

CREATIVIDAD ETICA MAGAZINE

CE

#17 año 2013

EDITORIAL

DISEÑO GRAFICO

ALIANZAS  
INTERNACIONALES

ENTREVISTA

DISEÑO INTERNACIONAL

DISEÑO SUSTENTABLE

RSE

DISEÑO INDUMENTARIA

PUBLICIDAD

ARQUITECTURA

DIARIO PATAGÓNICO

ARTE+

EMPRENEDORES

MOVIDA CULTURAL

EIPP&D

MUNDO SUSTENTABLE

ATTENZIONE LAVORI

## CREATIVIDAD ÉTICA MAG STAFF

EDITOR/DIRECTOR  
Verónica Ciaglia

DISEÑO Ignatius

### COLABORADORES

Aleandra Scafati • Alejo Yael •  
Diego Bresler • Diego F. Scurk •  
Felipe Aballay Miranda • Gabriel  
Stabilito • Juan Enrique Maya •  
Luciano Rodríguez Alcalá • María  
Alejandra Bello • María Alejandra  
Corbo • María Laura Bellini •  
María Rosa Rago Sweeney •  
Marianna Garin • Martin Jasper •  
Mateo Ferley Yael • Natacha  
Morales • Nicolas Groba • Sergio  
Scurk

La Asociación Civil para la Difusión de la Creatividad en el Diseño (Personería Jurídica otorgada por Res.IGJ511 del 10 de Junio de 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 vertidas 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 en terceros, cualquiera sea la naturaleza del daño o perjuicio. Entre otras, no se responsabiliza por la 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 cuales autorizaron la publicación, reproducción y comunicación de dichas notas a nuestra Asociación.



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

Creada en Marzo de 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

Director & Editor de Cemagazine



www.creatividadetica.org

## INDEX

- DISEÑO GRÁFICO** / pág. 4  
Ilustración Andrea Elisabet Acuña
- ALIANZAS INTERNACIONALES** / pág. 9  
AIAP & Creatividad Ética juntos con Openstudios
- ENTREVISTA** / pág. 14  
Guillaume Sasseville desde Montreal
- DISEÑO INTERNACIONAL** / pág. 17  
Trully Design
- DISEÑO SUSTENTABLE** / pág. 20  
Estudio UAU
- RSE** / pág. 24 La RSE y el Balance Social
- DISEÑO DE INDUMENTARIA** / pág. 25  
Viviendo el futuro
- PUBLICIDAD** / pág. 27  
Video Fundación Alas
- ARQUITECTURA** / pág. 28  
La Casa Solar.
- DIARIO PATAGÓNICO** / pág. 28  
Patagonia, mía - 11. Vivienda Multifamiliar
- ARTE+** / pág. 33 Santos Neón
- EMPRENDEDORES** / pág. 36  
Identidad de marca
- MOVIDA CULTURAL** / pág. 38  
Café Bebida Espirituosa
- EIPP&D** / pág. 40  
Guadalajara 2012
- MUNDO SUSTENTABLE** / pág. 41  
Biomass Bag
- MUNDO SUSTENTABLE** / pág. 42  
360 Paper Watter Bottle

# EDITORIAL



Comenzamos el 2013 con mucha energía, renovados, llenos de sueños y proyectos por cumplir.

Nos encuentra trabajando y disfrutando de nuestra querida Buenos Aires, un poco más solitaria y menos ruidosa que de costumbre, pero emblemática e impactante como siempre. Pudiendo recorrerla y descubriéndola sin apuros ni apretones.

Aprovechando no sólo los estrenos y novedades de la ciudad, sino también los nuestros, nos complace anunciarles que hemos lanzado nuestro nuevo sitio web.

Incorporamos mucho más contenidos, nuevas secciones como alianzas, colaboradores, capacitaciones, asesorías, blog entre otros

A su vez, hemos cambiado la interface con el usuario para que sea mucho más fácil y dinámica con el fin de mejorar la accesibilidad a la información.

Además, si te gusta lo que hacemos, te invitamos a que te unas a Comunidad Ética, como socio Impresionista, Cubista o Expresionista, no sólo recibirás beneficios sino que también nos ayudarás a seguir adelante con todos los proyectos que compartimos con Uds. y en los cuales mucho de Uds. han sido también protagonistas en estos años.

Esperamos que disfruten de la revista y de la nueva web en este verano.



D.I. Verónca Ciaglia  
 Presidente de Creatividad Ética  
 Editor de Creatividad Ética Magazine





# ILUSTRACIÓN ANDREA ELISABET ACUÑA

Soy Andrea Elisabet Acuña nací en Mar del Plata, Argentina en octubre de 1985. Estudié Ilustración Profesional en la Escuela Superior de Artes visuales, Martín. A. Malharro.

Igualmente mi pasión por el arte y las expresiones culturales surgieron en muy temprana edad, recuerdo en mi niñez con cuanto entusiasmo y alegría ilustraba las carátulas de los cuadernos escolares, como también participaba de concursos escolares de dibujos, Y siempre primera para ofrecerme a dibujar pizarrones con temas patrióticos.

En mi adolescencia me forme en la escuela E.EM N°1 ex piloto con modalidad comunicación, arte y diseño, para no perder el entusiasmo que había sembrado desde chica.

Al terminar mis estudios secundarios, con el apoyo de parte de mi familia, impulsada principalmente por mi padre, me dedique a indagar y aprender el arte de la caricatura, ¿era dedicarme al dibujo o trabajar como ayudanta en la cocina de un Fast Food!. Después de seis meses tomé coraje y en el 2002 me lancé a trabajar como artista callejera caricaturizando a los turistas de la temporada Marplatense, y hoy ya van casi diez años de trabajar en la calle.

En este trayecto de esos diez años paralelamente, pude formarme en la ilustración en la Escuela Superior de Artes visuales, Martín. A. Malharro. De allí recibí herramientas, conocimiento, y personas maravillosas.

1.

EQUINOX



## ILUSTRACIÓN ANDREA ELISABET ACUÑA

### Estilo y técnica

Realmente cuando se habla de estilos, aprecio todo tipo de arte. Desde las pinturas renacentistas al surrealismo de Dalí, desde la historieta a los clásicos de Disney, aunque... se muy bien lo que quiero para mi obra!, y cuales son mis influencias que la modifican. La imagen figurativa realista, la obra surrealista con un grado ideal de figuratismo, es lo que me gusta ver en mis trabajos, lo suficiente para sumergirte en un mundo real, maravilloso y lejos de lo absurdo. Es lo que me gusta ver en ellas.

Las técnicas pueden variar según la etapa que esté transitando, Soy fiel al grafito y al trabajo minucioso, pero siempre hay oportunidad para romper un poco la estructuras y realizar las manchas en acuarelas y acrílicos que tanto nos liberan.

### ¿Cuales son tus referentes?

En realidad referentes directos no tengo, me gusta apreciar todo tipo de arte y de obra, y realizar trabajos diversos. en su momento me gustaba mucho Luis Royo, me gusta Antonio Berni, algunos artistas contemporáneos como Alex Ross. En sí me gustan sus trabajos pero no creo que hayan sido referentes directos que influyeran en mis trabajos. La personalidad de uno y la evolución de la misma a veces va modificando en nuestro trabajo, Los gustos musicales, las comidas, las culturas que podamos ir descubriendo nos influyen.



## ILUSTRACIÓN ANDREA ELISABET ACUÑA

### ¿Cómo y dónde comercializas tus obras? ¿Has realizado muestras?

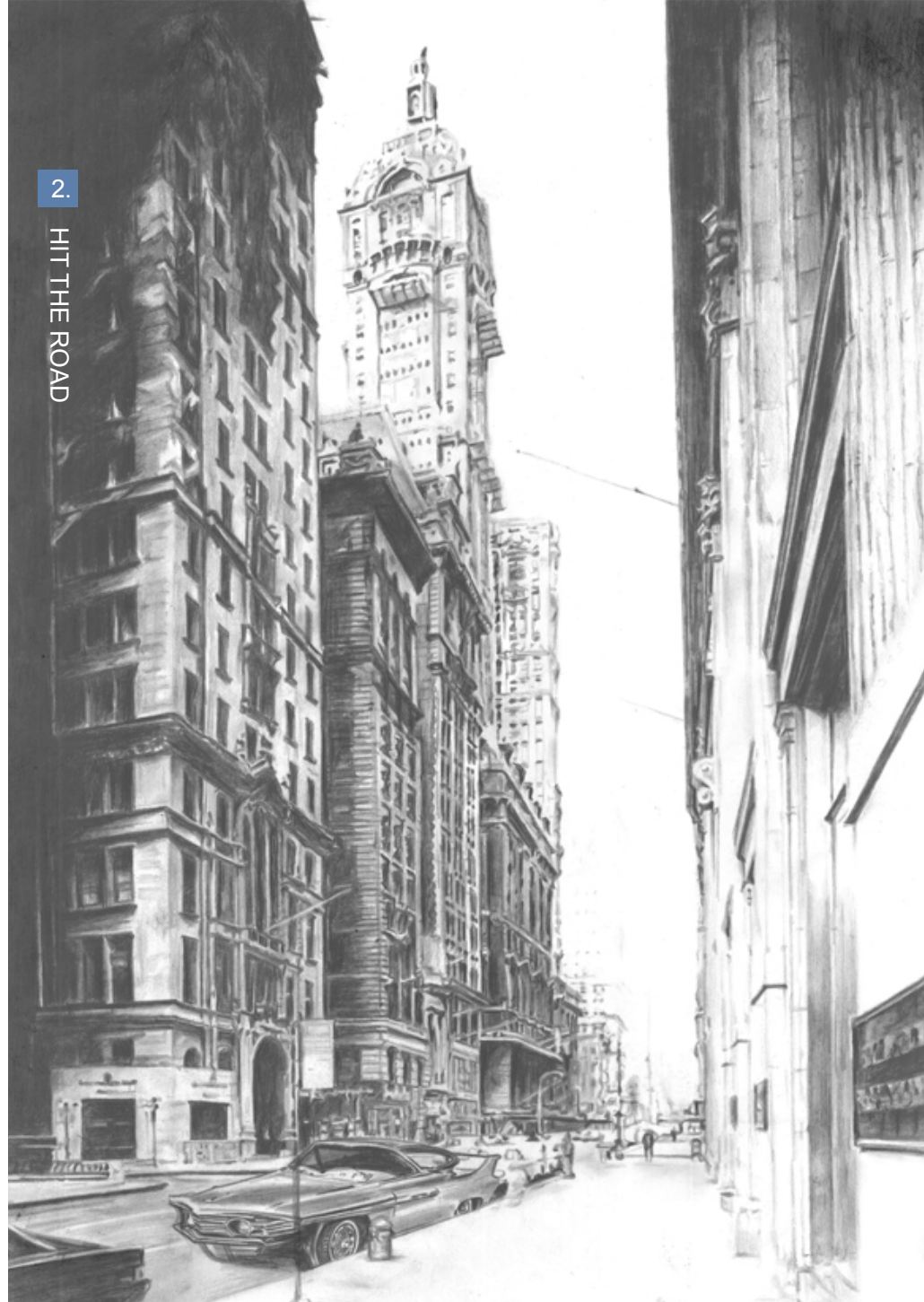
Actualmente no estoy realizando exposiciones, ya que el tiempo de trabajo y estudio ocupa gran parte de mi tiempo. Si he participado en muestras realizadas por la escuela superior de Bellas Artes, y alguna que otra independiente.

