizar. Me sorprende ver cómo muchas técnicas me son reveladas de este modo. Entonces comienzo el trabajo, 'el hacer'. Cada forma, cada trazo, cada color aportan su propio clima vibracional.



Título: "La Luna" de la serie Los Arkanos en seda / Medidas: 150cm x 200cm / Material: seda natural / Técnica: personal.

Paso a paso se gesta la obra; son horas y horas de incansable trabajo, de gran intensidad emocional. Son tiempos que desatan una regeneración interna, tiempos de meditación. El contacto tan íntimo y tan profundo con la idea es una comunión entre imagen, realización y plenitud. Si bien los materiales tienen su peso y sus exigencias, y el trabajo físico demanda esfuerzo, el sentido de la obra lo hace liviano. Cuando la obra queda concluida, me invaden diferentes sentimientos. Por un lado, el asombro de lo que surgió y, por otro, una cierta tristeza porque la obra culminó. Es semejante a la sensación que siento al leer la última línea de un libro que me mantuvo en un estado de irrealidad que parecía supremo: una sensación de despojo y abandono. Sin embargo, la obra se dio a luz."

Silke y A. Benitez son las autoras del libro "Testigos o Protagonistas, claves para desarrollar la Creatividad" en el cual Silke cuenta su proceso creativo.



autor/ Silke
mail/ silke@ssdnet.com.ar
web/ www.silke.com.ar

VW ESCARABAJO PATCHWORK

RECAUDANDO FONDOS PARA LOS NIÑOS DE HAITÍ.



Los que me conocen personalmente saben que tengo un amor especial por los escarabajos, los autos en tamaño coleccionable y los de escala real.

Será porque en mi infancia me crié viendo Cupido Motorizado y al ser adulto pude tener mi propio modelo brasilero.



Así que, para todos los amantes de los escarabajos, les dedico esta nota.

Ya sé que, estos autos originales son “sacros” y no deberían modificarse, pero en este caso... fue por una buena razón... ayudar a otros...

Hoda Baroudi y Maria Hibri de Bokja Design crearon el 'bojka bug'.

Brindándole una nueva apariencia al icónico escarabajo Volkswagen, cubriéndolo en su totalidad por un patchwork realizado en telas y tapices vintage hechos a mano desde el medio oriente.



El estudio se propuso volver a este marco clásico y básico, con la aplicación de las habilidades de sus artesanos, los colores y los diseños de su colección de telas para crear diversión logrando un objeto sorprendente, para la demostración en el Spazio Rossana Orlandi du-

rante la Semana del Diseño de Milán 2010,. Al final de la Feria y con una subasta en eBay, todo lo recaudado fue a la Fundación Francesca Rava a beneficio de los niños de Haití.

Es un ejemplo de que algunas cosas se pueden “aggiornar” para una buena causa...y en este caso Ferdinand Porsche estaría de



acuerdo... (<http://www.bokjadesign.com>)

autor/ D.I. Verónica Ciaglia
mail/ veronica.ciaglia@creatividadetica.org
web/ www.creatividadetica.org



¿PARA QUE SIRVE LA ISO 26000 DE RESPONSABILIDAD SOCIAL?



Hace un año que escribo esta columna sobre Responsabilidad Social Empresaria o RSE, y justamente en esta edición aparece como tema central en el ámbito de la RSE, la aprobación a nivel internacional de la tan esperada ISO 26000, que es una guía que establece líneas en materia de Responsabilidad Social establecidas por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO por sus siglas en inglés). A finales del 2010 fue publicada la versión en inglés, y se estima que para principios del 2011, tendremos la versión en español.

La guía fue creada a través del Grupo de Trabajo ISO en Responsabilidad Social (WG SR) liderado por el Instituto Sueco de Normalización y por la Asociación Brasileña de Normalización Técnica. Esta guía, a diferencia de las conocidas guías de calidad (Series 9000) o de gestión ambiental, (Series 14000) no tiene el propósito de ser certificable, o regulatoria o de uso contractual. Simplemente ha unificado y armonizado algunos conceptos vinculados con la Responsabilidad Social, sus alcances y objetivos.

Es una guía aplicable a cualquier tipo de orga-

nización ubicada en cualquier lugar del Planeta Tierra, y no solamente a las empresas, y tiene como cometido principal, orientar a las organizaciones hacia la aplicación de políticas y estrategias de sostenibilidad para la sustentabilidad.

Como objetivos la guía ISO 26000 se plantea:

- Asistir a las organizaciones a establecer, implementar, mantener y mejorar los marcos y estructuras de la Responsabilidad Social.
- Apoyar a las organizaciones a demostrar su Responsabilidad Social mediante una buena respuesta y un efectivo cumplimiento del compromiso de todos los accionistas y de los grupos de interés; facilitando la comunicación confiable de las actividades relacionadas a la Responsabilidad Social.
- Promover y potenciar la ética corporativa y la transparencia.
- Facilitar el desarrollo de diagnósticos de factibilidad de las actividades que realiza la organización en el ámbito de la Responsabilidad Social.

De esta manera se esperan que las organizaciones puedan obtener los siguientes beneficios por su aplicación:

- Facilitar el establecimiento, la implementación, el mantenimiento y la mejora de la estructura y de los marcos de la Responsabilidad Social en las organizaciones para que contribuyan al desarrollo sustentable.
- Contribuir a incrementar la confianza y la satisfacción en las organizaciones entre los accionistas y los grupos de interés.
- Incrementar las garantías en materia de Responsabilidad Social a través de la creación de un estándar único aceptado por un amplio rango de actores.
- Fortalecer las garantías de la observancia de los principios universales, como se expresa en las convenciones de las Naciones Unidas, y en la declaración incluida en los principios del Pacto Global y particularmente en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, las declaraciones y convenciones de la OIT, la declaración de Río sobre Ambiente y Desarrollo, y la Convención de las Naciones Unidas contra la corrupción.



autor/ Lic. Aleandra Scafati
 mail/ as@grupocrecimiento.com.ar
 web/ www.grupocrecimiento.com.ar

LA MUERTE DE LA MODA

CAMBIOS RADICALES QUE IMPACTAN EN LA TRANSFORMACIÓN DEL SISTEMA TEXTIL



La moda está muriendo. Está mutando. La moda tal como la conocemos está en proceso de transformación: blogs, redes sociales, sustentabilidad, comercio justo, nuevos materiales están modificando gradual pero a ritmo bueno el modo en que se maneja la industria y su influencia en las personas. Lo que será de ella al cabo de estos cambios es imaginable pero impredecible.

Sobre esta metamorfosis que podemos ver día a día en la calle y en las vidrieras, escribió Susana Saulquin en el reciente libro *La muerte de la moda, el día después* (Paidós).

Ella claramente vislumbra que llegará el día en que nos vestiremos con prendas interactivas: prendas que regulan nuestra temperatura corporal según el ambiente exterior, túnicas de entrecasa que harán masajes, ropa deportiva con sensores para medir presión y temperatura, camperas con GPS en sus capuchas. También respetaremos la ecología, buscaremos información avalada en "etiquetas verdes" basadas en el uso de algodón orgánico y priorizaremos los colores suaves carentes del tinte que daña a la naturaleza.

Reciclaremos ropa usada para no desecharla antes de tiempo, instalaremos el trueque si nuestros recursos económicos son moderados.

Y nos respetaremos entre nosotros: todo estará regido por la ética del comercio justo.

A los trabajadores textiles se les pagará lo que les corresponde y se erradicará cualquier atisbo de trabajo esclavo en los talleres.

Ese día, la moda habrá muerto.

Para ser exactos, se habrá diluido en un sistema general de indumentaria.

La socióloga Susana Saulquin, creadora y ex directora de la Carrera de Diseño de Indumentaria de la UBA, directora del ISM (Instituto de Sociología de la Moda) y autora del flamante libro *La muerte de la moda, el día después* (Paidós), asegura que este proceso, que describe próximo a concluir en el 2020, ya comenzó: en Europa, Bayer abre una rama textil y crea un tejido con propiedades analgésicas, Philips diseña chaquetas de snowboard que advierten la cercanía de otros esquiadores prendiendo una mano con luces en la espalda y Nike vende zapatillas con sensores que actualizan en Twitter los kilómetros recorridos.

En Argentina, Indarra fabrica remeras con biofibras de bambú y camperas con paneles solares que acumulan energía, mientras que la marca Sr. Amor recicla prendas donadas al Ejército de Salvación a partir del trabajo de diseñadores como Martín Churba, Mariano Toledo y Pablo Ramírez.

"Vamos a atravesar veinticinco años de transición, contados desde 1995", explica Saulquin

"El sistema de la moda, como parte de las transformaciones que se están dando en el mundo en todos los órdenes sociales, está abandonando las pautas que lo sustentaban para reagruparse bajo nuevos parámetros. Porque hoy, el avance de la tecnología y el crecimiento de las redes sociales transforman la forma de presentarse frente al otro; los blogs son las nuevas usinas de tendencias y difusión de innovaciones, los diseñadores ponen el ojo en las tribus urbanas, se prioriza la funcionalidad y la practicidad en las prendas y, en la búsqueda de lo personal, lo creativo y lo auténtico, se atiende a los materiales naturales, que contemplan la relación entre el hombre y la naturaleza.



Y todo esto, mezclado y vuelto a tirar, ya está formatando la ropa del futuro.

No es la primera vez que la moda muere y renace bajo un nuevo signo.

En el siglo XV se consolidó como distintivo social de la nobleza, pero a partir de la Revolución Industrial, cuando entra a escena el proletariado, se replantearon las reglas del juego. La moda se transformó entonces en un sistema autorregulado y autónomo. Pocas décadas después, la aparición del jean de mano de Levi Strauss, instaló definitivamente la producción seriada para vestir al proletariado. La moda era entonces bipolar: alta costura por un lado, producción en serie por el otro. En los '60 irrumpió la juventud y se sumó el prêt-à-porter (un "estilo de vida", difundido por las marcas listas para usar) y, desde ese momento, el esquema tripartito se mantiene hasta nuestros días (¿Cada una para cada clase?). Ahora, en concordancia con la hipótesis de Saulquin, ya puede verse un desbarajuste (¿una grieta?) en tan prolijo sistema. Es que mientras el prêt-à-porter y la confección seriada tienden a fundirse, la alta costura se transforma, paulatinamente, en una más de las bellas artes. No sólo porque las condiciones para que una etiqueta integre la Cámara Sindical de la Alta Costura son cada vez más di-

fáciles (desde ocupar en sus propios talleres a un personal mínimo de 20 empleados, hasta presentar colecciones de 75 modelos originales) sino porque el mercado para estas prendas hiperbólicamente caras tiende a desaparecer. ¿Conclusión? "Serán esculturas textiles", dice Saulquin. "La sociedad está redefiniendo las instituciones y en esa necesidad de volver a cimentar se mira con atención hacia todos los estratos, fundamentalmente los populares y cotidianos. Hay algo en la reciprocidad, en la solidaridad de los lazos de las culturas populares que, desde la crisis del 2001 en adelante, empieza a ser interesante e inspirador para el resto. Eso es lo que están viendo los jóvenes diseñadores de Argentina."

Según investigaciones de Susana Saulquin, desde la Revolución Industrial, la moda parece haber seguido un parámetro de repetición de cambios cada 18 años. Una especie de autorregulación interna basada en la vuelta cíclica en las formas, colores y texturas de las prendas. Como si el pasado regresara cada dos décadas, para mostrarnos el espejo desfigurado de quienes fuimos. "En parte, tiene que ver con el Complejo de Edipo o Electra", dice la socióloga. "Entre los tres y cinco años los chicos tienen una necesidad fuerte de ocupar el lugar de la madre o el padre; a los nueve hay una pequeña superación y a los dieciséis o dieciocho uno quiere volver a usar lo que sus padres usaban años atrás, eso que probó entre los tres y los cinco." La pregunta es qué ocurrirá con este eterno retorno cuando el sistema se desarticule por completo. ¿Qué formas adoptará el pasado reciente, revestido de nuevas ideologías y avances tecnológicos? "Lo que está pasando es que ese ciclo de la moda que era para todo el mundo parejo, empieza a focalizarse en



De Izq a der: Susi Saulquin, Julieta Gayoso y Patricia Marino directora de Textiles del INTI

las personas, que cada vez se visten de manera más propia", dice Saulquin. "Los ciclos van a seguir, pero basándose más bien en los modelos familiares propios y no tanto en el mandato externo. El ciclo va a ser individual y no general; ya no habrá tendencias montadas por los grandes centros productores." Porque esos cambios cíclicos no se producían mágicamente sino que estaban regidos desde afuera.

Al día de hoy, cincuenta personas ligadas a la cadena textil se reúnen cada año en la "Gran Concertación" de París, dispuestas a pautar las direcciones del vestir según sus intereses de mercado.