El trabajo diario en la peatonal, me ofrece un contacto directo con el público, mayormente con la gente que no tiene tanto acceso con las redes sociales y las nuevas tecnologías, esto hace que se acerquen mucho a preguntar. A veces pienso que el ilustrador pasa mayor parte del tiempo oculto tras su escritorio sacando y puliendo ideas, y se olvida un poco de que ese trabajo en realidad es para otras personas, y para ello hay que mostrarse. Lamentablemente la palabra “ilustrar” para la gente común no está presente, en la jerga popular el pintor es el que realiza el arte, y ahí se acabó, sin tener en cuenta que detrás del ese arte se encuentra, un pintor, un Ilustrador, un fotógrafo, un diseñador gráfico, un escultor...etc por no seguir.

Una de las herramientas importantes para difundir nuestro trabajo son las redes sociales, blogs, correos etc. Es genial que en un rato gente del otro lado del mundo comparta pensamiento y opiniones de tus imágenes. Además, es una vía importante de trabajo.

2.

HIT THE ROAD



3

BYE BYE, BLACKBIRD





## ILUSTRACIÓN ANDREA ELISABET ACUÑA

### Proyectos para el 2013. Sueños a cumplir en tu profesión.

Mis proyectos a corto plazo, son: seguir creciendo profesionalmente, esperando nuevas propuestas, nuevos desafíos, y así cumplir micro objetivos que me lleven a mis grandes metas en la vida.

Uno de los tantos sueños es poder viajar y trabajar para grandes empresas y también trabajar como caricaturista recorriendo todo el mundo.

La ilustración hoy por hoy es todo, cada vez va tomando más jerarquía en todo ámbito, y la gente común lo va asimilando cada vez más.

En la actualidad, al paso del tiempo los estilos se han combinado, dando lugar a nuevos estilos: humorísticos, de fantasía, o ficción, manga, etc.

Además puede decirse que cada ilustrador tiene su propio estilo personal aunque debe poder adaptarse a los requerimientos del cliente.

#### info de contacto

mail/ [acuaandrea@yahoo.com.ar](mailto:acuaandrea@yahoo.com.ar)

web/ [www.acuaandrea.blogspot.com.ar](http://www.acuaandrea.blogspot.com.ar)

blogspot/ <http://www.caricaturasmardelplata.blogspot.com.ar/>

autor/ D.I. Verónica Ciaglia  
mail/ [asociacion@creatividadetica.org](mailto:asociacion@creatividadetica.org)  
web/ [www.creatividadetica.org](http://www.creatividadetica.org)





1  
PEOPLE

3  
SPACE

5  
WORKS



AIAP & CREATIVIDAD ETICA JUNTOS CON OPENSTUDIOS

## AIAP & CREATIVIDAD ETICA JUNTOS CON OPENSTUDIOS



Bajo el Programa DesignAbroad, en mayo de 2012, estuvimos en Torino, Italia, con la exposición “**Arte & Diseño Argentino en Italia**”, una muestra interdisciplinaria que nos permitió mostrar los perfiles de 25 diseñadores argentinos, incluidos los diseñadores gráficos con el objetivo de promover el diseño argentino en el extranjero.

Esta muestra no sólo nos ha brindado entrar en contacto con AIAP -Associazione Italiana Design della Comunicazione Visiva, sino también nos dio la oportunidad de firmar un memorando de entendimiento para trabajar juntos contenidos entre los dos países. Nuestra Asociación se enorgullece de asociarse con AIAP y a través de ellos con Italia, un país del cual muchos nos sentimos muy cerca por nuestros antepasados que llegaron a la Argentina en el siglo pasado. Creemos que va a ser una expe-

riencia maravillosa para ambas asociaciones.

El objetivo común que llevó a la firma del protocolo es promover y proteger la cultura del diseño gráfico y el diseño de comunicación visual, tanto en el ámbito profesional como en el ámbito de educación en ambos países, a través de la acción conjunta y el trabajo hacia las diversas herramientas de comunicación que estén en posesión de las dos asociaciones.

Entre los proyectos que se están desarrollando, existe uno que permitirá a AIAP y Creatividad Etica llegar a conocerse mejor y hacerlo rápidamente, a través de los Openstudios de los docentes, profesionales y diseñadores emergentes de comunicación italianos y argentinos. Un intercambio con el fin de mostrar un panorama de la disciplina del diseño contemporáneo en ambos países a través de los perfiles que se publicarán de sus openstudios

+ info de otros Openstudios publicados en el sitio de Aiapzine

web/ [www.aiapzine.aiap.it](http://www.aiapzine.aiap.it) en openstudios gallery

+ info de Openstudios publicados en Creatividad Etica

web/ [www.creatividadetica.org/alianzas/openstudio](http://www.creatividadetica.org/alianzas/openstudio)

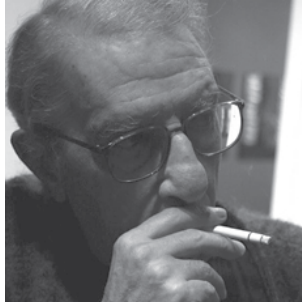
en los que todo se contará a través de palabras, imágenes y proyectos.

Los 12 openstudios serán publicados en Aiapzine, como es habitual todos los viernes de la semana a partir de Febrero de 2013, donde se describirán las diferentes formas de ser un diseñador de comunicación visual hoy en la Argentina. Al mismo tiempo, 12 openstudios de diseño italiano de comunicación visual serán publicados cada semana en Creatividad Etica, en el sitio web de la asociación y en cada número de Cemagazine, la revista digital bimestral publicada por Creatividad Etica.

Comenzaremos por dos estudios de gran trayectoria y prestigio entre aquellos que representarán a ambos países. Estudio Shakespear de Argentina & Mimmo Castellano de Italia.

Esperamos que los disfruten!!



1  
PEOPLE3  
SPACEMIMMO CASTELLANO  
ITALIA

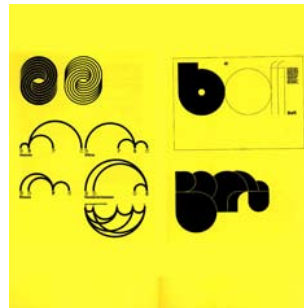
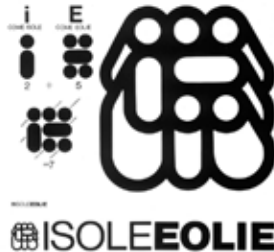
Mimmo Castellano vive y trabaja en Milán desde 1967. Estudió humanidades. Autodidacta, se embarcó en la carrera de diseñador gráfico y fotógrafo en 1951 en Bari, donde creó y dirigió la imagen de la editorial Laterza.

Puede presumir de muchas colaboraciones destacadas en el campo de la edición con Carlo Ludovico Ragghianti, Umberto Eco, Leonardo Sinisgalli.

En 1964, llevó a cabo un importante informe fotográfico / etnológico de ENI (Ente Nazionale Idrocarburi) sobre el paisaje, la vivienda y los ritos populares de Lucania, para la publicación de un volumen de gran formato que se considera un trabajo muy importante en la historia de la fotografía italiana. Fue asesor en muchas compañías estatales importantes de Italia, como la RAI (Radiotelevisione Italiana), Italsider, INA (Istituto Nazionale Assicurazioni), Alitalia, CONI (Comitato Olimpico Nazionale), CEE (Comunità Economica Europea, Montedison, y también en la editoriales Vallecchi, Feltrinelli y Einaudi.

Del año 70 al 71 fue profesor de diseño gráfico en la Academia de Bellas Artes de Bari.

continúa en página 13

5  
WORKS

1. Marchio per il progetto di segnaletica turistica per le Isole Eolie
2. Boffi. studi per un marchio
3. Castellano 3
4. Viaggio in Provincia
5. Padiglione italsider anni 60

1  
PEOPLE3  
SPACE

## DISEÑO SHAKESPEAR ARGENTINA

Ronald fué Profesor Titular de la Cátedra de Diseño FADU/UBA y Presidente de ADG, Asociación de Diseñadores Gráficos de Buenos Aires. Funda su Estudio hace 52 años. Hoy dirige Diseño Shakespear con Juan Shakespear (DI Uba).

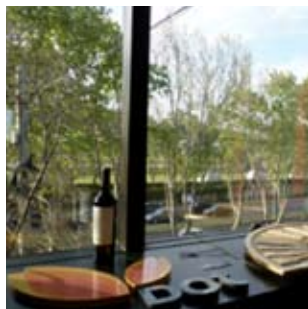
Han generado 1800 marcas y señales para empresas más importantes de Argentina y en el vasto territorio de América Latina( Brsil, Chile, Perú, Colombia & Uruguay), como Temaikén, Subte, Galerias Pacífico, Recoleta Mall, Alto Palermo, Dot, Harrods, Duty Free Shop, Maroñas, etc. Sus proyectos han sido publicados por Eye Magazine, Abitare, Domus, Archigraphia, Graphis, Follow Me, Novum, Idea, etc

Juan Shakespear es autor del equipamiento urbano de Córdoba, el Hipódromo de Maroñas, el Parque de las Aves, Alto Rosario, el Banco de Córdoba, Trenes de Buenos Aires. Equipamiento para La Reina en Santiago de Chile como quioscos de flores y diarios, cobertizos para pasajeros y programas de packaging para el Turista ( 80 envases de productos, cajas de chocolates, bolsas para regalos, etc).

Sus trabajos han sido expuestos en el Centre Georges Pompidou de Paris, en la Triennale Icsid de Milán y en el Katzen Arts Center de Washington entre otros.

Ha brindado conferencias y workshops en 44 ciudades del mundo.

Ha recibido el premio Segd Fellow Award de la Society of Environmental Graphic Design que por primera vez se otorga a un latinoamericano. El premio ha sido concedido anteriormente a Massimo Vignelli, Lance Wyman, Robert Venturi, Ivan Chermayeff,

5  
WORKS



## AIAP & CREATIVIDAD ETICA JUNTOS CON OPENSTUDIO



### 1 PEOPLE

#### continúa **MIMMO CASTELLANO**

En 1981 fue profesor de identidad corporativa y señalización en la ISIA (Istituto Industrie Artistiche di Urbino) y de 1985 a 1994, ocupó el mismo cargo en el Instituto Europeo di Design de Milán, Turín y Cagliari

Desde 1980, ha sido miembro de la AGI, Alliance Graphique Internationale, y miembro honorario de AIAP (Associazione Italiana per la progettazione comunicazione visiva)

Autor de numerosos libros de fotografía, diseño gráfico y etnología. Nació en 1932 en Gioia del Colle.

#### continúa **DISEÑO SHAKESPEAR**

Deborah Sussman, entre otros. Su último libro “Señal de Diseño, Memoria de la Práctica” fué re-editado por Paidós. Revisitando los Sesenta fué editado por Aeropuertos 2000 en 2012.

#### **Mimmo Castellano**

via Bissolati, 8  
20090 Trezzano sul Naviglio (MI)  
Italy  
tel +39 02 4453720  
fax +39 02 4459613  
mimmo.castellano@tele2.it

#### **Diseño Shakespear Argentina**

Diseño Shakespear SRL  
Catamarca 1950 piso 2 oficina 11  
(B1640FUX) Martínez, Buenos Aires, Argentina  
T 0054 11 48361333  
info@shakespearweb.com  
shakespearweb.com

autores/

D.I. Verónica Ciaglia  
Presidente Creatividad Ética  
& Cinzia Ferrara  
Vicepresidente Nazionale Aiap





MONOGRAMME  
STUDIO SASSEVILLE  
PHOTO CHLOE DULUDE

## ENTREVISTA INTERNACIONAL DESDE MONTREAL **GUILLAUME SASSEVILLE** STUDIO SASSEVILLE

*Diseñar será más una colaboración entre las comunidades y creo que definitivamente, diseñaremos comportamientos a través del producto.*

### Estuviste participando en el Festival Internacional de Diseño 2012, ¿Qué actividad desarrollaste?

El proyecto «Monogramme Vases». Este proyecto ha sido desarrollado especialmente para el Festival. Se planeó como un espectáculo con la participación de las personas presentes en el lugar. La pregunta que llevó a este proyecto es: ¿Cómo la personalización puede definir la forma del objeto en sí?. Una cosa importante fue involucrar a las personas en el proceso de decisiones. A los participantes se les pedía ayudar al diseñador a tallar el florero.

Recientemente, un cliente me preguntó cómo podía hacer que mi producto fuera único y personalizado para mis clientes? La discusión estuvo entorno a la noción del monograma, que es la noción de grabado o cosido de las iniciales de una persona para marcar sus pertenencias.

Actualmente estoy trabajando en una colección de vasos. Durante el desarrollo, me di cuenta de lo simple que es la tecnología detrás de vidrio soplado. Utilizando el método de tallar moldes. El vaso de madera en un torno, he vinculado esta técnica para dar forma a la idea de formulario con un alfabeto monograma.

### Enseñanzas que le ha dejado su visita a Buenos Aires. Tres sensaciones vividas durante su estancia aquí.

La 1era. posibilidades, la 2da. gente con alto ingenio y apasionada, y la 3era. alta cultura y sofisticación.

### ¿En tus proyectos hay un hilo común, un denominador común, un concepto que aparece o se queda?

Por el momento, estoy trabajando en la noción de «común», me gustaría volver a visitar un objeto real, su forma y prestar atender al contexto actual.





ENTREVISTA INTERNACIONAL DESDE MONTREAL  
**GUILLAUME SASSEVILLE** STUDIO SASSEVILLE

La sencillez, sin compromisos en los detalles. Tengo un enfoque geométrico, pero siempre debo tallar en que la geometría para darle una sensación de sofisticación y forma nunca es gratis.

### ¿Cuáles son las cosas y proyectos que te inspiran?. ¿Cuáles son tus proyectos que más reflejen tu alma y tu pasión?

Proyectos que brinden mucho espacio para el usuario, conceptual y funcionalmente.

Objetos con materiales contemporáneos y técnicas. Me gusta el proyecto JUMP para Christofle debido a la sencillez, ya que es un producto divertido y en colaboración con una artesanía increíble.

Yo he trabajado durante casi una década en la arquitectura, a partir de ahí me quedé con la noción de durabilidad. Al dibujar una línea en el suelo y construir, va a durar. Este es el tipo de pensamiento que alimenta mi práctica. Al diseñar este concepto es siempre parte del proceso.

### ¿Cuál es tu proceso de pensamiento

### cuando se inicia un nuevo proyecto?

Porque trabajo para marcas y empresas, en primer lugar me gusta entender su cultura y donde ellos quieren ir, su visión. Me gusta tanto a nivel de brief, conceptual y muy práctico. La parte conceptual permite que el producto futuro contenga algo más arraigado en la cultura. Yo siempre trato de encontrar el «lazo» entre la idea, el mercado y la producción. Este vínculo debe ser irrompible.

### ¿En qué proyecto estás trabajando ahora?

Actualmente estoy trabajando en una colección de vasos, el proyecto denominado «Verre Commun» (balancín común).

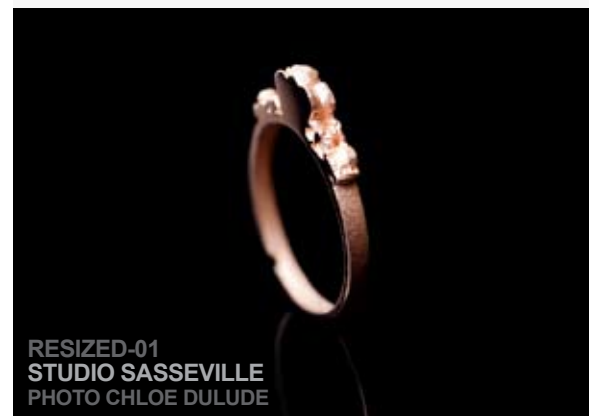
### ¿Cuáles son tus tres cualidades más sobresalientes? o ¿Cuáles son tus puntos fuertes?

Como diseñador, soy rápido para comunicar una idea. Tengo mucha experiencia en comprender la materia y sus cualidades.

### Si tomaras tus diseños como una receta



JUMP-CHRISTOFLE-ECAL  
 STUDIO SASSEVILLE  
 PHOTO DAMIEN ROPERO



RESIZED-01  
 STUDIO SASSEVILLE  
 PHOTO CHLOE DULUDE

### para cocinar. ¿Cuáles son los ingredientes que hacen que tu receta sea especial?

Este es un secreto...

### ¿Cómo definirías tu trabajo?

Como diseñador de producto, mi meta es llegar a la visión de mis clientes. Haciendo que las cosas sucedan, discutiendo nuevas posibilidades, como nuevos materiales, técnicas



MONOGRAMME  
STUDIO SASSEVILLE  
PHOTO CHLOE DULUDE



ENTREVISTA INTERNACIONAL DESDE MONTREAL  
GUILLAUME SASSEVILLE STUDIO SASSEVILLE

Comienzo un poco después de las 6, un poco de correos electrónicos, seguido de redacción de las cosas “serias” y luego lluvia de ideas de proyectos. Por la tarde, por lo general es el desarrollo del proyecto. Por la noche, todo lo que no está vinculado al proyecto... actualización del sitio web, etc.

**Un sabor, un color, una pasión, un hobby**

Café, azul lapislázuli, navegar, ir manejando del centro de la ciudad hacia el río.

**Un reto por cumplir, un sueño hecho realidad, 1 experiencia actual.**

Actualmente estoy enseñando en la universidad y uno de mis retos es transmitir las cualidades necesarias para crear el contexto adecuado para que las cosas sean posibles.



cas, tecnologías, nuevos comportamientos, observando y siempre tomarlos en cuenta con precisión. Fuera de diseñar, mi trabajo es amplio, incluye: dirección creativa y estudios de mercado para la optimización de la fabricación.

**Describe un día típico de Guillaume.**

**¿Cuál es tu opinión sobre el diseño, ahora y en el futuro?**

Probablemente estaremos solicitándole a todos los medios cultura del diseño, una imagen no es un producto. Creo que la gente va a cambiar la forma en que compran para priorizar una mejor calidad. Diseñar será más una colaboración entre las comunidades y creo que definitivamente, diseñaremos comportamientos a través del producto.

**¿Qué harías si tuvieras la oportunidad de cambiar algo en el mundo del diseño?**

Producto Diseño racional, volver a cuestionar 80% del material actual de producción. Traer de vuelta la noción de objetos útiles y desprogramando la obsolescencia planificada.

**+ info de Guillaume Sasseville**

web/ [sssvll.com](http://sssvll.com)  
mail/ [info@sssvll.com](mailto:info@sssvll.com)  
tel/ 514.975.8642 (Canadá)  
dir studio/ 2439 Logan Street  
Montreal, Quebec  
h2k 2b6 Canadá



autor/ Creatividad Ética  
mail/ [asociacion@creatividadetica.org](mailto:asociacion@creatividadetica.org)  
web/ [www.creatividadetica.org](http://www.creatividadetica.org)

## DESTINO TORINO TRULLY DESIGN

Estas son las dos primeras tablas de snowboard que diseñamos para Custom Made Snowboards, quienes han elaborados tablas de snowboard y esquís desde 1981.

1 - Valhalla carbono debe su nombre y está inspirado en paraíso vikingo Mauro149. Estrictamente para freeriders que se sienten uno con los elementos de la naturaleza cuando surfean en polvo o pistas. Una tabla de snowboard de alto rendimiento, ágil y ligera, con una curva perfecta de conducción tanto en nieve dura como fresca. Dos soportes de haya con franjas de carbono que enlazan la madera de la tabla, dando estabilidad y velocidad, lo que facilita cambiar de lado y maniobrar. Esta tabla de snowboard es más rápida, más segura y más resistente que un poderoso Drakkar.