Y todos nosotros, uniformados bajo esa tendencia sin notarlo.

"Que la sociedad elija por las personas provoca mucho

alivio", dice Saulquin. "El acatamiento a una moda rígida trae como beneficio secundario la seguridad, es muy angustiante tener tanta libertad en el vestir." Ahora, en cambio, todo parece redefinirse: la sociedad digital se superpone a la industrial y post industrial, la ecología y el cuidado de los recursos se imponen, se vuelve al trueque y al reciclado, la tecnología y las redes sociales ocupan un lugar prioritario... Con todos estos cambios enmarcando su resurrección, el nuevo rumbo de la moda apuesta a las elecciones personales, desdibujando la regulación externa.

"Es un cambio similar al que se produjo cuando se pasó de la Edad Media al Renacimiento", arriesga Saulquin.

Luego de mucho discurso de moda caprichoso centralizado, estaríamos empezando a enfatizar la creatividad y la salida de lo masivo, a priorizar otros valores en nuestra elección al momento de vestir.

Desde esta conciencia emergente, el sistema de indumentaria tendería a responder a los cambios socio-culturales que le indican el camino a seguir.

En definitiva, entrando al siglo XXI, sería muy interesante que lo humano, lo natural y lo heredado se transformen en un valor exclusivo. Y sustentable.

autor/ Lic. Julieta Gayoso
mail/ info@indarradtx.com
web/ www.indarradtx.com

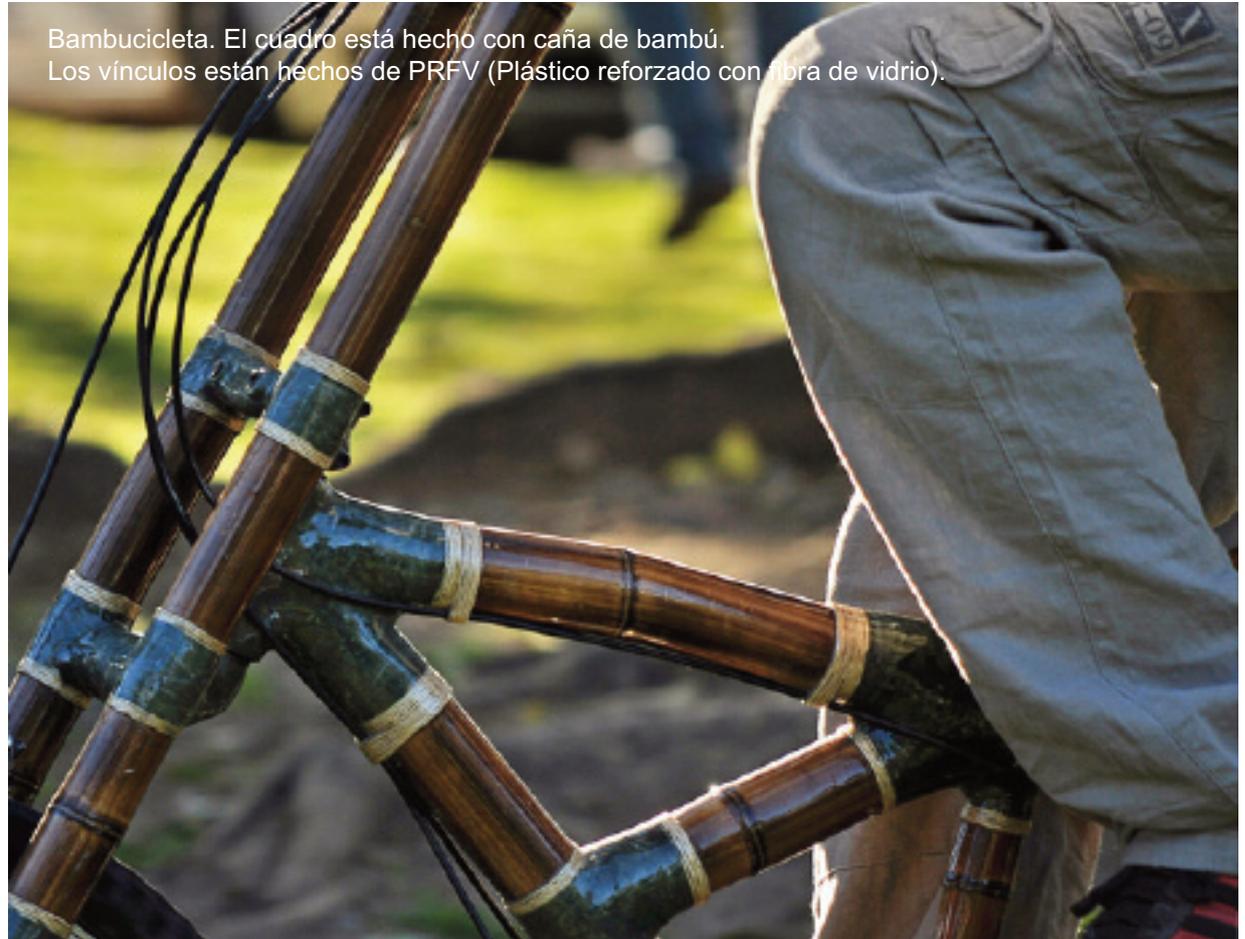


BICICLETAS DE BAMBÚ EN ARGENTINA

DE LA MATERIA PRIMA AL PRODUCTO Y EL EMPRENDIMIENTO.



Para escribir sobre las Bambucicletas se debería empezar por contar cómo es la experiencia de manejarlas. Esa fue la propuesta de sus creadores, que aceptamos gustosos. La sensación, difícil de describir, fue parecida a flotar sobre el terreno, como si el suelo fuera blando y el rodado, sumamente liviano; con un andar cómodo y fluido. La explicación técnica de todo esto pasa por las virtudes de resistencia y flexibilidad que posee la caña de bambú, además de su liviandad: “Las bicicletas tradicionales de aluminio, carbono o acero transmiten al conductor cada golpe producido por la irregularidad del terreno; el bambú, en cambio, absorbe esos golpes en su estructura, lo que provoca un mayor confort al andar y una menor fatiga”, explica Nicolás Masuelli, el padre de la criatura. Seis años atrás, Masuelli era alumno avanzado de Ingeniería Industrial en Rosario y fana de las bicis, y al estudiar las propiedades de distintos materiales, decidió fabricar una bicicleta en caña de bambú para confirmar las virtudes que llevaron a calificar al Filostaquis aurea –tal su nombre científico– como el “acero vegetal”. “Contrariamente a lo que cualquiera podría pensar al verlo crecer tan fácilmente, el



Bambucicleta. El cuadro está hecho con caña de bambú. Los vínculos están hechos de PRFV (Plástico reforzado con fibra de vidrio).



bambú tiene propiedades estructurales superiores a las del acero porque es más liviano, tiene mayor resistencia a la compresión y mayor durabilidad”, asegura.

Más tarde, para llevar el proyecto a una escala industrial, se asoció con Hernán Nicci, constructor de aeroplanos, y Leonardo Pelegrin, estudiante de Derecho y Relaciones Internacionales, todos oriundos de la provincia de Santa Fe. El paso de la idea a la realidad fue inmediato. Se sirvieron de un método de ensayo y error: desde el primer momento desarrollaron prototipos reales que fueron utilizados en forma intensiva, tanto por ellos mismos (los tres practican ciclismo) como por amigos y familiares para testear las virtudes y falencias de cada modelo.

También contaron con el apoyo del INTI-Mecánica, que sometió al cuadro de la Bambucicleta a pruebas de resistencia incluso más agresivas que las que se suelen aplicar a cuadros de bicicletas de acero. Los resultados sorprendieron a todos: el modelo básico universal, hecho de tacuara –una de las variedades de la caña de bambú-, no presentó ninguna fractura ni fisura visible después de ser

sometido al impacto de masa, el impacto conjunto cuadro-horquilla y a la carga estática del sistema pedal y palanca.

La explicación de esto radica en que el bambú, que tiene un comportamiento similar a los materiales composites, cuya estructura interna se divide en fibras resistentes contenidas en una matriz, pero con la diferencia de que en este caso es la propia naturaleza la que se encarga de configurarla. Las cañas, además, están vinculadas por nudos hechos con hilo de fibra de vidrio impregnado con resina poliéster, una tecnología habitual en la industria aeronáutica, según expresa Nicci.

“Las bicicletas siempre se basaron en una estructura en forma de reticulado que busca maximizar la rigidez, pero en las Bambucicletas, el diseño apunta a aprovechar de la mejor forma la elasticidad del material”, cuenta Masuelli. Y agrega que la flexibilidad del material se traduce a su vez en “un andar mucho más relajado y amortiguado que en una bicicleta tradicional”.

Pelegrin explica que, para fabricarlas, se consume menos del 10% de energía que requeriría hacer una bicicleta de acero, aluminio o

carbono. “Esos materiales se extraen dinamitando montañas y luego se los debe caldear con electricidad, mientras que la nuestra se hace con un material que crece en la tierra”, resume. Pero el bambú tiene también otras características adicionales que lo hacen ambientalmente amigable: además de su rápido crecimiento, existen variedades que aportan un 35% más de oxígeno que los árboles; y tiene propiedades benéficas para el suelo.

Las Bambucicletas se producen en forma artesanal y a pedido, en dos talleres ubicados en Rosario y en Alvear, provincia de Santa Fe. Se diseñan teniendo en cuenta los percentiles de cada cliente. Existen modelos de paseo y de competición, con una gran variedad de componentes y accesorios. En todas ellas se advierte el equilibrio entre el carácter de objeto casi único artesanal que brindan los elementos de caña, combinado con la firmeza y exactitud del producto industrial.



autor/ D.I. Yamilagarab
 mail/ yamilagarab@gmail.com
 web/ www.tec-art.com

CRADLE TO CRADLE

REHACIENDO LA FORMA QUE HACEMOS LAS COSAS



En el libro Cradle to Cradle, sus autores, el Arq. William McDonough y el químico Michael Braungart, explican entre otros, que en la naturaleza la cantidad de residuos es igual a la cantidad de alimento y que no existe ninguna razón para que la actividad humana sea derrochadora y destructiva. El significado de Cradle to Cradle no es más ni menos que “ De la Cuna a la Cuna”

Según los autores, ‘El Progreso de la Humanidad a partir de la Revolución Industrial ha sido un grave error de diseño’..La principal búsqueda del ser Humano a partir de la Revolución Industrial era la independencia total de las fuerzas de la Naturaleza. La misma se percibe como una amenaza y como un manantial interminable de recursos fósiles en vez de cómo un entorno necesario y de extrema fragilidad. La tecnología actual crea productos del tipo ‘de la cuna a la tumba’, esto es, extraemos los recursos de la Tierra, les damos la forma conveniente que necesitamos, usamos el producto creado y luego lo tiramos.

Los típicos programas para el fomento del reciclaje se presentan al público como una forma de reutilizar indefinidamente los materiales. Lo que en realidad es una espiral descendiente de degradación de las

materias primas hasta que, como en el caso de vertederos, se vuelve inutilizable. Algunas veces el proceso de reciclado incluso produce residuos tóxicos extra. Estas son algunas inusuales e inútiles respuestas que hemos desarrollado.

La cuarta R, Regulación, es la que proponen los autores sumar a las ya conocidas 3R de Reducción, Reutilizar y Reciclar. Ellos denuncian que la mayor parte de los que se denomina reciclaje se refiere realmente a ‘infraciclaje’ al no haber un control sobre el mismo. Los actuales procesos de reciclaje son formas de ralentizar el ciclo destructivo. Al final el resultado va a ser el mismo. Un material, por el simple hecho de ser producto para el reciclaje, no se convierte automáticamente en benigno desde el punto de vista ecológico, especialmente si no fue diseñado específicamente para ser reciclado. Este sistema de las ‘3R’ explica claramente ‘por qué lo menos malo no es bueno’.

El concepto de “ Eco.Eficiencia “ que las industrias añaden como valor económico para sus productos, McDonough & Braungart, explican que ésta supone soluciones dedicadas para que el fabricante se ajuste a los niveles que la reglamentación le permite, y muestran a la reglamentación como un error en el diseño porque supone una licencia para dañar en

forma controlada. Ellos proponen el concepto de “ Eco-Efectividad” que significa trabajar las cosas correctas en lugar de hacer que las cosas incorrectas sean menos malas.