Disponible en los siguientes tamaños: 55 - 56 ancho - 59 - 60 ancho - 62 - 64 -64 de ancho

2 - Twin Tip invertided Pro es una tabla de snowboard inspirada en los últimos 182 de los experimentos en el arte abstracto de Rems. Desarrollada por un ex campeón de sky de estilo antiguo, es una tabla polivalente. Su estructura ligera con refuerzos de carbono permite que sea utilizada suavemente o con un estilo más agresivo. Fuerte y ligera en parques de nieve, adopta una forma de mecedora invertida con un pequeño ángulo de caída central, pendiente plana debajo de las fijaciones y la nariz curvada, con forma de plátano en la punta y la cola. Esto permite que la tabla sea eficaz también sobre la nieve fresca (con fluctuación buena y precisa), manejable y con un rendimiento de excelente trayectoria. Buena para freestyle incluso pro-orientado. Con la parte trasera asimétrica. Disponible en los siguientes tamaños: 44 - 51 - 54 - de ancho 54 - 57 - 57 - 59 a 59 de ancho.





**DESTINO TORINO**  
**TRULLY DESIGN**


3 - Diseño inspirado en arte de stencil y cartelería, con colores tipográficos mínimos. Agresivo, manejable y muy ligero para el uso del parque, gracias a su forma invertida. Las placas de carbono laterales permiten un uso muy escénico y con más energía en comparación con tablas similares. La pequeña curvatura central, se inclina bajo las fijaciones que terminan con una ligera forma abanada en la punta y cola. Eficaz en la nieve fresca, cómoda y con una excelente trayectoria resistente.

Perfectamente adaptable a los surfers masculinos y femeninos, ideal para freestyle y asimétrica en su parte trasera. Design by Rems182.

4 - Un flameante, snowboard negro para “morder” las más blancas nieves, con un diseño que viene de la portada del álbum Blackstep. Doble punta, una tabla de freestyle puro aunque sus cantos permiten un uso más amplio de montaña.

Su construcción cuenta con una pequeña curvatura que sostiene las fijaciones, seguido de una mecedora que le da maniobrabilidad y excelentes cualidades de deslizamiento sobre la nieve fresca.

La curvatura central permite una mayor precisión en el aterrizaje y una buena curva de conducción en las pistas, lo que brinda una excelente reactividad en cualquier maniobra.

Súper ligero, de entre 2,3 y 2,4 kg, haciéndola la más liviana de las tablas de madera, hoy a la venta . Design by Mauro 149.



DESTINO TORINO  
TRULLY DESIGN



## Acerca de Trully Design



Nació de la fusión de 4 amigos grafiteros que unieron sus 4 pasiones comunes: la ilustración, el diseño gráfico, la pintura clásica, y nada más ni nada menos, la mezcla de lo que se pudiera derivar de estas disciplinas. A partir del 2003, las aventuras nocturnas al lado de las vías del tren comenzaron lentamente a evolucionar en el graffiti experimental, inspirado en el diseño gráfico y la ilustración.

El equipo pronto se convirtió en un semillero de ideas que desafían los límites tradicionales del graffiti, impulsando la colaboración con el nacimiento de un estudio de comunicación visual en su ciudad natal Torino. Las capacidades complementarias de los cuatro amigos se enganchan juntos en un caldero de ideas eclécticas.

Mauro149, Rems182, Ninja1 y Mach505 son radicalmente personalidades diferentes, con enfoques e inspiraciones heterogéneos, sin embargo capaces de converger en una fuerza creativa imparables y armónica.

autor/ Trully Design  
mail/  
trully-design@trully-design.com  
web/ www.trully-design.com



DISEÑO  
SUSTENTABLE

PROYECTO

büna

ESTUDIO

UAU



## UAU DESIGN PROYECTO BUNA

### ¿Qué formación tienen y como nacen cómo estudio?

Los responsables del estudio UAU y del proyecto Buna, somos Virginia Filiberti y Silvio Tinello, diseñadores industriales. Estudiamos juntos en la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Nacional de Córdoba, y este proyecto fue nuestra tesis de grado.

Vivimos en ciudades distintas, Virginia en San Juan y Silvio en Córdoba, y para sumar algo más, somos oriundos de la Patagonia. Y a pesar de los 700km de distancia que nos separan actualmente de cada ciudad, trabajamos en conjunto en cada proyecto del estudio UAU.

### ¿Cuándo y cómo surge UAU diseño?

Originalmente UAU diseño nace en el año 2006. Fue algo espontáneo, como se dan las cosas buenas. Porque fue casi sin darnos cuenta. No es que un día nos sentamos y dijimos “pongamos un estudio”. Esto pasó porque siempre trabajamos muy bien juntos y de pronto nos encontramos ante nuestro primer proyecto profesional y fue ahí donde decidimos ponerle nombre a esto que nos gustaba hacer, diseñar.

Fue así que entonces diseñáramos para la Primer Bienal de Arquitectura Patagónica el objeto mención que se entregara a los disertantes de dicho evento.

### Hablemos del proyecto Buna.

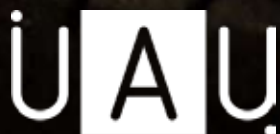
El proyecto consiste básicamente en transformar un desperdicio como es la viruta de caucho de neumáticos recapados en materia prima, proponiendo un material alternativo para el desarrollo de productos de uso cotidiano. Bajo esa idea, y teniendo en cuenta las propiedades que nos brinda el material compuesto de virutas de caucho aglomeradas, como son la flexibilidad, la resistencia a la intemperie y al agua, desarrollamos la línea modulada de bancos y macetas para exterior.

La línea la componen módulos de macetas y asientos de 40x40x40cm y 40x40x20cm. La finalidad de la línea fue pensada para permitir al usuario crear su propio diseño de acuerdo al espacio que posea. Otorgando con la diferencia de alturas de los módulos, mayor flexibilidad a la hora de armar las distintas configuraciones en el espacio.

Y como cierre de la línea Buna, nacen a partir de estos módulos, la familia de macetas Bunita y Baby Buna, para espacios más reducidos. Una familia que creció para aprovechar el desperdicio del material dentro del proceso de fabricación.

### ¿Han recibido Premios por sus productos?

Si los premios otorgados a nuestro producto



UAU

“Buna” fueron:

- 2012- Sello de buen Diseño.
- Premios de 2010 - “Mejor Objeto” – Feria Puro Diseño 2010, “Innovación Tecnológica” a la excelencia del diseño.
- Premios Presentes, Concurso Reacción Sustentable, Concurso Innovar en la categoría Diseño Industrial entre otros

### ¿Han estado presentes en Muestras & Exposiciones?

Desde el año 2009 hemos participado de numerosas muestras y publicaciones editoriales. Sólo para nombrar algunas de ellas, en el año 2012 estuvimos en UAU Disegno como selección Oficial –como presentador Pecha Kucha Night vol. 6 en San Juan, como ponente en las IV Jornadas Latinoamericanas Diseño para el Desarrollo Local en San Juan.

Selección Oficial en Expo PREMICA CENTRO, Mercado de Industrias Culturales Argentinas, Córdoba; Sellos del Buen Diseño; Expo Tecnopolis; Feria Craft Design en Sao Paulo, Brasil; Expo PREMICA CUYO, Mercado de Industrias Culturales Argentinas; Expo Diseña Córdoba, Expo ARQADIA, Museo de Arquitectura de Buenos Aires.

En el 2011, entre otros hemos participado de Selección Oficial, Stand Argentino en la 19° Feria

Craft Design en Sao Paulo y Argentine Pavilion en la Feria 100% Design London, Inglaterra.

### ¿Dónde obtienen la materia prima para realizar sus trabajos?

La materia prima la obtenemos de talleres locales, donde se recapan neumáticos de autos, camiones y tractores, son nuestros actuales proveedores. Y en el caso de las matrices trabajamos con talleres metalúrgicos.

### ¿Se necesita un tipo de producción especial?

Actualmente la producción es seriada aunque de baja escala. Actualmente nos encontramos optimizando el proceso productivo para aumentar la producción.

### ¿Cuáles son los productos que diseñan?

### ¿Uds. son los encargados de la producción?

Si bien tenemos varios productos en desarrollo, hoy ofrecemos la línea completa de equipamiento para exteriores “buna”, junto al resto de la familia “bunita” y “babybuna”. Además dentro de los nuevos desarrollos, hemos agregado nuevos colores a todos los productos.

La producción está a cargo nuestro.

buna



] reciclamos caucho para que tengas donde sentarte a respirar aire puro [



UAU [www.uaudesign.com.ar](http://www.uaudesign.com.ar)  
[www.buna.com.ar](http://www.buna.com.ar)  
[uaudesign@gmail.com](mailto:uaudesign@gmail.com)

### ¿Por qué diseño sustentable?

El volcarnos al diseño sustentable surge por la necesidad de devolver de algún modo lo que la sociedad nos brindó. Esto es, la oportunidad de habernos podido formar como profesionales y personas dentro de un ámbito académico público y gratuito. Así, con las herramientas obtenidas, sentimos que estábamos haciendo lo que correspondía, resolviendo problemas concretos, con soluciones tangibles y reales. Diseñando productos que no generasen impacto en el ambiente e inclusive aporten puestos de trabajo.

### ¿Se puede en Argentina, dedicarse al diseño sustentable?

Si, es posible, de hecho, lo estamos haciendo. Es un mercado en expansión, no sólo en Argentina, sino en todo el mundo, no sólo por una cuestión de moda, mas bien por una toma de conciencia de que los recursos realmente son limitados y que hay muchas cosas que podemos hacer con lo que ya tenemos.

### ¿Quiénes son los consumidores sustentables?

Aunque no nos demos cuenta, todos consumimos diseño sustentable. Podemos encontrarlo tanto en las bolsas de los supermercados como en el Malba. Creemos que se puede aplicar de

diversos modos, de hecho, ahí radica la creatividad de quien lo aplique.

Si hablamos de productos de diseño, entendemos que hay un target al que no todas las personas pueden acceder, pero, aunque exista, no creemos que sea una cuestión de snobismo, sino mas bien, de toma de conciencia como mencionamos anteriormente.

### ¿A que países exportan sus productos?

Estamos en tratativas de exportar a Brasil, Australia y Europa.

### El diseño sustentable ¿Es una tendencia, una moda pasajera, tiene un futuro marcado?

Creemos que es una tendencia. La moda, o el modo adoptado, puede variar, pero sabemos que la tendencia marca una dirección, y surge en respuesta a lo que acontece, como por ejemplo la escasez de recursos.

En cuanto a nuestro futuro, Esperemos que cuando hablemos de diseño en el futuro, ya estará implícito el concepto de sustentable y no vamos a tener que hacer la diferencia entre “diseño” y “diseño sustentable”, así lo vemos.