Los autores quieren eliminar el término residuo a través del diseño de productos constituidos por ‘alimento’. Distinguiendo los ‘nutrientes biológicos’ y los ‘nutrientes técnicos’, y así intentar desterrar por completo la actual producción masiva de lo que ellos denominan ‘híbridos monstruosos’, es decir mezclas inseparables de materiales técnicos y biológicos que no van a poder servir como nutrientes. Otra de las propuestas, relativas al uso de materiales técnicos, es la de optimizar el ‘ciclo de vida’ de un producto. Esto es, que los fabricantes vendan servicios por tiempos determinados (‘eco-leasing’) en los que el propietario de las materias primas del producto sigan siendo las compañías productoras lo que les permite y obliga a disponer de los mismos una vez terminado el periodo del servicio prestado. Dentro del conjunto de errores en el diseño que denuncia el libro cabe destacar el dedicado al error por parte de la humanidad al olvidarse de los flujos de energía naturales en favor de la energía bruta que representan los combustibles fósiles entre otros. Los autores responsabilizan esta desconexión con energías como la eólica o la solar al intento incesante-

16 CREATIVIDAD ETICA MAG

ble, por parte de la humanidad, de ser totalmente independientes de las fuerzas de la naturaleza.

La solución más razonable es la de una 'transición hacia los flujos de energía diversificados y renovables'. El consumo energético actual está basado en una serie de hábitos absurdos altamente incompatibles con lo que sería un consumo racional. Estos hábitos son el pilar de la economía de muchos de los países industrializados con lo que cualquier cambio en los mismos necesitaría venir de la mano de una revolución industrial.

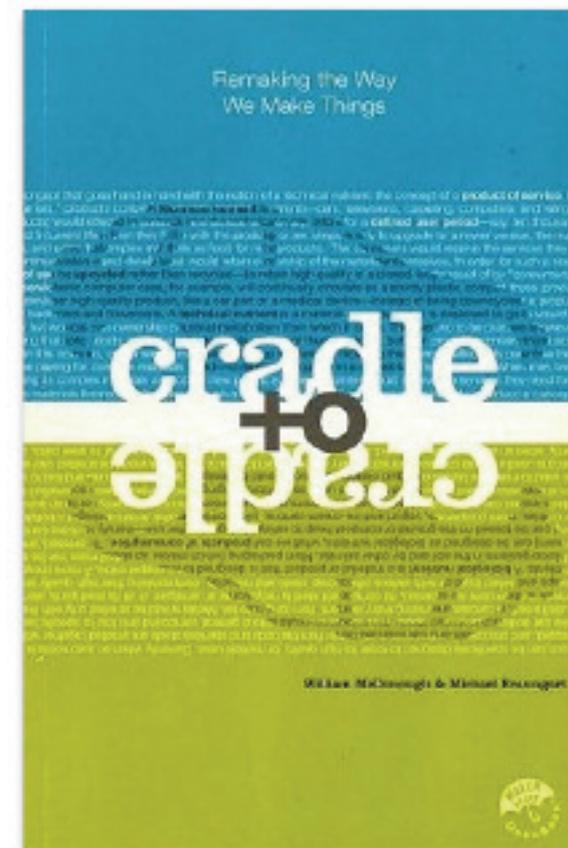
En la práctica, los principios de la Cuna a la Cuna, las personas y las industrias podrían producir:

- Edificios que al igual que los árboles, produzcan más energía de la que consumen y que purifiquen sus propias aguas
- Fábricas cuyos vertidos sean aguas potables
- Productos que una vez que sus vidas útiles finalizan, no se convierten en desechos inútiles, sino que se pueden depositar en el suelo para que descompongan y se conviertan en alimento para plantas y animales y en nutrientes para la tierra, o bien pueden devolverle a ciclos industriales en formas de suministros de materia prima de alta calidad destinada a la elaboración de nuevos productos.
- Transporte que mejore la calidad de vida al tiempo que produce bienes y servicios

- Un mundo de abundancia no uno de límites, contaminación y desechos

Un detalle más del libro y que ellos expresan es que Este libro no es un árbol refiriéndose a que está realizado con un papel sintético, resistente al agua, extremadamente durable y que es un prototipo para que el libro sea como un nutriente técnico. Si bien es un libro que ya tiene varios años, debería ser un libro de lectura obligatoria en todas las universidades de Diseño, Arquitectura y ámbitos gubernamentales.

Ahora, podremos como seres Humanos repensar las cosas que hacemos, cómo consumimos, producimos, desechamos; tomar conciencia de que sólo tenemos un lugar, un espacio donde habitar en este mundo y debemos aprender a convivir armoniosamente entre nosotros y con la naturaleza que nos rodea, nos ha contenido y nutrido toda nuestra vida o como muestra el documental La era de la Estupidez del Director Franny Armstrong, logramos tener un planeta devastado en el 2055, y qué sólo quedan archivos para recordar el planeta que alguna vez fue y que el único sobreviviente (el maravilloso actor Pete Postlethwaite) no puede comprender el por qué habiendo tenido las posibilidades de actuar y frenar esta devastación , no lo hicimos... espero sinceramente que comencemos cada uno desde



nuestros espacios a realizar aunque sea pequeñas acciones que como efecto dominó, mejore el mundo actual y futuro para nosotros y todas las futuras generaciones...

autor/ D.I. Verónica Ciaglia
 mail/ veronica.ciaglia@creatividadetica.org
 web/ www.creatividadetica.org



FELIPE MORALES GUZMÁN

ENTREVISTAS INTERNACIONALES - EDICION CHILE

Con la idea de acercarnos más al diseño de otros países y encontrar puntos comunes entre todos para poder compartir experiencias y enriquecernos con ellas. Desde su experiencia y su mirada como actores de diseño, los entrevistados provenientes de diferentes sectores del diseño como formación, medios, estudios de diseño, gobierno. etc.



FELIPE MORALES GUZMÁN

Diseñador Industrial con Master in Business Design (MBA) en la Domus Academy de Milán.

En estos momentos trabaja como Jefe de Producto en la empresa Masisa, desarrollando nuevos productos.

info@felipemorales.tk
www.felipemorales.tk

1. ¿Qué relación tiene con el mundo del Diseño?

Desde que era estudiante he estado bastante vinculado al mundo del diseño desde diversos ámbitos, inicialmente con un estudio propio, luego presente en algunas exhibiciones y muestras, colaborando como corresponsal en una de las revistas más destacadas del medio, enseñando en algunas universidades ramos como Tendencias de Mercado y talleres de objeto, desde dentro de empresas muy comprometidas con el diseño en general... y por supuesto, buscando siempre nuevos desafíos personales.

2. ¿Desde hace cuanto tiempo que trabaja en el sector?

Desde que me inicié, con algunos tropiezos por su puesto... deben ser alrededor de 10 años. En mi área actual llevo 1 año en este nuevo desafío que acepté, en el cual puedo tener la visión completa del desarrollo de productos, considerando tendencias estéticas, de consumo, producción, y ciclo de vida en general.

3. ¿Cómo es su visión del Diseño en Chile y ¿Cuáles son las acciones que viene desarrollando su país con referencia al Diseño

en los diferentes sectores?

Creo que el diseño en Chile ha tenido un avance significativo. Si bien es cierto, esta disciplina se ha dado a conocer bastante gracias a la popularidad que alcanzó entre algunas universidades, creo que son pocos quienes realmente convierten la pasión inicial en algo que perdure en el tiempo. Más importante aún, es ser capaces de vivir del diseño, reconociendo el valor que éste puede entregar a empresas o instituciones.

Actualmente se han abierto nuevas oportunidades a nivel gubernamental al incorporar diseñadores en algunos puestos de importancia nacional, al promover la disciplina como parte de un desarrollo cultural. Pero están recién comenzando y aún falta vincularse al desarrollo industrial del país, aún así se reconoce la intención y creo que cosas importantes se están comenzando a generar en distintos niveles.

Creo que el tema de país industrializado no debe ser pretexto para generar aportes en el ámbito del diseño. Es más, debemos aprovechar la oportunidad para exportarnos como de manera no tradicional... diseño desde el fin del mundo para el mundo.

ENTREVISTAS INTERNACIONALES - EDICION CHILE / D.I. FELIPE MORALES GUZMAN

4. ¿Cómo es el mercado local?, ¿Cuál es el sector de diseño que está más desarrollado?

Yo diría que el mercado está compuesto por tres grandes áreas; las industrias que buscan diferenciarse y aprovechar el diseño como un factor importante de venta a sus clientes, destacándose por medio del diseño de sus productos; las empresas que “diseñan las experiencias” entre sus públicos, con nuevos modos de acercamiento al consumidor utilizando nuevas plataformas; y los estudios orientados principalmente al desarrollo de mobiliario o diseño de interiores, considerando en la mayoría referentes internacionales, pero con algunos ejemplos que realmente le dan una segunda vuelta y nos sorprenden con grandes rescates de materiales, tradición y/o nuevas tecnologías aplicadas.

5. ¿Exportan diseño, a donde y qué tipo de servicios brindan?

Quienes están en condición de exportar diseño son quienes han sido capaces de dar un paso adelante en el rescate de conceptos sencillos pero de gran valor estético y funcional. Existen casos como desarrollo de accesorios para el hogar, calzado, y objetos infantiles,

pero creo que lo más destacable son algunos diseñadores “de exportación” que están desarrollando nuevas formas de entender los objetos a través de nuevos conceptos que podemos apreciar fuera de Chile, presentándose en Francia, Inglaterra, Estados Unidos, Japón, etc.

6. ¿Está posicionado su país como referente de Diseño frente al resto del mundo?

Lamentablemente no. Sin embargo, con los nuevos referentes que han aparecido en el área, estoy seguro que poco a poco Chile comenzará a ser observado y reconocido en el extranjero. De hecho, ya son varias las revistas internacionales que han destacado a algunos diseñadores nacionales en diversas áreas.

7. ¿Con referencia a la propiedad intelectual, se protegen los diseños? ¿Por qué sí o por qué no?, Es un tema burocrático, monetario o de desconocimiento de los diseñadores.

El tema de la propiedad intelectual, según la realidad que me ha tocado, no está muy desarrollado. Seguramente por el desconocimiento que existe en cuanto a cómo realizar el proceso. Además no es un tema al tener bajos

niveles de producción o sólo generación de prototipos, pero sí es un tema importante, sobre todo si se pretende traspasar fronteras y competir en otros mercados, donde es requisito para la protección de la propia autoría.

8. ¿Cuáles son las temáticas recurrentes en las que el Diseño trabaja hoy en día?

La “industria del diseño” en Chile, o lo reconocido como tal en estos momentos, está principalmente vinculada al posicionamiento de las marcas a través del desarrollo de stands y puntos de venta, además de toda la comunicación gráfica que apoya esto.

9. ¿Cuál es la respuesta de los diseñadores de trabajar en diseños sostenibles, de vulnerabilidad social?

Me parece que lo sostenible es una de las mayores tendencias actuales, y esto se aprecia en los distintos campos de acción del diseño. Es un tema importante en el cuál hay mucho que avanzar para que deje de ser una intención y se transforme en un aporte concreto, con instituciones y empresas que apoyen las iniciativas.

10. ¿Qué opinión le merece el Diseño de autor?

ENTREVISTAS INTERNACIONALES - EDICION CHILE / D.I. FELIPE MORALES GUZMAN

El diseño de autor es quizás el más visible como lo reconocido por diseño entre algunos, en su mayoría genera publicaciones y en el mejor de los casos guía tendencias.

Por otra parte estereotipa un diseño como inalcanzable, y se manifiesta como una aspiración que inspira a algunos y ciega a otros quienes simplemente buscan “el referente”. Me parece importante de todos modos, ya que en muchos casos explora nuevos caminos que destacan por dar una segunda vuelta a algo que otros creen obvio.

11. ¿Cuáles son los proyectos que actualmente está trabajando?

En estos momentos me encuentro con algunos proyectos para Masisa sobre nuevos desarrollos en el área de los tableros de partículas o fibras de madera, estoy desarrollando un nuevo programa para un curso universitario de Objetos, y tozudamente continuaré una vez más el desarrollo de mobiliario infantil interactivo, el cual espero poder lanzar durante este año.

12. ¿Cuáles son los proyectos de Diseño en los cuales les gustaría estar involucrado?

Aquellos que se basen en la experiencia del

usuario, y reconozcan que finalmente las personas quieren pertenecer, compartir y expresarse a través de los objetos.

13. ¿Cómo es la formación de los diseñadores en Chile?

A mi juicio, las instituciones que forman a los nuevos profesionales no pueden enseñar sin ser parte del mercado en el cual están insertos... no hay diseño sin industria, ni industria sin diseño, por básico que éste sea. Las antiguas escuelas como Bauhaus o Ulm, están bien para una primera etapa de formación, pero se debe comprender a la contraparte que tendrá el profesional, para no verse las caras entre colegas y enfrentar de mejor forma los contextos reales de acción del diseño.

Desde el punto de vista conceptual creo que el estudiante debe cuestionarse absolutamente todo, incluso los modelos o estrategias de introducción de sus diseños, ya que es la única manera de generar una real innovación y una efectiva introducción de sus productos, los cuales pueden ser muy destacados, pero si no se vinculan al contexto, o no se sabe cómo actúa el mercado puede que sólo queden en buenas intenciones.