+ info

UAU

Estudio UAU  
Virginia Filiberti &  
Silvio Tinello

mail/ uadisegno@gmail.com

web/ http://www.uadisegno.com.ar



autor/ Arq. Nicolás Groba  
Creatividad Ética  
mail/ nicolas.groba@gmail.com



# LA RSE Y EL BALANCE SOCIAL



En estos días se ha puesto en vigencia nuevamente el debate acerca de la normatización de los balances sociales en nuestro país. En la Provincia de Mendoza, han impulsado una ley<sup>1</sup> que hace su presentación obligatoria para algunos tipos de empresas. En otras provincias, hay proyectos de ley dando vuelta, e igualmente a nivel nacional.

Si bien es dable destacar que existen más de 300 herramientas, entre códigos, estándares y normas, y que ello puede traer confusión debido a la necesidad de elegir una herramienta correcta, también es importante tener en claro que sumar obligatoriamente una herramienta más de gestión para las empresas, y sobre todo para las PyMEs, repercute en mayores costos para la organización, dado que sea cual sea la herramienta, su correcta selección y efectiva aplicación, requiere la intervención de un agente o facilitador, y eventualmente de una auditoría externa adicional.

Algunas de las herramientas voluntarias más comunes son, el Pacto Global de las Naciones

<sup>1</sup> La Ley 8.488 establece la obligatoriedad del Balance Social y Ambiental en la provincia de Mendoza. Lo deberán presentar junto con el financiero, aquellas empresas de más de 300 empleados.

Unidas, Global Reporting Initiative (GRI), AccountAbility 1000 (AA1000) del Institute of Social and Ethical Accountability, Social Accountability 8000 (SA 8000) y la ISO 26000, entre otras.

Si a ellas que ya son estándares reconocidos y utilizados por las empresas, les agregamos un balance social obligatorio, el trabajo necesario de adaptación e implementación, requiere de un esfuerzo económico y social significativo.

Si bien el Balance Social es un instrumento de gestión para planear, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar en términos cuantitativos y cualitativos la gestión social de una empresa en un período determinado y frente a metas preestablecidas, es importante evaluar si dicha presentación, deberá ser obligatoria exigiéndole más esfuerzos a las empresas. Tal vez, hay que fomentar y promover su utilización desde los gobiernos, pero sin exigirlos, que en todo caso, sea el propio mercado el que marque el camino.

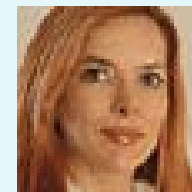
Aquellos que tengan dudas sobre su utilización, podrán evaluar la pertinencia de su desarrollo teniendo en cuenta sus propios objetivos organizacionales. En este sentido, el balance social permitirá:

- Realizar el diagnóstico de la gestión empresarial en torno al cumplimiento de su Responsa-

bilidad Social en un período determinado, lo cual permite definir políticas, establecer programas y racionalizar la efectividad de las inversiones sociales, con miras a la promoción de sus trabajadores y de la sociedad.

- Planificar acciones tendientes a aumentar la productividad y la eficiencia de sus trabajadores y evaluar las acciones en términos de costo-beneficio.
- Disponer de la información que se refiere a los recursos humanos de la empresa y a los sectores con los cuales ella tiene relación, para poder informar adecuadamente a la opinión pública acerca de su desempeño social como empresa.
- Actualizar políticas y programas relacionados con su Responsabilidad Social, ya que crea instrumentos efectivos para medir y controlar las consecuencias, los costos y los beneficios que se desprenden de sus acciones.

autor/ Aleandra Scafati  
Fundadora Ecomujeres  
mail/ [info@ecomujeres.com.ar](mailto:info@ecomujeres.com.ar)  
web/ [www.ecomujeres.com.ar](http://www.ecomujeres.com.ar)





UNIQLO

# VIVIENDO EL FUTURO



Durante la década del 90 encontrábamos información sobre el futuro de la indumentaria, y de cómo esto modificaría las tipologías, el negocio de la moda y por lo tanto nuestro estilo de vida.

Eran difíciles de imaginar estos textiles inteligentes, ya que nos prometían mantener el calor del cuerpo, poseer insecticidas, cambiar de color, neutralizar los malos olores, protegernos de los rayos UV, y hasta de las manchas.

La realidad es que estos prototipos ya existían en aquellos tiempos, solo que era muy difícil y costosa su producción masiva.

Después de dos décadas, ese futuro dejó de ser una película de ciencia ficción y ya está entre nosotros. Es muy habitual encontrar ejemplos en marcas de indumentaria deportiva y de aventura:

**Columbia Sportswear**, lanzó una tela que se activa con la transpiración, permitiendo mayor paso de aire. Así, la ropa regula de manera “*inteligente*” la temperatura corporal, ya que una vez que el sudor desaparece, los microscópicos polímeros vuelven a su posición original.

**Nike** ya nos tiene habituados hace años al uso de Nike+, sistema que nos da información sobre nuestro modo de entrenar: cantidad de pasos y contador de calorías.

En el 2006, **Philips** presentó una camiseta de color blanco donde no se podía advertir la presencia de ningún componente electrónico, sin embargo, en la camiseta se mostraban imágenes, textos, etc.

La marca **Exofficio** cuenta con toda una línea de ropa: Buzz Off, para hombre, mujer y niños que mantiene a los insectos alejados. Los repelentes están insertados en las fibras de la ropa, no desprenden ningún tipo de olor, no están en contacto con la piel humana y no se van con los lavados.

Por otro lado encontramos en **UNIQLO** propuestas más urbanas, es una empresa que compite con Zara y H&M, nació en Japón en 1949, y fue pasando por diferentes etapas hasta llegar a un presente que combina en sus diseños simplicidad, funcionalidad y comodidad. Las líneas son muy simples y todo se exhibe de manera muy práctica. Poseen una gama de ropa Silky dry (sedosa y seca), la cual promete



**Natacha Morales** es Diseñadora de Indumentaria. Se desarrolla en esta área desde el año 2000, en principio realizando vestidos y trajes a medida.

En el año 2009 toma

el desafío de convertir su nombre en marca de Diseño de autor. Desarrollando colecciones femeninas con una gran búsqueda morfológica, priorizando la calidad de los materiales, y las terminaciones a mano.

Actualmente diseña 2 líneas por temporada, una de pret-a-porter y otra de Alta Costura. Participa en diferentes eventos por año: Six O Clock Tea, Festival Internacional de Diseño, etc.

Durante el 2012, ha sido seleccionada por Creatividad Etica para participar de la muestra Arte & Diseño Argentino en Italia que se llevara a cabo en el mes de Mayo en la Ciudad de Torino, Italia

Podemos encontrar sus diseños en diferentes showrooms de la ciudad de Buenos Aires y en importantes ciudades del mundo como Londres, y Austin.

autor/ Natacha Morales  
 mail/ nm\_indumentaria@hotmail.com  
 web/ <http://www.natachamorales.com.ar>



**Hussein Chalayan**

mantener la piel seca y sin olor gracias a “*neutralizadores de procesamiento de alta tecnología*”, y su línea Heattech, que “*genera calor*” para mantener la temperatura corporal.

Por último es necesario no olvidar a **Hussein Chalayan**, que revolucionó las pasarelas utilizando vestidos animatrónicos y tecnología

LED, sin renunciar a un intenso trabajo de moldería y a la belleza que tanto aprecian las mujeres.

Seguramente este es el comienzo de un largo camino, donde la tecnología es la principal protagonista.

VIVIENDO  
EL FUTURO





**VIDEO REALIZADO PARA  
EL CONCIERTO DE  
FUNDACIÓN ALAS EN  
BUENOS AIRES.**

**SUMA**<sup>®</sup>  
AGENCIA  
COOPERATIVA

En América Latina más de 50 millones de niños viven con 1 dólar al día.

Si tuvieses que elegir de tu consumo diario lo que harías con 1 dólar, no podrías hacerlo.

Para eso usamos elementos gráficos simples, como por ej. un paquete de fideos, una botellita de agua, un profiláctico, un remedio, un litro de nafta, para simbolizar este concepto.

Este video se realizó como pieza de comunicación y concientización para pasar en las pantallas del mismo concierto de Fundación Alas en Costanera Sur.

**Ficha Técnica:**

FUNDACION ALAS

Arte Gráfico y Animación:  
SUMA (SEA + LA TRUCA)

VIDEO: Dólar

[www.vimeo.com/49791918](http://www.vimeo.com/49791918)

[www.proyectosuma.com](http://www.proyectosuma.com)

[info@proyectosuma.com](mailto:info@proyectosuma.com)



# LA CASA SOLAR

**FUNDACION ECOANDINA,  
SAN SALVADOR DE JUJUY,  
ARGENTINA**



El proyecto de la casa Solar surge como proyecto de la Fundación Ecoandina de Jujuy. EcoAndina es una Organización de la Sociedad Civil comprometida con el desarrollo sustentable de las poblaciones que viven en los frágiles ambientes andinos. EcoAndina promueve en estos lugares el mejoramiento de la calidad de vida y actividades productivas ambientalmente sustentables. EcoAndina lleva adelante iniciativas para revertir los factores que históricamente han promovido el desarraigo y la masiva emi-

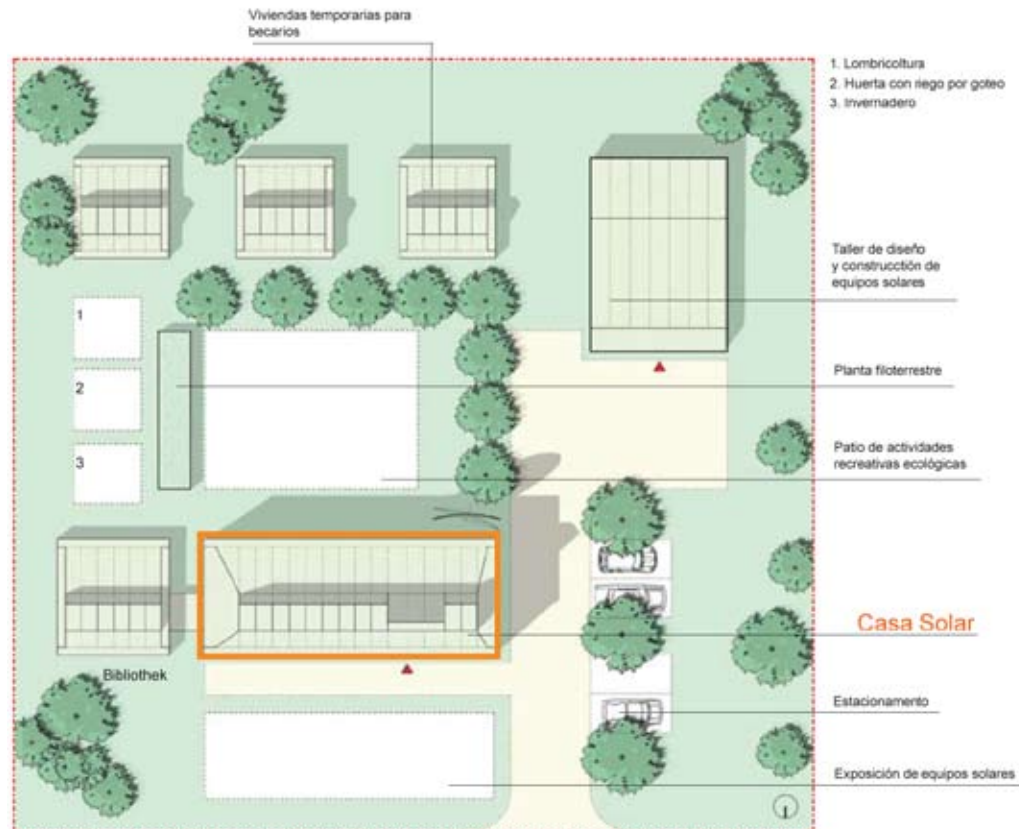
gración. Estas acciones buscan motorizar la voluntad de los habitantes de las pequeñas localidades andinas para desarrollarse localmente.