14. ¿Cuales son los ejes temáticos de la enseñanza?

Generalizando creo que sería, la observación, el manejo de software, prototipado... temas correctos pero enfocados mucho en el hacer. Obviamente no son todos los casos iguales, y existen escuelas que destacan por su forma de pensar, de conceptualizar, de dar esa segunda vuelta necesaria “antes” de hacer; y por otra parte otras que han entendido que el diseño no es arte, y han reforzado áreas más comerciales y de gestión.

Para Cerrar...

Tres palabras para definir el Diseño en Chile.

Emergente, Exclusivo, Creativo

Tres deseos para el futuro del Diseño en Chile.

Que los diseñadores se validen a sí mismos, y se planteen como una real alternativa antes clientes y empresas.

Diseñar desde el punto de vista de la experiencia. Que las industrias valoren e inviertan en investigación y desarrollo, como una inversión que a futuro rentabilizará de todas maneras sus rubros.

RAFAEL CHAVEZ

ENTREVISTAS INTERNACIONALES - EDICION CHILE



RAFAEL CHÁVEZ

Diseñador Industrial. Entre muchos proyectos de los que participa dedica la mayor parte del tiempo a ser director del Diario diseño.

director@eldiariodiseno.cl
www.eldiariodiseno.cl

1. ¿Qué relación tiene con el mundo del Diseño?

La de comunicar a través de la difusión y promoción del diseño por medio de nuestro medio digital.

2. ¿Desde hace cuanto tiempo que trabaja en el sector?

Como diseñador hace 5 años y como director y desarrollador de contenidos hace 2.

3. ¿Cómo es su visión del Diseño en Chile?

La de una profesión dispersa pero que reconoce muy bien sus potencialidades, lo que logra mantenerla como una de las herramientas más potentes a la hora de hacer cambios a gran escala dentro del país.

4. ¿Cuales son las acciones que viene desarrollando su país con referencia al Diseño en los diferentes sectores?

Desde la vista macro las acciones han convergido hacia el posicionamiento del diseño en la escena empresarial del país, en donde la academia, el gobierno y los gremios han logrado llegar a consenso sobre su importancia.

El camino que queda es buscar y desarrollar las herramientas de valoración de la profesión desde cada una de las visiones.

En lo que particular el gobierno busca el potenciamiento de los mecanismos de financiamiento para el acceso del diseño a las pymes y de los diseñadores hacia nuevos mercados. Los gremios buscan el desarrollo de políticas publicas y planes de diseño, mientras que la academia esta centrando sus esfuerzos en el potenciamiento de la formación mediante la certificación de sus mallas curriculares y de sus competencias profesionales, centrándose en la pequeña empresa como su nueva tipología de mercado.

5. ¿Cómo es el mercado local?, ¿Cual es el sector de diseño que está más desarrollado?

El mercado nacional es competitivo pero selectivo; esto va en relación directa con el estado de desarrollo del diseño en nuestro país, ya que al no ser grandes productores, el mercado se ha visto desarrollado hacia las necesidades que demanda el retail, por lo que el P.O.P es el que hoy por hoy genera mayor demanda profesional. Eso no quita espacio al diseño de paking y branding que hace algunos años esta sonando fuerte y ganando cada vez más terreno.

6. ¿Exportan diseño, a donde y que tipo de

ENTREVISTAS INTERNACIONALES - EDICION CHILE / D.I. RAFAEL CHAVEZ

servicios brindan?

Chile no exporta diseño como tal en forma de productos o no al menos a escalas que represente un gran aporte al PIB del país, pero si en función de sus características como plataforma de negocios ha logrado que la generación de proyectos extranjeros proliferen, por lo cual se desarrollan muchos proyectos principalmente en el área retail, paking y aplicaciones digitales y web.

8. ¿Está posicionado su país como referente de Diseño frente al resto del mundo ?

Lamentablemente no, ya que el indicador de referencia por defecto tiende a ser el desarrollo productivo exportable como producto o tendencia y de eso hemos generado muy poco aún.

9. ¿Cuales son las políticas públicas y privadas para apoyar a la industria de Diseño? (Existen beneficios fiscales, las empresas contratan servicio de diseño, etc?)

Aun no existe una política formal y particular de apoyo hacia la industria del diseño, ya que muchas de estas herramientas de incentivo fiscal o arancelario aplican al sector exportador. En lo particular si existen algunos planes que se han probado de forma piloto por parte de

los servicios de cooperación del gobierno a la micro empresa que han incluido al diseño como herramienta, pero no han proliferado de forma constante ya que las políticas macro económicas se guían por la convergencia de sectores productivos que evidencian los clusters de innovación del gobierno y en donde el diseño aun no tiene un papel relevante.

10. ¿Con referencia a la propiedad intelectual, se protegen los diseños?. ¿Por qué sí o por qué no ?, Es un tema burocrático, monetario o de desconocimiento de los diseñadores.

No con la regularidad que se debería ya que el diseñador promedio no es ávido de proteger sus proyectos debido a lo costoso y largo del trámite y un cierto resquemor a toda la terminología legal que implica.

Los que si protegen los diseños son las empresas, las que tienen el mayor porcentaje anual de patentes en cuanto a propiedad industrial invención o modelos de utilidad.

El tema dejo de ser burocrático con la renovación del sistema de protección y patentamiento al crearse el INAPI (instituto nacional de pro-

piedad Industrial) el que surgió como sucesor legal del antiguo departamento de propiedad industrial y que facilito los tramites, haciendo que muchos de ellos puedan iniciarse de forma digital.

Esto no resta que los tiempos legales del proceso aun sean largos y los costos altos, ya que eso depende de una reforma legal que aún esta al debe con el potenciamiento del diseño y la innovación.

11. ¿Cuál es el costo de proteger una marca, de presentar una patente, del derecho de autor?

El costo por protección de marca es alrededor de 170.000, derecho de autor 60.000 y patentamiento, invención y modelo de utilidad alrededor de 800.000 pesos, eso incluyendo los peritajes y publicaciones oficiales estipulados por la ley.

12. ¿ Cuáles son las temáticas recurrentes en las que el Diseño trabaja hoy en día?.

En el último tiempo se ha hecho recurrente el tema del diseño sustentable, y el desarrollo de aplicaciones y herramientas digitales, aunque de todas formas el grueso del

ENTREVISTAS INTERNACIONALES - EDICION CHILE / D.I. RAFAEL CHAVEZ

mercado se lo sigue llevando la temática del diseño de experiencias.

13. ¿Cuál es la respuesta de los diseñadores de trabajar en diseños sostenibles, o de vulnerabilidad social?

Una muy positiva ya que es un tema que ha logrado credibilidad mediante la demostración del alto impacto que es capaz de generar sobre el consumidor, además fundaciones como “Un techo para Chile” han logrado desarrollar el tema social con seriedad lo que ha influido en la generación de distintas agrupaciones y proyectos que han seguido el ejemplo en las distintas especialidades.

14. ¿Qué opinión le merece el Diseño de autor?

Una de las mejores aunque lamentablemente muchas veces se asocia a mercados exclusivos o sectores excluyentes, para mí el diseño de autor esta más ligado al desarrollo propio como una de las expresiones más sinceras del diseño antes de pasar a la producción industrial.

Las series cortas o las producciones limitadas también son parte de esto y han demostrado tener mucho éxito en el potenciamiento de estudios de diseño o negocios

incipientes.

15. ¿Cuáles son los proyectos que actualmente está trabajando?

El desarrollo de la segunda temporada de Diseñadores +1 programa de entrevistas para mostrar la opinión de los distintos actores que influyen en el desarrollo del diseño y la incorporación de nuevas secciones para el diario diseño.

16. ¿Cuales son los proyectos de Diseño en los cuales les gustaría estar involucrado?

En todos los que tengan que ver con el diseño social y de los cuales hay varios en desarrollo con una gran potencialidad.

En general los proyectos que estén en relación al mejoramiento de la profesión pero desde el hacer ya que por ejemplo los proyectos académicos siempre tienden a quedarse en la teoría y no avanzar muchos más allá del aula.

17. ¿Cómo es la formación de los diseñadores en Chile?

Muy centrada en las exigencias del mercado productivo, por lo cual se da mucho énfasis a las competencias que las empresas demandan del diseño, lo que en ocasiones

ha mermado la competencia de la formación académica.

18. ¿Cuales son los ejes temáticos de la enseñanza?

Un fuerte hincapié al uso de una gran variedad de programas digitales, al uso de tecnologías blandas y la experimentación con clientes reales.

Para Cerrar...

Tres palabras para definir el Diseño en Chile

Un gigante dormido

Tres deseos para el futuro del Diseño en Chile

Cohesión del gremio, generación de una institucionalidad fuerte y cabeza fría pero sin perder la capacidad de hacer.

FELIPE ABALLAY MIRANDA

ENTREVISTAS INTERNACIONALES - EDICION CHILE



FELIPE ANDRES ABALLAY MIRANDA

Diseñador Industrial egresado y titulado por la Universidad de Chile y dedicado tanto a la enseñanza del Diseño, como al ejercicio de la profesión en distintos ámbitos.

faballay@gmail.com
www.sumarmas.cl

1. ¿Qué relación tiene con el mundo del Diseño?

En síntesis puedo hablar desde tres ejes.

a/ Docencia: catorce años enseñando a futuras generaciones de diseñadores con un compromiso muy fuerte hacia la Universidad de Chile (Estatal). **b/** Ejercicio disciplinar: principalmente mi desempeño se ha centrado en la asesoría a la empresa estatal y privada en proyectos que consideran al diseño como parte esencial de sus procesos. **c/** Difusión: comprometido a la fecha con entidades gremiales que velan por el correcto desarrollo de la profesión, como lo es el Colegio de Diseñadores.

2. ¿Desde hace cuanto tiempo que trabaja en el sector?

Con título profesional, 10 años y sin él 12

3. ¿Cómo es su visión del Diseño en Chile?

Creo que el diseño local esta trabajando por mejorar su calidad. He tenido la oportunidad de conocer algunos diseñadores que están haciendo ruido y del bueno (el presente comentario habla especialmente por las nuevas generaciones de diseñadores).

En otro aspecto creo que el diseño Chileno se ha comenzado a desmarcar de algunos desempeños tradicionales y ha comenzado bien,

pero falta mucho por recorrer. No puedo cerrar mi respuesta a la presente pregunta sin mencionar el ámbito comunicacional, el que ha permitido que el diseño tenga mayor difusión durante los últimos años aunque siga en un estado de desvaloración a nivel de valor de mercado frente a otras profesiones.

4. ¿Cuales son las acciones que viene desarrollando su país con referencia al Diseño en los diferentes sectores?

A nivel de gobierno hay pequeñas acciones pero que no logran consolidar una posición fuerte y clara frente a la profesión. Los frentes más significativos se siguen generando desde la academia y desde los diseñadores propiamente tales.

5. ¿Cómo es el mercado local?, ¿Cual es el sector de diseño que está más desarrollado?

El mercado local sigue apuntalado por el sector del diseño orientado a lo corporativo y algunas de las áreas tradicionales como las del diseño de mobiliario se han saturado reduciendo la demanda. Este hecho probablemente sea el que esta haciendo que muchos diseñadores comiencen a mover el auto emprendimiento como una salida a la saturación

ENTREVISTAS INTERNACIONALES - EDICION CHILE / D.I. FELIPE ABALLAY MIRANDA

de mercado. La experimentación de algunos es la que está cambiando la panorámica. Falta que muchos comiencen a atreverse

6. ¿Exportan diseño, a donde y que tipo de servicios brindan?

Hoy en día no podemos decir que somos un país que se caracterice por exportar diseño, pero en la línea de las respuestas anteriores esto es algo que de a poco comienza a cambiar. Resultan destacables algunas misiones de diseñadores a otros países que han consolidado algunas relaciones comerciales. En este ámbito probablemente el desarrollo más significativo en el tiempo sea en el diseño de etiquetas (mención importante al diseño de etiquetas).

7. ¿Está posicionado su país como referente de Diseño frente al resto del mundo?

Personalmente no lo creo, es más considero que mientras el diseño no sea visto como corresponde desde los distintos sectores que pueden potenciar su importancia (Gobierno, Empresas, Diseñadores y la Sociedad Civil), difícil es el pronóstico para que la imagen del diseño local se posicione en el concierto internacional. Sin embargo existen algunos autores (diseñadores) que han logrado trascender más

allá de nuestras fronteras.

8. ¿Cuales son las políticas públicas y privadas para apoyar a la industria de Diseño?. (Existen beneficios fiscales, las empresas contratan servicio de diseño, etc?)

A excepción de algunos fondos (concurables) y que no siempre se declaran como propios a la profesión (existen fondos para la innovación a los que se puede acceder, pero no explicitando la acción de diseño, por ejemplo) no existen políticas públicas y privadas, ni menos beneficios fiscales.

Lo anterior no significa que las empresas no contraten servicios de diseño.

En este aspecto lo que podría cuestionarse es si realmente son diseñadores los que son contratados por las empresas para responder a dichos servicios.

9. ¿Con referencia a la propiedad intelectual, se protegen los diseños?. ¿Por qué sí o por qué no?, Es un tema burocrático, monetario o de desconocimiento de los diseñadores.

Es bastante poco lo que se protege en Chile y si bien la burocracia ha reducido los tiempos con relación a otros años, el desconocimiento

en dichas materias sigue siendo uno de los factores imperantes a la hora de presentar patentes. Se desprende de lo anterior que mientras no existan programas en la formación de los futuros diseñadores y también de las empresas, nuestro volumen de patentes seguirá siendo bajo (acoto que cuando me refiero al volumen de patentes hago referencia a las otorgadas en Chile y solicitadas por chilenos).

10. ¿Cuál es el costo de proteger una marca, de presentar una patente, del derecho de autor?

Para marcas el valor mínimo son 130.000 pesos chilenos aprox. (US \$275 aprox.), patentes 500.000 pesos chilenos aprox. (US \$1.000 aprox.), derecho de autor no supera los 30.000 pesos chilenos (US \$60 aprox.)

11. ¿Cuáles son las temáticas recurrentes en las que el Diseño trabaja hoy en día?

Como área (temática) consolidada el ámbito corporativo sigue siendo fuerte y ha adquirido especial relevancia en el ámbito del retail. El año anterior tuvo especial relevancia el terremoto y posterior maremoto puesto que movilizó a numerosos diseñadores (no sólo locales) a desarrollar soluciones en

ENTREVISTAS INTERNACIONALES - EDICION CHILE / D.I. FELIPE ABALLAY MIRANDA

contextos de emergencia y precariedad. Es de esperar que el tiempo no aminore este tipo de iniciativas.

12. ¿Cuál es la respuesta de los diseñadores de trabajar en diseños sostenibles, de vulnerabilidad social?

Creo que las nuevas generaciones vienen mayormente preocupadas por estos temas, al igual que en la respuesta anterior es de esperar que el contexto y el medio vayan en pro de este tipo de respuestas y que no se transformen finalmente en una gran traba.

13. ¿Qué opinión le merece el Diseño de autor?

En lo personal no tengo nada en contra del diseño de autor, es otro espacio más para la acción y el desarrollo disciplinar (uno no puede mirar en menos lo que ha hecho el diseño de autor por posicionar a la profesión a nivel mundial), pero me da "bronca" cuando este no se hace profesional y responsablemente (he visto ferias de diseño de autor e independiente en donde el resultado da lástima), sentimiento que va más allá de si el diseño es de autor o de otra especie.

14. ¿Cuáles son los proyectos que actualmente está trabajando?

En estos momentos estoy trabajando conjuntamente a un equipo de 14 personas en un programa "Sumar +" que durante el presente año entra en su segunda fase. El proyecto tiene tres ejes enfocados en la base de la pirámide socioeconómica y la responsabilidad social empresarial:

- a. Desarrollo de productos
- b. Desarrollo y disseminación de contenidos
- c. Generación de instancias para el encuentro

15. ¿Cuales son los proyectos de Diseño en los cuales les gustaría estar involucrado?

Por el momento creo que he tenido la suerte de estar en varios proyectos de todo mi gusto (el que comentaba en la respuesta anterior es uno de los que me ha repletado por completo). Quizás el proyecto en mente más importante y por cumplir corresponde al diseño del "HOGAR" propio, con todo lo que eso conlleva.

16. ¿Cómo es la formación de los diseñadores en Chile?

A pesar de que la oferta es amplia y variada (buena y mala), hoy en día se encuentra en una etapa de transición en pro de los nuevos escenarios que comienzan a crecer y aparecer en la escena local y mundial.

17. ¿Cuales son los ejes temáticos de la enseñanza?

Los contenidos y orientaciones tradicionales se siguen impartiendo de manera que existe una fuerte formación hacia el diseño para la empresa. Uno de los ejes que ha logrado mucho posicionamiento en los últimos años es aquel que tiene relación con tecnologías digitales, es así como el diseño de animación ha adquirido un lugar importante dentro de la escena local así como lo referido a nuevos medios lo que esta abriendo espacios interesantes para la exploración y experimentación.

Para Cerrar...

Tres palabras para definir el Diseño en Chile

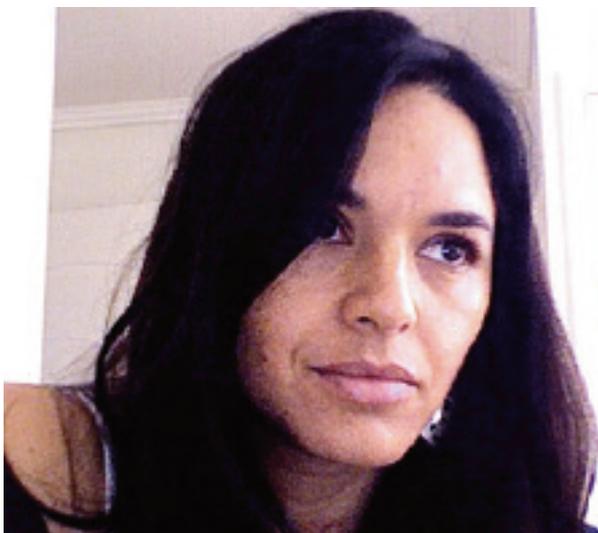
Mejorando, Futuro + Pasión

Tres deseos para el futuro del Diseño en Chile

- a. Que el diseño logré el espacio que le corresponde
- b. Que mejore el profesionalismo de los diseñadores
- c. Que el beneficio del diseño no llegue solo a unos pocos.

SANDRA CÁRDENAS

ENTREVISTAS INTERNACIONALES - EDICION CHILE



SANDRA CÁRDENAS

Diseñadora industrial (Univ. Tecnológica Metropolitana). Trabaja como perito de patentes de invención del Instituto de Propiedad Industrial de Chile. Ha trabajado en docencia en Universidad de Chile, Universidad Tecnológica Metropolitana, Universidad Mayor y Universidad San Sebastian.

sandracardenas@gmail.com

1. ¿Qué relación tiene con el mundo del Diseño?

Mi trabajo se relaciona más que nada con el mundo teórico y de análisis de nuevas tecnologías, ya que mi trabajo como perito de patentes consiste básicamente en análisis de novedad de las invenciones que solicitan protección en Chile; y en el ámbito de la docencia estoy relacionada con el área de la tecnología aplicada, haciendo un traspaso significativo del mundo de las patentes hacia el área de formación de diseñadores.

2. ¿Desde hace cuanto tiempo que trabaja en el sector?

Como perito de patentes y como docente trabajo hace 14 años.

3. ¿Cómo es su visión del Diseño en Chile?

Creo que es un área que aún está en etapa de desarrollo y formación, con poco reconocimiento y valorización por parte de la sociedad.

4. ¿Cuales son las acciones que viene desarrollando su país con referencia al Diseño en los diferentes sectores?

Creo que el sector que ha destacado por la inclusión del diseño es el área gráfica y mejoramiento de productos desde el punto de vista

corporativo. Otro poco se ha visto en trabajos experimentales de participación del diseño en la mejora de la línea productiva de las mini pymes, que se han llevado a cabo en una relación de cooperación desde la academia al servicio de la comunidad. Pero no existe una organización específica para realizar esa conexión.

5. ¿Cómo es el mercado local?, ¿Cual es el sector de diseño que está más desarrollado?

Creo que el sector de diseño gráfico es el más desarrollado, específicamente en desarrollo y mejoramiento de imágenes corporativas y del área editorial; pero en el sentido del diseño industrial se ha visto escaso desarrollo, tal vez se podría destacar el diseño aplicado a diseño de retail a través del equipamiento; también algunos proyectos de mobiliario urbano y doméstico; pero no he notado una participación destacada en el desarrollo de productos.

6. ¿Exportan diseño, a donde y que tipo de servicios brindan?

Entiendo que Chile no se destaca por la exportación de diseño, excepto el implicado en imágenes corporativas de productos alimenticios y vitivinícolas que se exportan.

ENTREVISTAS INTERNACIONALES - EDICION CHILE / D.I. SANDRA CARDENAS

7. ¿Está posicionado su país como referente de Diseño frente al resto del mundo ?

Lamentablemente no, por las mismas razones antes señaladas, el diseño en Chile, excepto en el área gráfica, aún no logra posicionarse y ser valorado socialmente como una herramienta de desarrollo del país.

8. ¿Cuales son las políticas públicas y privadas para apoyar a la industria de Diseño?. (Existen beneficios fiscales, las empresas contratan servicio de diseño, etc?)

Lamentablemente no existen políticas públicas para apoyar a la industria del diseño. Y en cuanto a políticas privadas creo que han sido escasas, de poca valoración y más bien concentradas en concursos de diseño.

9. ¿Con referencia a la propiedad intelectual, se protegen los diseños?. ¿Por qué sí o por qué no ?, Es un tema burocrático, monetario o de desconocimiento de los diseñadores.

Del cien por ciento de solicitudes de patentes anuales en Chile, a penas un 10-12% son de procedencia nacional. Me atrevería a mencionar que las razones de porqué se da ese hecho es una combinación entre el desconoci-

miento de los diseñadores y un tema cultural que va más allá de los diseñadores; en Chile aún no hay conciencia de la importancia de proteger el resultado de las inversiones y por otro lado la falta de conciencia por parte de los consumidores que favorecen la piratería.

Desde mi punto de vista no es un tema monetario, ya que los costos de protección en Chile son notablemente más bajos que en países como E.E.U.U; Japón y la Comunidad Europea. En cuanto a la burocracia, ese problema está siendo cada vez menos significativo, ya que la instauración de una nueva ley hace algunos años, acortó los plazos de tramitación a la mitad, y posteriores reglamentos internos del Instituto Nacional de Propiedad Industrial de Chile apuntan todos, a la resolución de los procesos en el menor tiempo posible.

10. ¿Cuál es el costo de proteger una marca, de presentar una patente, del derecho de autor?

En Chile el costo de proteger un marca es de aproximadamente US\$ 320.- dólares; el costo de proteger una patente va desde US\$ 940.- a US\$ 1400.- dólares y el costo de un registro de derecho de autor es de aproximadamente US\$ 63.- dólares

11. ¿ Cuáles son las temáticas recurrentes en las que el Diseño trabaja hoy en día?

A nivel profesional creo que hay mayor participación en diseño de equipamiento para tiendas de retail y en el diseño gráfico de imágenes corporativas y etiquetas de productos.

12. ¿Cuál es la respuesta de los diseñadores de trabajar en diseños sostenibles, de vulnerabilidad social?

Yo creo que hay una inquietud naciente de conciencia acerca de la sostenibilidad en los futuros diseñadores, quienes están en formación o en diseñadores de generaciones recientes, pero no es algo instaurado en diseñadores de mayor data. En cuanto al trabajo con grupos de vulnerabilidad social he visto muchos proyectos gestados en el ámbito académico, pero no en el profesional.

13. ¿Qué opinión le merece el Diseño de autor?

Bueno, creo que son válidos mientras no se pierda el valor del diseño como herramienta de mejoramiento de la calidad de vida; tal como mencionó Bonsiepe en algún momento, hay diseños que no cumplen bien su función práctica, pero pueden ser lindos adornos en el escritorio de un empresario, refiriéndose al

ENTREVISTAS INTERNACIONALES - EDICION CHILE / D.I. SANDRA CARDENAS

escultórico exprimidor de Philippe Starck.

14. ¿Cuáles son los proyectos que actualmente está trabajando?

Me mantengo en el área de la Propiedad Industrial, tanto para el Instituto de Propiedad Industrial de Chile, como también en servicios de consultoría para la empresa privada.

15. ¿Cuales son los proyectos de Diseño en los cuales les gustaría estar involucrado?

Me gustaría estar involucrada en proyectos de formación académica que estén fuertemente relacionados con la difusión de la Propiedad Intelectual en Chile.

Adicionalmente sería de mi interés desarrollar un proyecto donde se demuestre la implicancia de incluir aspectos de la Propiedad Industrial en los procesos de diseño, me refiero, a priori, en el proceso de definición de soluciones y no con posterioridad cuando ya se han definido las formas y funciones finales.

16. ¿ Cómo es la formación de los diseñadores en Chile?