Son ejes de la estrategia de intervención de EcoAndina la concientización ambiental, el desarrollo y adaptación de tecnologías apropiadas, el uso efectivo de energías renovables, soluciones energéticamente eficientes, actividades productivas consistentes con la sostenibilidad de los sistemas andinos y el desarrollo cultural.

Primer Premio de  
**Arquitectura y Diseño  
Urbano Sustentables**

**LA CASA SOLAR**  
**FUNDACION ECOANDINA,**  
**SAN SALVADOR DE JUJUY,**  
**ARGENTINA**

La casa Solar es la primera edificación que se concretiza para un masterplan a desarrollarse a largo plazo para generar un centro de capacitación y promoción de las actividades y los productos desarrollados por la fundación ecoandina en un predio en San Salvador de Jujuy. El edificio está compuesto por una sala de capacitación, dos oficinas, una cocina solar y baños. El diseño del edificio busca obtener una eficiencia energética de más alto grado y abastecer la energía necesaria para la calefacción y el agua caliente únicamente a través del uso de energía solar. Para ello se implementaron y desarrollaron variados sistemas y tecnologías.



### La calefacción solar

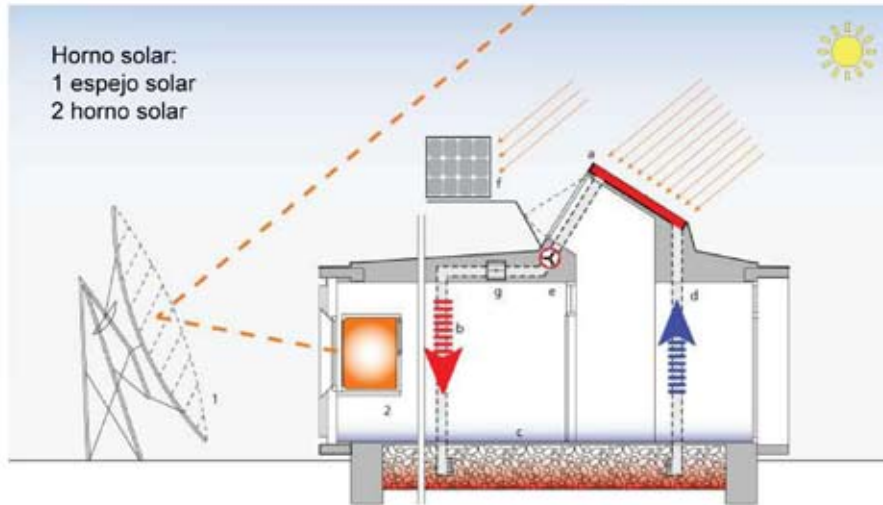
La energía necesaria para la calefacción se obtiene mediante un colector solar ubicado sobre el techo. Este colector calienta el aire mediante la absorción de radiación solar en una superficie negra, que se encuentra debajo de un vidrio. Esta superficie se calienta y transfiere el calor en forma convectiva al flujo de aire que circula por el espacio entre el vidrio y la chapa pintada negra. La cara inferior de la superficie se encuentra térmicamente aislada. Debido a

las diferentes densidades entre el aire caliente y frío, se requiere un ventilador para mover el aire caliente desde el techo hasta el lugar de almacenamiento térmico que se encuentra en el piso. El dispositivo de almacenamiento está ubicado en la pared o en el piso del edificio y transmite su calor mediante un piso radiante.

El acumulador térmico se compone esencialmente de una gran masa de piedras de río seleccionadas, que completan una carga aproximada de 12 toneladas, distribuida dentro de

una bóveda de unos 10 m<sup>3</sup>. El diámetro de las piedras se selecciona considerando la pérdida de presión en el acumulador y la transferencia de calor del aire caliente a los mismos. El acumulador tiene aislamiento térmico en la superficie inferior y en los laterales. La descarga de energía está limitada por la superficie del piso que se encuentra arriba del almacén, por donde salen entre 50-100 W/m<sup>2</sup>. El piso radiante genera un perfil térmico óptimo en la habitación.





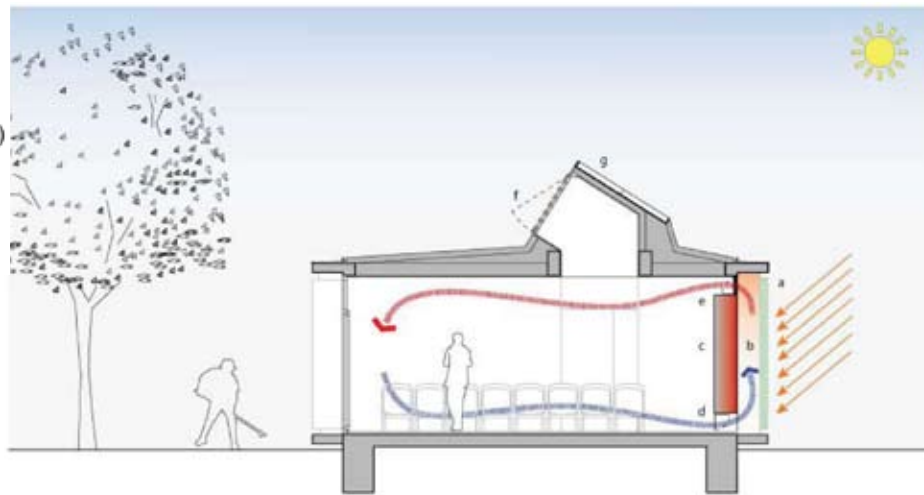
Horno solar:  
1 espejo solar  
2 horno solar

CALEFACCION SOLAR  
con acumulador :

a Panel de calentamiento solar  
b aire de alimentación (caliente)  
c radiación térmica  
d aire de escape (frio)  
e ventilador  
f Solarmodul / ventilador  
g bloqueo de refl ujo

MURO TROMBE

a Vidrio  
b espacio „invernadero“  
c acumulador maziso  
d aire alimentación (caliente)  
e aire escape (frio)  
f bloqueo de refl ujo  
g colectores



### El muro Trombe

Un muro Trombe o muro Trombe-Michel, es un muro o pared orientada al sol, preferentemente al norte en el hemisferio sur y al sur en el hemisferio norte, construida con materiales que puedan acumular calor bajo el efecto de masa

térmica (tales como piedra, hormigón, adobe o agua), combinado con un espacio de aire, una lámina de vidrio y ventilaciones formando un colector solar térmico.

## LA CASA SOLAR

**Ubicación:** San Salvador de Jujuy

**Proyecto:** 2009

**Ejecución:** Desde 2010

**Dimensión:** 135 m<sup>2</sup>

**Cliente:** Fundacion Ecoandina

**Diseño y Proyecto:**

Michael Sehmsdorf y Max Schimke

**Proyecto Ejecutivo:**

Martin Jasper y Max Schimke

**Dirección de Obra:** Martin Jasper y

Arq. Jorge Horacio Ramirez

**Ingeniería Solar:**

Dipl.-Ing. Christoph Müller

Primer Premio de  
**Arquitectura y Diseño**  
**Urbano Sustentables**



*“La arquitectura está reprimida por la costumbre, los estilos son una mentira” Le Corbusier*

La ciudad de San Martín de los Andes y el lago Lacar se encuentran dentro del Parque Nacional Lanín, que recibe el nombre del imponente volcán que domina la superficie del parque.

En el casco urbano se encuentra la nueva sede de la Intendencia del Parque Nacional Lanín que fue inaugurada en el año 2007.

La sede originaria se construyó en el año 1946 y fue proyectada por el famoso arquitecto argentino Alejandro Bustillo, un edificio emblemático que hoy alberga el Centro de Visitantes del Parque Nacional Lanín y Museo de sitio, un lugar recuperado y puesto en valor arquitectónico.

Pero volvamos al nuevo edificio de Parque Nacionales...

Por estas cosas del destino mientras organizaba el éxodo con la familia a la Patagonia y en unos de esos viajes a ver que “onda San Martín”... surgió la posibilidad de ser el encargado de documentar un proyecto ambicioso, de unos cuantos metros cuadrados, poco comunes en la ciudad, se trataba de la nueva sede de parques. Y ahí me instale provisoriamente durante un poco más de un mes, solo, dibujando día y noche, mientras los arquitectos Pérez, Rocchia y Peruzzotti diseñaban, yo documentaba. De alguna manera este fue el primer trabajo

profesional que realicé en mi Patagonia, por esto y por lo bueno del producto terminado, es que le tengo un especial cariño...

De formas puras, donde la línea recta sobresale, dos alas laterales y una nace central emerge en la esquina, con la clara intención de recuperar los bordes de la manzana.

Siento que el edificio, a diferencia de su antecesor, recompone la trama urbana, haciendo ciudad, y este es un claro mensaje de los nuevos tiempos sanmartinenses, allá y en el tiempo, cuando este reducto patagónico apenas intentaba ser una aldea de montaña, los edificios se soltaban libremente entre lotes arbolados y eran puntos

## 12. PARQUES NACIONALES



## Proyecto y Dirección de Obra

Arquitectos Alberto Pérez - Elvio Rocchia - Gustavo Peruzzotti.