Creo que es bastante variada, muchas escuelas con diferentes tendencias; algunas se afirman en la relación diseño-empresa, donde el

diseñador está preferentemente al servicio del empresario que requiere sus servicios, y otras escuelas tienen un sentido más social, donde el diseñador está más al servicio del usuario como ente social, con necesidades básicas que a veces no están satisfechas, buscan un equilibrio entre sociedad y empresa; creo que la formación aún no responde a las verdaderas necesidades de la industria, al menos en el área del diseño industrial o de productos, creo que la formación está muy distanciada de la ingeniería y de la realidad de los procesos tecnológicos aplicados en el país.

17. ¿ Cuales son los ejes temáticos de la enseñanza?

En general creo que los principales ejes de la enseñanza se mueven entre el diseño como herramienta de desarrollo y mejoramiento de diferentes grupos sociales, y por otro lado, diseño como herramienta de optimización del quehacer empresarial, donde forman al diseñador principalmente como un ente que se relaciona con el empresariado, debiendo ser un coordinador de las necesidades de ellos en contraste con la satisfacción de un usuario.

Para Cerrar...

Tres palabras para definir el Diseño en Chile subvalorado; desarrollándose; esperanzado.

Tres deseos para el futuro del Diseño en Chile

Para el futuro del Diseño en Chile deseo un perfeccionamiento en la formación de los diseñadores, tal que puedan demostrar el valor que pueden adicionar al desarrollo de un producto y mejoramiento de la calidad de vida.

Deseo mayor desarrollo e inclusión de aspectos de la Propiedad Intelectual en los procesos de diseño, tal que mejore la calidad e innovación de los resultados con miras a competir en un mercado internacional.

Deseo que el diseño en Chile se libere de las viejas ideas sobre lo que el diseño debe ser y permitan a las nuevas generaciones instaurar sus ideas y sueños; ya que con los diseñadores con su ingenio pudiesen ser un aporte importante en el futuro que nos espera con falta de recursos, sobre población, hacinamiento y problemas medioambientales.

EL ARTE COMO REVELADOR DE ACTIVIDADES SUSTENTABLES

EL PROYECTO POTATO PERSPECTIVE DE ÅSA SONJASDOTTER



A medida que la noción del desarrollo sustentable se vuelve cada vez más evidente, en varios campos de alta tecnología: la producción de energías, la arquitectura, el diseño, la educación; por cierto en algunos lugares más que en otros, nos va formando sin embargo un modo de pensar alternativo sugiriendo formas de mejorar la sociedad en la cual vivimos.

En las artes visuales el concepto del arte contemporáneo, se va modificando al trascender constantemente sus límites. El artista se mueve libremente entre varias disciplinas con sus propias estrategias o metodologías, enfocando su trabajo desde otro ángulo sin la meta de obtener un resultado tangible y coherente, antes bien, con la intención de dejar abierta una pregunta, sembrar un grano de curiosidad en el espectador.

En los últimos tiempos es innegable que hay una mayor concientización sobre nuestro medio ambiente y el cada vez más limitado espacio público. A raíz de esto se han generados grupos de artistas, que trabajan junto con ingenieros, arquitectos, urbanistas, agrónomos, diseñadores etc., y que en algunos casos, operan como activistas (de cierta manera) al responden con trabajos interdisciplinarios. Se puede mencionar algunos ejemplos como: los Articuladores en Buenos Aires que atacan la ciudad con sus huertas guerrillas tirando bombas de semillas en lugares abandonados de la ciudad, o



Futurefarmers Victory Garden

los artistas de Fallen Fruit en Los Ángeles, en cuyo proyecto hacen sesiones de producción de mermelada de frutas caídas o desechadas, demandando en protesta al gobierno jardines de frutas comunales. O bien los proyectos de Futurefarmers fundado por la artista Amy Franceschini en San Francisco donde plantaron jardines urbanos llamándolos Victory Gardens, o la invención de bio-gas en Tanzania, del colectivo danés Superflex, o el proyecto Caracas: Dry-Toilet de la artista slovena Marjetka Potrč. Son grupos unidos por la inquietud de una nueva agricultura urbana, encarada de una manera ecológica para sembrar comida cuya alternativa no tiene como único propósito la creación de zonas verdes, sino con la idea de fortalecer a su vez el trabajo y la actividad comunitaria entre los vecinos.



Maretica Potrč, 'Caracas: Dry Toilet', Galerie Nordenhake 2004. Stockholm

La artista sueca Åsa Sonjasdotter (1966 Lund) se interesa en su práctica por el medio ambiente, el poder, las relaciones y el lenguaje con una intención de proponer sociedades alternativas con economías paralelas.

ARTE SOSTENIBLE Y PAPAS ILEGALES

Åsa Sonjasdotter ha participado en numerosos proyectos artísticos de investigación que, a su vez, son proyectos que a menudo funcionan como foros sociales y participativos para el público. En unos de sus proyectos a largo plazo Potato Perspective, (2005-), algo aparentemente tan ajeno al ámbito de las artes visuales: la papa, se convierte aquí en el motivo principal. La artista emplea este tubérculo dándole un enfoque contextual de amplia significación desde su realidad político-social.

Fallen Fruit Collective. Public Fruit Jam Performance colaborativo 2006 – ongoing.



Asa Sonjasdotter "Potato Perspektive"



prinzessinnengarten, Moritzplatz, Berlin

Sin embargo la papa aparece ya en los años 70, en obras de los artistas conceptuales como el argentino Victor Grippo (1936-2002) o Giuseppe Penone (1947) uno de los artistas más conocido en el movimiento italiano: Arte Povera. En las Analogías – de Grippo donde él aprovecha el potencial eléctrico de las papas, la elección de la papa se basa en el concepto de que es un alimento emblemático de los pobres y por lo tanto tiene latentes implicaciones sociales y políticas, de modo que se acerca al trabajo de Sonjasdotter.

El proyecto Potato Perspective, investiga las diversidades de las papas o sea compara las papas estandarizadas para la venta con las que son locales o autóctonas y por lo tanto no registradas en la Lista de Variedades Comercializables de la Unión Europea, o sea, que al no ser consideradas por la lista prácticamente no existen para el mercado mundial. Ya que nadie las quiere comprar existe el

riesgo de que las variedades nacionales se extingan. Lo que Sonjasdotter hace es tratar de recoger estas variaciones desechadas por el mercado, para plantar y cosechar en el campo, en la isla de Ven, cita en el estrecho de Öresund o en espacios urbanos. Si estos cultivos hubieran sido un cultivo con propósitos comerciales o de beneficio habrían sido considerados como una acción ilegal. Su crítica se dirige contra los mayoristas en la comercialización de la papa o sus cosechadores, que sólo tienen interés económico utilizando aditivos químicos y fertilizantes que van en contra de la naturaleza de la planta. La papa es el botín colonial de la invasión europea de América y un migrante global tan adaptable en las diversas culturas que abarca, como elemento básico nutritivo especialmente en los países del norte de Europa. A su vez enredada en los acuerdos comerciales globales y leyes que controlan los genes y el registro. "Los descendientes de la planta silvestre de las montañas andinas que cre-

cían en mi jardín resultaron ser potenciales productos criminales", explica Sonjasdotter, (fuente:<http://www.potatoperspective.org/>).

Durante el transcurso del 2010, Sonjasdotter sembró 15 diferentes variedades de papas. Todas estas variedades fueron sembradas en bolsas portátiles en el Prinzessinnengarten en Berlín. Las variedades se presentan junto con un relato cronológico: por el orden en que las diversas variedades de papas fueron descubiertas, y de cómo esta se convierte en una cuestión comercial europea que abarca desde 1587 hasta la actualidad.

No se trata de un mero comentario de parte del artista, tampoco abandonarlo al espectador a la contemplación pasiva, sino de invitarte a arremangarte los puños y meter las manos en obra, en la tierra en este caso.

1. El Prinzessinnengärten o jardín de la princesa de Moritzplatz en Berlín, fué un baldío abandonando en Kreuzberg, que en 2009 un grupo de amigos, activistas y vecinos, formaron la asociación Nomadisch Grün, decidieron limpiar y plantar como forma de desarrollar un lugar verde urbano, con huertas ecológicas. Es un espacio donde surge el intercambio de conocimientos entre los mismos ciudadanos: quiénes se reúnen para experimentar y descubrir más sobre la producción de alimentos orgánicos, la biodiversidad y la protección del clima. ver en la Pág. Web: <http://prinzessinnengarten.net/about/>

autor/ Marianna Garin
mail/ marianna.garin@gmail.com



CLICKS,

MIRADAS PROPIAS Y AJENAS



Creo que una imagen no vale más que mil palabras. Hay palabras que te hacen perder la noción del tiempo, palabras que te duermen, palabras que te matan. Y fotos también.

Trabajé varios años haciendo reportajes en una revista de fotografía llamada F22 y tuve la suerte de conocer de cerca a fotógrafos muy diferentes, fotógrafos que se morían si los confinaban a hacer fotos de estudio, y fotógrafos que no salían de él intentando captar la foto perfecta.

Fotógrafos como Eduardo Longoni que cubrió el copamiento de La Tablada con una cámara analógica y varios rollos de fotos acostado 9 horas sobre una terraza caliente, como Walter Astrada que ganó 3 veces el premio World Press por sus impactantes fotos acerca de la violencia contra las mujeres en el mundo y otros como Gaby Herbtsein cuyo calendario para la fundación Huésped es esperado por el mundillo fashion como el evento del año.

En cada caso lo que motivaba el “click” era diferente: algunos no sabrían hacer otra cosa si los dejaran sin la cámara, otros necesitan do-

cumentar el día a día, están los que cubren la noticia porque si ellos no lo hacen, nadie lo hará y están los amantes de la estética que producen fotos soñadas porque es lo que más les gusta. Así de variadas son las miradas ajenas. En mi caso empecé a estudiar fotografía como hobby y pronto se convirtió en una nueva manera de expresión.

Soy de la opinión que se aprende a mirar, que hay que sacar muchísimas fotos para entrenar esa mirada y que en algún momento se llega a tener un “estilo”. Les dejo unas fotos de la serie “Solitude, NY” un ensayo personal realizado en octubre de 2009 por las calles de Manhattan / Brooklyn.

Fueron publicadas en la revista norteamericana “Descry” con el siguiente texto: “A medida que camino en una ciudad repleta de gente lo único que veo es soledad.

Espacios vacíos cubiertos de carteles, la vida que parece estar a la vuelta de la esquina pero al llegar se escapó. Dicen que si preguntás todos tienen una historia para contar.

En NY cada esquina y cada pared gritan con

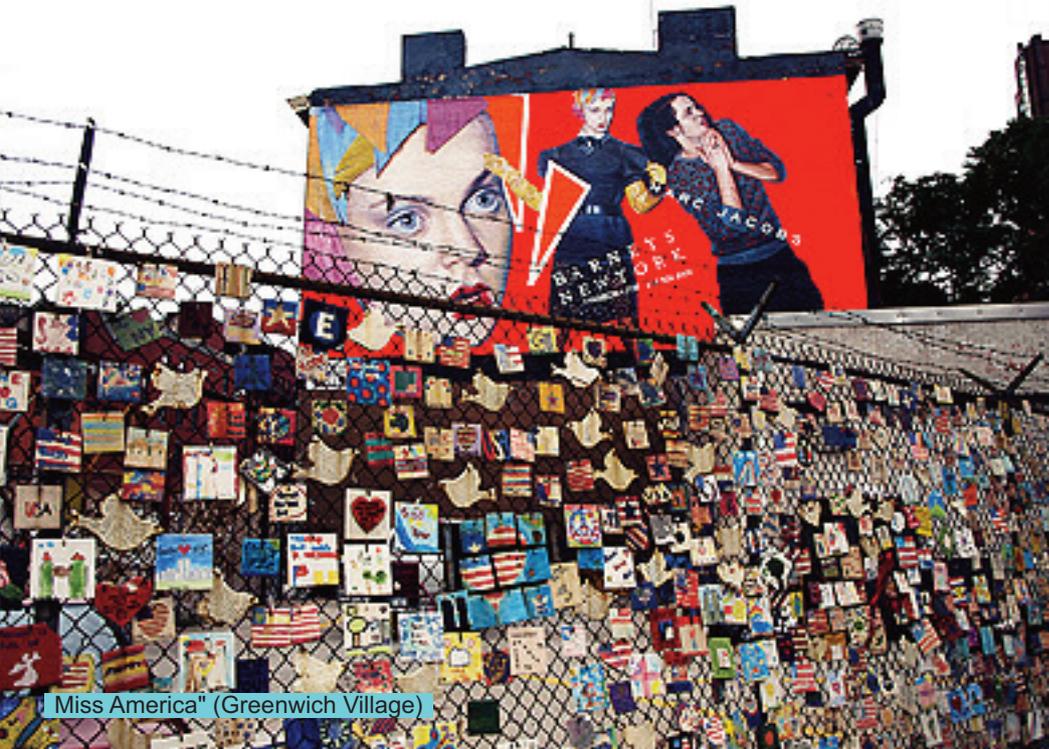
desesperación deseando ser vistas. No soy de esta ciudad pero estuve acá antes.

Hace 10 años la ciudad hervía en su propia energía, hoy es difícil encontrar alguien que te mire a los ojos. Para mí fue encontrar un nuevo giro en la mirada, comencé a ver las cosas de una manera diferente, a no enfocar en el caos sino en las cosas que los demás dejan atrás”.

Enjoy!



autor/ Lic. Verónica Romanenghi
 mail/ vromanenghi@gmail.com
 web/ www.veronicaromanenghi.com.ar



Miss America" (Greenwich Village)



Dim Sum Afternoon (Chinatown)



Brooklyn Mist (Brooklyn)



She is in Fashion" (5th Avenue)

TURISMO SUSTENTABLE?

MORRO DE SAO PAULO



Involucrados hace ya más de dos años en un Proyecto de desarrollo de condominios en la zona del Archipiélago de Tinhare, Brasil, quiero presentar algunos pensamientos respecto a lo que podría llamarse un desarrollo turístico sustentable, y sobre el rol que toma el equipo de desarrollo en este tipo de emprendimientos.

En las zonas rurales vírgenes de Brasil, como es el caso de la zona del Archipiélago de Tinhare, el desarrollo tiene que tener una visión a largo plazo para tratar de evitar los errores cometidos, por ejemplo en su momento en las costas del mediterráneo, y mantener abiertas las posibilidades y calidades de estas zonas.

Siendo en la última década, específicamente en el Archipiélago de Tinhare con su famosa localidad de Morro de Sao Paulo, uno de los puntos de mayor atracción y explotación turística de la zona norte de Brasil y en Bahía, el adecuado cuidado y la sensibilidad en el desarrollo son de gran urgencia.

Hay entes regulatorios oficiales que apoyan este desarrollo sensible desde el punto de vista ecológico-territorial, como el planteamiento de la APP (Area de Protecao Permanente), que apunta a un cuidado especial a todas las zonas linderas a aguas, y, dentro de ella, la ARPM (Area de recuo de preamar) que en Bahía define una área de 60 metros contados desde la línea de la orilla de marea alta hacia el interior, en donde cualquier tipo

de construcción maciza esta prohibida en absoluto. Otro ente es el ARL (Area de reserva legal), que representa un 20% del área de cualquier tipo de emprendimiento en zonas rurales, que tiene que ser mantenida en su estado virgen.

Mas allá del respeto a estas leyes y normas que marcan la tendencia, el rol del equipo de desarrollo entre arquitectos, ingenieros, desarrolladores e inversores, es ser creativo desde el primer planteamiento del proyecto para lograr integrar a la meta financiera de un emprendimiento, un concepto de visión de aporte de desarrollo socio-cultural del entorno a largo plazo.

En el proyecto, en el que estamos involucrados como arquitectos, la meta es generar un ejemplo para este tipo de emprendimientos de esta zona, que está teniendo un gran interés de inversión de capitales extranjeros.

En nuestro caso se trata de un predio de 12 ha frente al mar de mata atlántica, en el cual se desarrollarán 30 Lotes de aprox. 1500 m2 en promedio, bajo el lema de un "Condominio Ecológico".

El enfoque que tenemos por un lado es cumplir, en el proceso de realización, con los más altos requisitos de sustentabilidad ecológica, como la utilización de energías renovables, la reutilización de aguas usadas, la minimización de impacto constructivo en el predio, la utilización de materiales locales, etc. Estos requisitos serán integrados como leyes de condominio para todos los futuros propietarios.

Por otro lado, el enfoque se da a la integración y el im-



pacto de desarrollo social que podemos generar a través de un proyecto de esta envergadura. Empezando por la integración de los entes gubernamentales en las discusiones del desarrollo, y luego la definición de metas de alta integración de la población local rural tanto en el proceso de realización del proyecto como también en el proceso de funcionamiento en un futuro, no sólo a nivel de generar posibilidades y puestos de trabajo, sino también generar un intercambio cultural, didáctico y académico.

Un elemento importante para lograr esta meta, es la creación de una "academia tropical", que será integrada al condominio gracias a la visión del cliente. Siendo el cliente un intelectual de letras y contando así con una red de contactos importantes en el ámbito cultural tanto de la zona como a nivel mundial, la idea es incorporar en este proyecto turístico – de condominio, un centro cultural que aportara tanto al condominio mismo como a la zona otro polo de enfoque más, de comunicación cultural entre el visitante y la sociedad local, logrando así un conocimiento y entendimiento más profundo entre los dos, algo que en muchos casos es uno de los orígenes de las problemáticas a causa de una explotación turística.

En resumen, hay que reconocer que las áreas rurales de interés turístico de las costas vírgenes de Bahía, de Bra-



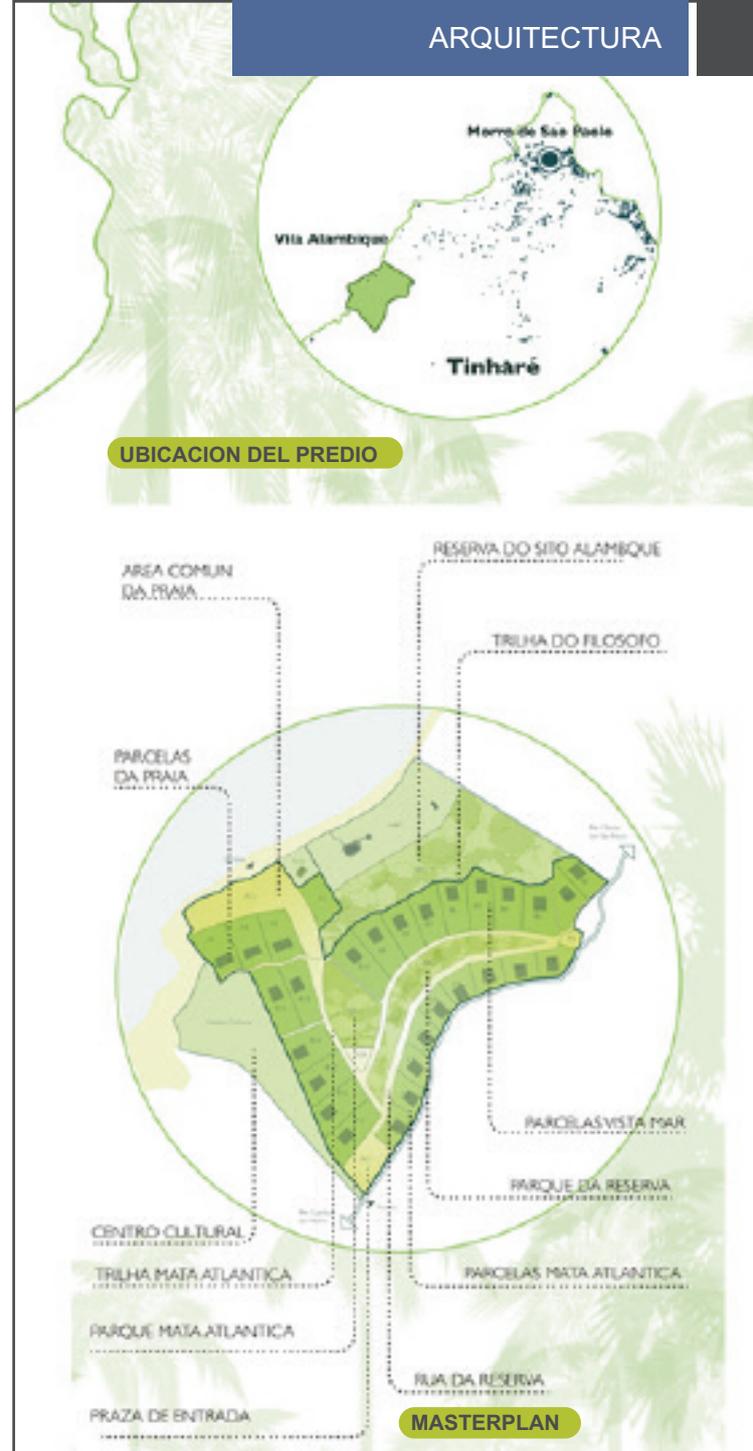
sil, y quizás de Latinoamérica, presentan uno de los tesoros patrimoniales más grandes e importantes que tiene el territorio.

Sin lugar a duda, esta calidad lleva consigo un desarrollo turístico que va creciendo exponencialmente, que no va a poder ser frenado, si no por lo contrario, debe ser reforzado porque presenta el ingreso y la fuente de desarrollo más importante y quizás única para ciertas zonas.

Sin embargo, sólo con la participación, la integración y la colaboración entre los distintos entes, este desarrollo podrá tomar a largo plazo el rumbo adecuado para mantener las calidades existentes y reesforzarlas a través de una línea integradora, donde TODOS los recursos locales sean participantes y elementos integrales en el proceso del desarrollo.

Bahía y en especial la zona del Archipiélago de Tinhare, está tomando las primeras medidas que pueden ser ejemplares para muchas otras zonas. Todavía se está a tiempo de evitar los errores sufridos en situaciones similares en otras partes del planeta.

autor/ Dipl.-Ing. (Arch) Martin Jasper
 mail/ m.jasper@pws.eu
 web/ www.pws.eu



PATAGONIA, MIA



02. LA NEVADA

La temperatura ya había descendido, el viento comenzó a calmarse, las nubes grises colmaron el cielo, bajaron tanto que ocultaron los cerros, las aves que intuían su llegada ya estaban a resguardo...

No esperó a la noche, sus copos empezaron a caer sobre la siesta, y todo se tiñó de blanco. Afuera todo es silencio, ese silencio único que traen las nevadas.



CASA EN LOS ROBLES

“Trabajé por lo que más necesitan los hombres hoy: el silencio y la paz.” Le Corbusier

La caja abstracta emerge de la naturaleza envuelta en su machimbre de madera que alguna vez fue parte de un bosque forestado y ahora es piel para abrigar la casa.

Su cubierta de chapa, oculta desde el camino, acompaña la pendiente natural.

Con apenas unos pasos pude descubrir el volumen, allí estaba, vertical, puntiaguda, con sus grandes ventanas permitiendo que el paisaje entre en ella. Apoyada en la barranca observa y es observada a la espera de la llegada de sus habitantes.

Miro y disfruto una armonía clara y franca con

su entorno, plantada como un árbol más de su bosque que se incorpora a la naturaleza como un hijo adoptivo.

Sin intentar mimetizarse, el volumen de la vivienda se asocia al ambiente, dice acá estoy, sin estridencias, sin gritos, en susurros, respetando el silencio de la nevada.

Proyecto: Arq. Catalina Gastellu
cgastellu@gmail.com

Dirección de obra Arq. Martin Gaité
mgaitearq@smandes.com.ar

El barrio Los Robles, ubicado apenas 5 Km. del casco urbano de San Martín de los Andes, es uno de los tantos desarrollos inmobiliarios que forman parte de la “periferia sanmartinense”



CASA EN EL GOLF

“Todo gran arquitecto, necesariamente, es un gran poeta. Debe ser un gran intérprete original de su tiempo, de sus días, de su época”.
Frank Lloyd Wright

El edificio se posa en la ladera de la montaña que mira al imponente campo de golf. La imagen de la casa es contemporánea, contundente y seductora. El perfil formal es absolutamente apaisado, rasgo no menor, las tipologías características de la zona nos entregan a menudo una fuerte imagen vertical, contrariamente, en esta casa se observa un prisma puro, acostado sobre el immaculado manto de nieve que ya todo lo cubre. Un basamento revestido en piedra alberga las habi-

taciones, arriba la caja de cristal que contiene el estar y comedor, flota en el paisaje y apenas una marquesina de chapa la ancla al edificio. Los enormes paños vidriados permiten que las maravillosas vistas se entremezclen, permitiendo que se fusione el adentro con el afuera. Subiendo la cuesta encuentro el patio de acceso peatonal y vehicular, allí me siento a resguardo, el viento ya no sopla, la misma casa me refugia sin estar dentro de ella, ahora todo es sólido, concreto, nada es etéreo. La piedra, el hormigón, la madera y la chapa juegan sobre el plano de mi vista a componer una segunda fachada, mas íntima y protectora. Unos pequeños vanos me permiten imaginar parte de su interior. Pronto vendrá la noche y mientras me alejo

pienso en los troncos acopiados junto al acceso, que en breve serán llama, calor y humo.