Fotos: Diego Scurk, arquitecto

Foto antigua edificio PNL [www.sanmartindelosandes.gov.ar](http://www.sanmartindelosandes.gov.ar)

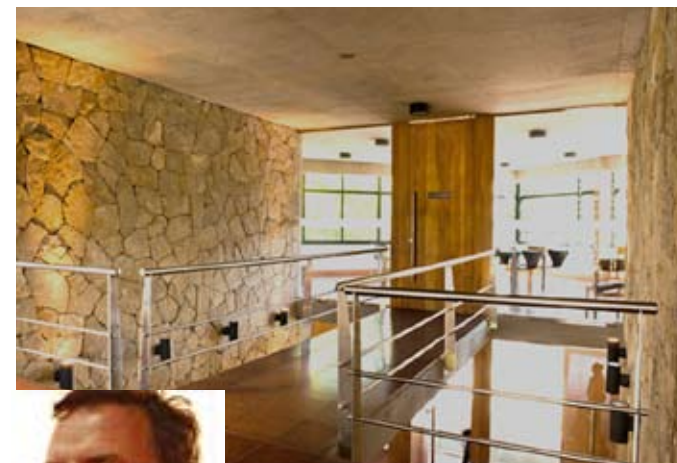
en una trama incompleta. Hoy el casco urbano se ha completado e inversamente a la década del 50, son pocos los lotes vacíos.

La nueva sede del Parque Nacional Lanín se muestra sólida, con una contundente imagen institucional, de alguna manera recrea los usos y su organización de la intendencia original, pero 40 años después, mantiene la materialidad utilizando la madera, el vidrio (antes repartido) ahora un "curtain wall" que lo muestra contemporáneo y el gesto de la piedra en su acceso tan característica de la arquitectura patagónica de aquella época donde el gran arquitecto Bustillo construyó en estas latitudes.

El sector posterior, la parte interna de la L, se completa con un parque donde los pasillos internos de circulación se llenan de sol y luz natural.

La termino de recorrer por fuera y por dentro, y al alejarme mientras camino por las apacibles calles de esta hermosa San Martín de los Andes pienso en la obra pública, que no abunda y me siento satisfecho, que en este caso sea así, que esté aquí.

autor/ Arq. Diego F. Scurk  
 mail/ [dscurk@gmail.com](mailto:dscurk@gmail.com)  
 web/ [www.sckarquitectura.com](http://www.sckarquitectura.com)  
[jimdo.com](http://jimdo.com)





# SANTOS NEÓN



## ¿Cómo empieza Santos Neón? ¿Es una empresa familiar?

El 6 de Abril de 1940, el señor, José Alberto Santos, empezó a trabajar en una fábrica de carteles en la sección laboratorio de iluminación de los tubos de Neón.

Luego, ya independizado y con la incansable colaboración de su mujer Nélida Radice, fue armando su propio taller en lo que era el jardín de su casa que con los años funcionó en familia, con sus hijos y otros colaboradores temporarios.

Con los años J.A.Santos, delega el taller a manos de sus cuatro hijos que juntos, no pudieron se-

guir el mismo camino. Se dividieron y solamente dos de ellos, continuaron la trayectoria y tradición del mismo lugar, sólo que cambiando el nombre. Lo que hasta ese momento fue J.A.Santos e Hijos en el año 1981, y hasta la actualidad, pasó a llamarse Santos Neón, con la conducción de Héctor Santos y Sergio Santos.

## ¿Cuál es el trabajo que realizan?

Desde el inicio en los '40 somos proveedores de los fabricante de carteles y en la actualidad, acompañando los cambios propios del tiempo y evolución, se hace además, mucho trabajo artísti-

co y services de cartelería de Neón, en general. Además se dictan cursos de capacitación de todo lo que al Neón se refiere.

## Describe un día de trabajo típico.

Comenzamos encendiendo la turbina que pone aire en los sopletes y abriendo las llaves de gas. Encendemos las bombas de vacío para iluminar los tubos elaborados y por elaborar durante el día.

Trabajamos con varillas de vidrio nacionales e importadas de distinta procedencia. Cada trabajo es diferente, no hay rutina.

## SANTOS NEÓN

Guiados por un plano o plantilla, se doblan las varillas de distintos diámetros de acuerdo al tamaño del texto o figura.

Si es grande será mayor, y si es pequeño, el diámetro será menor.

Posteriormente se ilumina cada pieza de vidrio, mediante el proceso de provocar vacío en su interior, para posteriormente inyectarle una milimétrica carga de gas Neón o Argón, de acuerdo al color que hayan elegido y nunca pasó, que encarguen un trabajo igual que otro, salvo que se repita porque colmó expectativas.

Nos puede pasar que haya dos textos iguales que hacer, de distintos clientes inclusive, pero seguramente serán de distinto tamaño, tipografía y quizás también de otro color.

En la sección diseño, se procesa la digitalización de toda la información de cada uno de los trabajos realizados durante el día. Así es que los trabajos realizados en Santos Neón, disponen de la reposición exacta de cada una de sus piezas lo que simplifica y asegura, la realización de service en los trabajos de cara a un futuro extenso de funcionamiento, tanto como de 50.000 horas reales, avaladas por los 103 años de existencia de la Luz de Neón, siempre y cuando, haya sido realizado y/o atendido, por entendidos responsables.



Con esta función de base, atendemos llamados telefónicos y clientes que retiran sus trabajos. También hay salidas a visitar proyectos y proveedores, o instalar, entregar o revisar, algún trabajo realizado.

### ¿Qué tipos de clientes los contratan?

Muy variado. Principalmente, desde un instalador profesional que trae un trabajo a instalar en la vía pública y en altura, hasta un particular que viene a encargar un Neón pequeño que él mismo quiere instalar en su cuarto. Dentro de esta franja, toda la variedad.

Existen dueños de comercios cansados de no haber encontrado un buen servicio de mantenimiento de su cartel, y cansados de gastar dinero en el trayecto. Productoras de cine y televisión. Canales de televisión y artistas plásticos que han

colaborado a la incorporación, del Neón en los trabajos de arte.

### ¿Cuáles son las características de los Neones. ¿Por qué los siguen fabricando?

El Neón es una luz artística, clásica, cálida, sensual.. Es luz de siempre!!.

Con su descubrimiento en el año 1910, se inventó la cartelería luminosa, que hasta el momento era pintada iluminada con antorchas o lo más moderno de la época, iluminado con lámparas clásicas Edison. Desde allí brilló siempre, y es conocida en todo el mundo por todos.

Con los años aparecieron muchas competencias pero siempre hubo Neón. Creo que siempre habrá Neón porque es una luz artística, clásica,



## SANTOS NEÓN

La palabra en el fondo del escenario y/o pasarela, más otra en el VIP para los principales invitados.

También, y como puntapié inicial de todo el proyecto, la realización de unas Alas de Neón para la apertura del desfile, lucidas por la modelo Sofía Zamolo.

### ¿Hacia dónde va Santos Neón en el 2013?

Nuestro objetivo es como siempre, colmar las necesidades de nuestros clientes, afrontando los desafíos que cada proyecto presenta en particular.

Y motivados anunciamos, que próximamente, estamos inaugurando nuestro propio local de venta y exhibición, ubicado en la Av. Segurola 292 del barrio de Floresta, en la Ciudad De Buenos Aires

cálida, sensual y de siempre, porque es una lámpara (tubo) que ilumina en sus 360° con su luz uniforme, y es la única que se puede moldear a medida en cuanto a forma y color.

### ¿Están trabajando con leds u otras luminarias?

Efectivamente, otras luminarias y en la actualidad, incorporamos la división leds, aplicada en todo lo referente a cartelería.

### ¿Cuáles son los proyectos que realizaron recientemente?

Lo más nuevo es el desfile de la revista GENTE de Punta del Este 2013.

## SANTOS NEÓN

**dirección/** Tres Arroyos 1910, Buenos Aires

**teléfono/** 11 4582 6884

**mail/** neon@santosneon.com.ar

**web/** www.santosneon.com.ar



**autor/** Creatividad Ética

**mail/** asociacion@creatividadetica.org

**web/** www.creatividadetica.org



# IDENTIDAD DE MARCA COMO PUNTO DE PARTIDA DE LAS PIEZAS DE DISEÑO



Existe una línea de pensamiento que asegura que las empresas tienen una oferta que es más amplia que sus propios productos, servicios y proyectos. En realidad venden un concepto.

Llamemos concepto, a la idea, frase o párrafo que define la oferta de una empresa o institución, da estilo a los clientes, define el tipo de comunicación, nos dice cómo deberían ser nuestros colaboradores.

La comunicación se refiere a todas las piezas y acciones que tienen como objetivo informar que la empresa/institución o sus productos o servicios, existen.

Hablamos de comunicación interna, externa, interpersonal.

Me interesa profundizar especialmente las piezas gráficas que surgen de un trabajo de un diseñador gráfico. Logo, marca, papelería, flyers. Todas deberían basarse en un trabajo consecuencia de la identidad/concepto de la marca.

Es decir que existe una relación directa entre el concepto y las piezas definidas.

Ejemplo, si hablamos de una identidad transgresora. Podemos afirmar que las piezas gráficas que van a mostrar dicha identidad, deberán representar una idea de transgresión. Es decir, a una identidad TRANSGRESORA, le corresponde una estética TRANSGRESORA.

Muchas veces los profesionales de la comunicación trabajan en relación al público objetivo solamente en lugar de trabajar pensando en el “dueño” de la marca a comunicar. Eso termina siendo un error a la hora de ser claro con el cliente o destino de mi producto o servicio.

El ejercicio es más complicado que entender quién va a consumir lo que tengo para ofrecer sino tengo que entender quién soy. El cliente es solamente una pata del proyecto, también está la impronta que el emprendedor o empresario quieren plasmar.

El diseñador que funciona como comunicador debe poder rescatar lo que surge como identidad y debe encontrar elementos válidos para que estén incorporadas en las piezas desarrolladas.

La estética, los colores, los tipos de letra, el di-

seño, las imágenes. Son los elementos que se verán afectados por la identidad en cuestión.

Crear que es un tema fácil es minimizar el proceso. Se requiere una capacidad de abstracción importante así como una posibilidad de relacionar temas con inteligencia.

## El proceso de interpretar una identidad.

Existen muchas preguntas que se pueden contestar y ayudarán al implementador a encontrar una identidad y así tener el primer paso resuelto.