Proyecto: Arq. Roberto Amette
Dirección de obra: Arq. Diego Scurk

Sobre la ladera de la Loma Atravesada se extiende el desarrollo inmobiliario Chapelco Golf & Resort, situado a 7 Km. del Aeropuerto y a 18 Km. del centro urbano de San Martín de los Andes. Entre otros, cuenta con un campo de golf y un hotel 5 estrellas.

autor/ Arq. Diego F. Scurk
mail/ dscurk@gmail.com
web/ www.sckarquitectura.jimdo.com



EL DESPERTAR CREATIVO

CÓMO SUPERAR LAS LIMITACIONES Y DECIDIRNOS A SER CREATIVO



Así como es difícil reconocer las oportunidades que se presentan en la vida, también es difícil reconocer los talentos que poseemos.

Llamo talento a las condiciones personales – características, habilidades, aptitudes-, que permiten producir, reproducir o realizar una tarea o ejercer una actividad. Como se puede apreciar, dentro de esta definición todos tenemos: no uno, sino muchos talentos. Lo propio del talento es la potencialidad, y el secreto para descubrirlo es proponer las condiciones y situaciones apropiadas donde pueda manifestarse. El talento creativo, sinónimo de creatividad, es quizás el más nombrado y el menos conocido. O acaso ¿estamos convencidos de que toda persona -cada uno de nosotros- es creativa?

¿Qué motiva que el talento creativo se desaproveche?

La respuesta más evidente sería que son muy pocos los que creen poseerlo: y esto es así porque se desconoce el modo de descubrirlo y los caminos disponibles para ponerlo en acción. Aquí a la frase: “si no sabemos qué estamos buscando ¿cómo vamos a encontrarlo?”, le agrego algo, aún más penoso para mí, y es que hay personas que ni siquiera



les inquieta descubrirlo.

¿Por qué sucede esto?

Tal vez la palabra sea un poco exagerada pero, hablaría de dos tipos de trampas en las que fácilmente caemos y que nos impiden reconocerlo.

La primera es sutil pero de serias consecuencias. Nos cuesta darnos cuenta hasta qué punto lo **que creemos de nosotros funciona como límite de nuestras opciones**. Las personas que piensan que no son creativas, suelen hacerlo por varios motivos. Uno posible, es que no hayan hecho aparentemente nada que así lo indique; que no tengan registro de haber

realizado nada original o que merezca ser recordado. Otro muy común se origina en la convicción que no se posee ningún talento vinculado al arte; no pueden dibujar, ni pintar, ni cantar, ni tocar un instrumento. Otro motivo suele provenir de una sumatoria de los intentos por hacer algo novedoso que siempre fracasaron...

Objetivamente todo esto podría justificar la falta de valoración del potencial creativo, pero la falla en el razonamiento es que la existencia del potencial creativo se evalúa como si fuera un producto que nunca existió.

La creatividad es una cualidad personal que puede no estar desarrollada y por eso no se obtienen los resultados esperados. El riesgo y la peor consecuencia de este modo de definirse es: que si uno piensa que no es creativo deja de buscar caminos alternativos. Y en el extremo, bastante frecuentemente, este sentimiento de **no soy creativo** lleva a aceptar como inevitable **una forma de vivir sin emociones ni desafíos, sin incertidumbres ni sorpresas, una vida basada en la costumbre y las certezas**.

La otra trampa consiste en creer **que porque se vive al filo de la navaja y en la mayor de las incertidumbres, nuestra capacidad cre-**

ativa está al máximo de su utilización. Es propio de nuestra cultura argentina reconocer y festejar la gran creatividad que tenemos para arreglar todo con un alambre y tres ganchitos... No lo discutiría... pero no les parece que este enfoque en general detiene el impulso creador una vez alcanzado el nivel de supervivencia? Y cuando esto sucede esta creencia, actúa, frecuentemente, como una restricción para: desear aprender modos nuevos para potenciarla; utilizar otros recursos que poseemos, que se despliegan cuando el desafío es crear un futuro diferente y no sólo resolver problemas acuciantes.

¿Cómo se pueden superar algunas de estas limitaciones?

Tal vez, sólo tal vez... parte de la respuesta la abre nuestra condición de seres únicos e irrepetibles. Dice Grossman que si cada uno de nosotros fuera capaz de vivir evidenciando lo que tiene de único, seríamos todos maestros de la creatividad. Pero que no sea fácil, no quiere decir que no sea cierto: **recuperar la estima por lo que somos** puede abrir una enorme avenida que nos pone en contacto con nuestro potencial creativo.

Uno puede ser más creativo a pedido, pero esto dura lo que dura el estímulo. La perma-



nencia es fruto de una decisión. Ser más creativos es una decisión que nos lleva a cambiar la mirada sobre nosotros mismos y sobre las situaciones. Se avanza en este camino cuando se toma la decisión de **trabajar usando plenamente los talentos** y se señala como meta algo distante de lo que somos o hacemos. **Cuanto más elevadas sean las metas, mayor tensión creativa se generará.** Animarse a **abrir la puerta al desarrollo del potencial creativo** es una aventura sin límites, en cuanto a los resultados que se pueden obtener. Por ejemplo se puede lograr una mayor facilidad para generar y aportar nuevas

ideas; una disposición a explorar nuevos caminos, mayor entusiasmo por concretar nuevos sueños y una habilidad mejorada de transformar los problemas en oportunidades. Desarrollar la creatividad mejora nuestra calidad de vida, Esto no quiere decir que todo el tiempo uno va a estar saltando de alegría, pues tal como vimos requiere actitud, perseverancia y compromiso; pero si es cierto que el nivel de energía, la atención y el rendimiento aumentan, así como el deseo de nuevas realizaciones.

La gente creativa comete más errores, aunque no resulte tan sencillo de ver porque toma mayores riesgos y prueban más. Cada situación adversa que enfrenta la puede dar vuelta para convertirla en algo útil a sus propósitos. Esto no significa engañarse ante cada dificultad sino descubrir el potencial de cada situación. Es interesante el proceso porque se desarrolla una nueva perspectiva que incluye al fracaso como parte del camino.

Es posible que la vida no sea la fiesta que imaginamos, pero no hay razón para no salir a bailar!!!



autor/ Alejandra Benitez
mail/ abcreativa@gmail.com



3:34 AM 27022010 / 27022011

UN AÑO DESPUES



Luego de cumplido un año desde que sucediera en Chile el desastre natural (terremoto y maremoto) quisiera dejar expresado el presente artículo en términos numéricos.

El 75% de la población Chilena (unos 12 millones de personas) sintió el terremoto que según sismología duro 120 segundos y que logró extenderse por 638 kilómetros a lo largo de la costa (donde las regiones principalmente dañadas fueron la VII y VIII). 92 kilómetros fue el daño aproximado que dejó el siniestro en pavimentos, acompañado de 127 pasarelas y 86 puentes. 524 fueron los fallecidos registrados, siendo 31 los que se encuentran desaparecidos a la fecha y registrando a la Región del Maule con el 57,7% del total de víctimas.

La misma zona perdió importantes sistemas de regadío (112 en total). 5 fueron las localidades (Curicó, Talca, Hualañé, Constitución y Parral) que perdieron gran parte o en su totalidad, sus respectivas instalaciones hospitalarias. 1 millón 250 mil niños dejaron de asistir a clases en relación al inicio oficial de actividades. 296 mil puestos de trabajo se perdieron entre Valparaíso y la Araucanía. 332 son las réplicas superiores a los 5.0 grados Richter que ha registrado el Instituto de Sismología

en Chile desde el 27 de febrero del 2010 (27022010) a la fecha (27022011), y aunque el gobierno ha realizado inversiones y acciones en torno a la reconstrucción, estas han avanzado a paso lento. (las experiencias traídas por amistades desde el sur de Chile durante el presente periodo de vacaciones dan cuenta de una realidad que dista mucho de lo que refleja la información que hoy vemos en los medios locales (que claramente a estas alturas ha dejado de ser noticia a excepción del propio 27 de febrero del presente año pero que transformaron el acontecimiento más en un hito para conseguir rating televisivo que otra cosa).

Considero personalmente que las cifras anteriores no han sido gratuitas y comparto la idea de que vivimos en un medio que tiene límites y que al ser un conjunto de entornos sistémicos, determinaríamos que cada acción provoca en menor o mayor medida algún tipo de respuesta.

En la línea de los datos, comparto ahora otras cifras de carácter internacional. “En Julio del 2009 ya había 387,81 partes por millón (ppm) de dióxido de carbono (Co2) en la atmósfera. Científicos destacados de todo el mundo han establecido la cantidad de 350 ppm como el nivel máximo que puede contener la atmósfera

para que el planeta permanezca tal como lo conocemos.

En todos los cuerpos que se analizan hoy en día en cualquier lugar del mundo, incluidos los bebés recién nacidos, aparecen sustancias químicas industriales y agrícolas de carácter tóxico.

La contaminación del aire en interiores mata 1,6 millones de personas por año; el exterior se lleva otras 800 mil vidas anuales.

Aproximadamente un quinto de la población mundial –más de 1.200 millones de personas– padece de escasez de agua, recurso que se torna cada vez más escaso.

La desigualdad global de ingresos es pasmosa. En la actualidad, el 1% más rico del mundo concentra tantas riquezas y “cosas” como el 57% más pobre”

Estas últimas cifras son solo un resumen escueto que da cuenta de nuestro impacto como seres humanos sobre el planeta. Es momento de que como diseñadores pasemos del pensamiento a la acción.

¡Algunos ya han comenzado!

autor/ D.I. Felipe Aballay Miranda
 mail/ faballay@gmail.com
 web/ www.sumarmas.cl



EL NUMERO 1

Y SU RELACION CON EL MUNDO



Como sabrán por la nota Editorial y nuestra hermosa tapa de la Revista diseñada por el DG Gabriel Stabilito, cumplimos 1 año con este número. Y justamente el número 1 fue el disparador para esta Sección de Reflexiones

EL UNO COMO META: Quien no ha pensado en algún momento de nuestras vidas, ser el número 1 en algún deporte, una profesión, un negocio, etc.

Están los que quieren ser números 1 durante toda su vida, en todo lo que hacen.

Tal vez, como símbolo de liderazgo, de autoestima, del sentido del yo amplificado, por la presión que la sociedad ejerce en ellos entre otros.

Pero ¿Qué pasa si sólo es la meta?, si solamente corremos alocadamente tras el objetivo, sin poder parar y mirar a nuestro alrededor, sin importar sacrificar todo lo más importante que tenemos en nuestra vida, amigos y familia.

En vez de tener el número 1 como meta, disfrutemos el paso a paso para llegar a esa meta, sin importar hasta donde lleguemos, disfrutemos el poder ir hacia allá, el proceso y el camino que debemos transitar.

El uno como lapso de tiempo y Experiencia:

Dependiendo de donde nos paremos en la vida o que es lo que estemos haciendo, 1 año es poco o muchísimo tiempo, si la etapa que estamos atravesando es de alegría o de tristeza.

En nuestro primer año de vida como en nuestra infancia, el momento importante es siempre el presente.

En cambio si estamos a 1 año de recibirnos del secundario o de la universidad, o si estamos a la espera de lograr ese proyecto tan deseado, el tiempo parece detenerse, como si estuviéramos en cámara lenta para cumplir esa etapa.....ese año está lleno de expectativas, dudas, miedos y ansiedades entre otros.

El uno en el I Ching: El I Ching es uno de los más antiguos y populares oráculos que tiene como origen la china y la filosofía de **Confucio**. Es un libro que nos ofrecerá interpretaciones de los hechos, como respuestas a las preguntas que le hagamos. La filosofía del I Ching creada por Confucio ha influenciado a las creencias budistas y ha impulsado la creación de la creencia Confucionista.

La teoría del I Ching se puede explicar como la teoría de dualidad de las culturas occidentales y se basa en el principio dinámico del **Yin** y el **Yan**, que explica cómo los opuestos se atraen y que todo lo bueno tiene algo de malo y todo malo tiene

algo de bueno. El libro del I Ching contiene una lectura distinta para cada hexagrama y línea individual dejando un mensaje para responder a la pregunta que se le ha realizado.

En el Hexagrama 1 del **I Ching**, su significado es **Lo Creativo**, tiene el atributo de la fuerza, la imagen del cielo y la relación familiar el padre.

La Imagen: Es el mismo movimiento cielo con potencia, creando la idea de la duración de ambos mas allá del tiempo, un movimiento que jamás se detiene ni tampoco afloja, justamente como un día una sigue al otro en su marcha. Como el universo, todo se renueva. El hombre capaz, sabe que es un microcosmo, sabe que él es parte del Universo, y pertenece a la actividad celeste. Por lo tanto, observa ese proceso.. El potencial de transformación y renovación está dentro del hombre creativo. En nuestro deseo del primer año, coincidimos con lo que dice el I Ching, **...El potencial de transformación y renovación está dentro del hombre creativo...** y hacia allá seguiremos nuestro destino.

autor/ D.I. Verónica Ciaglia
mail/ veronica.ciaglia@creatividadetica.org
web/ www.creatividadetica.org