- ¿Quiénes somos?
- ¿Qué dicen de nosotros?
- ¿Qué encontramos como hilo conductor en lo que hacemos?
- ¿Por dónde pasan nuestras búsquedas?
- ¿Cuál es nuestro sello?
- ¿Qué nos identifica?

De este cuestionario, surge la pieza clave para el desarrollo. Un concepto a plasmar.

Se encuentra un párrafo, una idea, una colección

## IDENTIDAD DE MARCA COMO PUNTO DE PARTIDA DE LAS PIEZAS DE DISEÑO

de palabras. Todas ellas, ayudan en el devenir del proceso que comenzará a implementarse.

La idea puede profundizarse, resumirse, pero será seguramente la base a utilizar para entender y delinear muchas de las cosas que requiere la marca.

Existen errores que se deben evitar:

Tomar ideas que no representan al principal del proyecto.

Tomar ideas que no logran diferenciar de otros proyectos.

Tomar ideas que compliquen la existencia del proyecto.

Tomar ideas que impidan avanzar al proyecto.

Estamos hablando así de una identidad como la que permite:

**IDENTIFICARNOS.**

**DIFERENCIARNOS.**

**CRECER.**

### El profesional a cargo del proceso.

Nos queda entender que el profesional que desarrollará la identidad gráfica en base a piezas de diseño tiene que cumplir algunas caracterís-

ticas que superan el conocimiento de las técnicas específicas relacionadas con el rubro.

Ya sea un diseñador gráfico, diseñador web, un diseñador industrial o comunicador similar, debe estar dispuesto a trabajar a conciencia con las consignas que se le plantean pero especialmente debe estar dispuesto a abrirse a la posibilidad de interpretar una idea y bajarla a cuestiones concretas.

Características como:

- Vuelo creativo.
- Cultura general.
- Capacidad de razonamiento.
- Buen criterio estético.
- Visión filosófica de la vida.
- Posibilidad de concreción.

Sin estas características es muy difícil poder entender el gran ejercicio que representa poder plasmar en gráfica un concepto.

Los profesionales requeridos para este trabajo ya dejan de ser exclusivamente diseñadores. Surgen filósofos, creativos y psicólogos que plasman las ideas conceptuales en diseño quizás utilizando herramientas de otros profesionales más específicos.

Los trabajos se robustecen y ya no son simplemente opciones estéticas sino procesos más elaborados que sirven como base al fortalecimiento real de las empresas y emprendimientos que están destinados a comunicar.

### El futuro.

La situación global cada vez más cambiante y más compleja hace que los profesionales estén preparados para abordar nuevas conflictivas. En este caso, el volver a las raíces y a las definiciones básicas de para quién y de quién. Hacen que se parta de un ejercicio más natural. Es decir, los proyectos se convierten en un planteo de fluidez entre lo que se dice y lo que uno es. Un ejercicio de real COHERENCIA.

autor/ Lic. Diego Bresler  
[mail/  
diego@dbconsultoria.com.ar](mailto:diego@dbconsultoria.com.ar)  
[web/  
www.dbconsultoria.com.ar](http://www.dbconsultoria.com.ar)





# CAFÉ BEBIDA ESPIRITUOSA



## CAFÉ BEBIDA ESPIRITUOSA



El café es una adicción en Italia como lo es en Argentina y en varias partes del mundo, pero esta bebida espirituosa que nos eleva y nos levanta el ánimo cuando estamos decaídos, dependiendo del país donde se tome, sus costumbres y ritmos son bien diferentes.

Nosotros tenemos una arraigada costumbre de compartir un cafecito sentados en la mesa de un bar, la excusa es el cafecito, la invitación es “juntémonos a tomar un café” y el verdadero motivo, es compartir con amigos largas charlas sentados para tratar de arreglar el mundo, se habla de amores, futbol, trabajo, política, se estudia...todo esto sólo con un café.

En Italia, esta costumbre es bien diferente. El café más popular es el ristretto, un café muy corto y fuerte que los italianos toman de pie en la barra a la velocidad de la luz. Tarda más el barista en hacer el café, que el consumidor tomarlo.

Esta peculiaridad entre otras se debe a que los italianos toman muchos café al día, es más rápido beberlo de pie para continuar con sus tareas. A su vez, en la mayoría de los bares, tomar café sentado dentro o fuera del local, cuesta mucho más caro.

El mismo ritual se celebra si entran con amigos, todos a la barra a tomar café.

El costo de un cappuccino es de entre 1,20 a 1,50 dependiendo del bar.

Si leyó bien, aunque hagamos la conversión a Euro sale más económico que acá.

Y uno piensa, como una bar del 1763 es más barato que el bar de la Estación de Retiro.

Ahora bien, otras de las asombrosas cosas que tienen los cafecitos en Italia, es que nos permiten ver la destreza de sus expertos baristas decorando, diseñando con diferentes motivos, las tazas de los clientes que han ordenado un rico cappuccino.

El barista manipula la jarrita de leche caliente con espuma como si fuera el pincel de un pintor, despliega su talento para diseñar las diferentes formas de corazón, flores, hojas, pétalos entre otros.

Como una de mis especialidades en este viaje ha sido tomar cappuccino en las más famosas y antiguas cafeterías de Torino, les comparto algunas imágenes y links de las mismas. Que las disfruten!!

Me despido, pero antes debo decirles que si

van a Torino, deben pedir su famoso “marrochino”, se sirve en una taza transparente de vidrio, se unta sus paredes con chocolate o nutella, se coloca café, espuma de leche, lo espolvorean por supuesto que con chocolate, una verdadera bomba de sabor. No se lo pierdan, no existe en el resto de Italia.

**Caffè Al Bicerín** (Del 1763)  
<http://www.bicerin.it>

**Caffè San Carlo** (Del 1822)  
<http://caffesancarlo.it>

**Caffè Baratti & Milano** (Del 1858)  
<http://www.barattiemilano.it>

**Caffè Torino** - Piazza San Carlo, 204 – Torino (Del 1903) [http://www.caffe-torino.it/Caffe\\_Torino/Intro.html](http://www.caffe-torino.it/Caffe_Torino/Intro.html)

**Caffè Mulassano** (del 1925)  
[www.caffemulassano.com](http://www.caffemulassano.com)



autor/ D.I. Verónica Ciaglia  
mail/ [asociacion@creatividadetica.org](mailto:asociacion@creatividadetica.org)  
web/ [www.creatividadetica.org](http://www.creatividadetica.org)



Por 3er. año consecutivo, se celebró en el mes de Octubre, el EIPP&D, el Encuentro Internacional de Políticas Públicas y Diseño, esta vez en la ciudad de Guadalajara, México.

Organizado por Dicen Jalisco, Creatividad Ética, Cámara de Diseño de Uruguay y la Universidad Nacional de Colombia. Creatividad Ética estuvo representada por su Coordinador de Contenidos el Dr. Luciano Rodríguez Alcalá.

Los Encuentros Internacionales de Políticas Públicas & Diseño, surgen de la necesidad apremiante de desarrollar y fortalecer en el ámbito latinoamericano la participación del diseño en los escenarios de decisión política. Procuran generar un espacio de reflexión y discusión alrededor de ese propósito, con la participación de gestores y expertos de diferentes países de la región.

El espacio propicio para que autoridades de Estado, Academia, y Empresas, accedan a experiencias de diferentes modelos internacionales de Gestión Pública del Diseño, contadas por sus principales actores.

Las dos ediciones anteriores de los Encuentros de Política Pública y Diseño, llevados a



## ENCUENTRO INTERNACIONAL POLÍTICA PÚBLICA & DISEÑO

24 · 25 · 26  
● OCTUBRE 2012  
● GUADALAJARA MÉXICO

cabo en Buenos Aires en el 2010 y Bogotá en el 2011 respectivamente, han permitido constituir una red latinoamericana de países interesados en estos temas.

El principal propósito para esta tercera edición, ha sido consolidar la Red Latinoamericana de Políticas Públicas que se constituyera durante el segundo encuentro y establecer al diseño como el eje transversal para el desarrollo social y económico de la región, siendo el sector transversal de las Industrias Creativas.

Importante será ejercer acciones en conjunto gestadas desde la red, que con la participa-

ción de actores de diversos países, evidencien los resultados de esta suma de voluntades. Buscan concientizar sobre la necesidad de impulsar la solidificación en América Latina de ciudades creativas, ciudades incluyentes.

Resulta fundamental continuar propiciando espacios de reflexión, documentación y evaluación, sobre el papel que el diseño ejerce en los escenarios de decisión política de Latinoamérica.

El IV Encuentro se llevará a cabo este año, en nuestro país hermano Uruguay con fecha aún por definir.

## MUNDO SUSTENTABLE BIOMASS BAG

Diseño de Christian Moser, Arim Kim para Ahhaproject



Es una bolsa biodegradable elaborada a partir de material de PLA (\*) que es fácil de usar.

Es una valiosa fuente de energía renovable. Visualiza la cantidad de energía potencial que contiene una sola bolsa que nos obliga a considerar los hábitos de eliminación de bioresiduos.

Apoyados en cifras estimadas de la capacidad que tiene cada bolsa en ser completadas con residuos biológicos, por ejemplo ( 100 tazas de té, 500 rebanadas de pan tostado o 1000 huevos duros), el producto alienta a los usuarios con la posibilidad de contribuir clasificando su basura antes de ser desechada.

(\*)PLA es un termoplástico biodegradable



derivado del ácido láctico. Se asemeja a poliestireno transparente, proporciona una buena estética (brillo y claridad), pero es rígido y quebradizo, y necesita modificaciones para la mayoría de aplicaciones prácticas (es decir, plastificantes aumentar su flexibilidad). Puede ser procesado como la mayoría de termoplás-

ticos en fibras, películas, termoformado o moldeado por inyección. Se utiliza para bolsas de abono, macetas, pañales y embalajes.

+ información de Ahhaproject  
<http://www.ahhaproject.com/>





## MUNDO SUSTENTABLE 360° PAPER WATER BOTTLE

Diseño de Brandimage



La botella de agua 360° de papel de Brand Image es un intento de hacer frente a 60 millones de botellas de plástico desechadas diariamente en los Estados Unidos (de los cuales el 86% se convierten en basura).

Los envases de botella son totalmente moldeados en pasta de papel con el 100% de componentes naturales. Estas botellas de embalaje puede ser fácilmente compost como una solución más natural para el envasado de botellas de agua, que comúnmente se hace de resina.

+ info de Brandimage  
[www.brand-image.com](http://www.brand-image.com)



[www.creatividadetica.org](http://www.creatividadetica.org)