



MAGAZINE

32

NEWS
COMUNIDAD DGNB
RESEARCH HM
RSE
ENTREVISTA
DISEÑO GRÁFICO
HUMOR GRÁFICO
DISEÑO DE INDUMENTARIA
DISEÑO INDUSTRIAL
DISEÑO SUSTENTABLE
ARQUITECTURA SUSTENTABLE
HECHOS & DERECHOS
TRIBUS URBANAS
TECNOLOGÍA
SOLUCIONES INTELIGENTES
MUNDO SUSTENTABLE
ARTE+
PASIÓN POR LOS LIBROS
COCINA PARA EL ALMA
COSMÉTICA NATURAL
COMUNIDAD SOSTENIBLE
FERIAS
CONCURSOS
MOVIDA CULTURAL





Buenos Aires, Enero 2016
Edición Digital
Publicación Bimestral

STAFF

editor/director:
Verónica Ciaglia

diseño:
Ignatius

colaboradores:
90+10
Agustina Ciaglia
Aleandra Scafati
Alessandra Chiti
Carolina Guariniello
Cecilia Capisano
Cinzia Ferrara
Colección SA
Daniel Dante Leonardi
Federico Raffetto
Felipe Aballay Miranda
Fundación Landrú
Gabriel Stabilito
Giancarlo Simonelli
Juan Enrique Maya
Lamacre
Luciano Rodríguez Alcalá
María Alejandra Corbo
Martin Albert Jasper
Monica Cajas G.
Nadia Constanza Villarroel
Natacha Morales
Nicolas Groba
Paula Hidalgo
Rosalía Vetrano
Sergio Scurk
Silvia Oliviero
Veronica Sordelli
Vivian Linares

Por preguntas o comentarios acerca de
CEmagazine pueden contactarse a nuestro
correo asociacion@creatividadetica.org

INDEX

- 04_NEWS / PROYECTOS PILOTOS**
- 06_COMUNIDAD DGNB / CHILE**
- 08_RESEARCH / MAKERS, HACKERS, COWORKERS**
- 11_RSE / COP21**
- 12_ENTREVISTA / YOLANDA ORTIZ**
- 16_DISEÑO GRÁFICO / BEAR IN MIND**
- 20_HUMOR GRÁFICO / CUMPLEAÑOS DE LANDRÚ**
- 21_DISEÑO DE INDUMENTARIA / BALENCIAGA & DIOR**
- 23_DISEÑO INDUSTRIAL / POLAROID SNAP**
- 26_DISEÑO SUSTENTABLE / PLANTA LÁMPARA**
- 28_ARQUITECTURA SUSTENTABLE / MEGÁFONOS**
- 30_HECHOS & DERECHOS / LA NUEVA
RESPONSABILIDAD CIVIL**
- 34_TRIBUS URBANAS / GEEK**
- 36_TECNOLOGÍA / BOTÓN A DISTANCIA**
- 38_SOLUCIONES INTELIGENTES / BABYBE**
- 40_MUNDO SUSTENTABLE / EL ACUERDO DE PARÍS**
- 44_ARTE+ / PUNTO KIWI**
- 48_PASIÓN POR LOS LIBROS / RECLAIMING CONVERSATION**
- 49_COCINA PARA EL ALMA / LABOR**
- 52_COSMÉTICA NATURAL / MAMITA**
- 56_COMUNIDAD SOSTENIBLE / CLUB DE REPARADORES**
- 59_FERIAS / PURO DISEÑO**
- 60_CONCURSOS / A' DESIGN AWARD**
- 62_MOVIDA CULTURAL / REVISTA IF**

Creatividad Ética Magazine es la revista 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.

Únete a Creatividad Ética

Y compartí con nosotros la pasión por el Diseño! Al ser una Asociación Civil sin fines de lucro tu aporte y participación son un medio importante para seguir realizando Foros, Muestras, Conferencias, Concursos de Diseño y demás acciones. Si deseas formar parte como: voluntario, unirse a nuestra comunidad, ser padrino de nuevos proyectos, sponsor y/o auspiciante, escribimos a asociacion@creatividadetica.org y un representante se pondrá en contacto con el fin de poder encontrar la mejor forma de trabajar juntos.

La Asociación Civil para la Difusión de la Creatividad en el Diseño (Personería Jurídica otorgada por Res. IGJ511 del 10 de Junio de 2008), 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.



EDITORIAL

Con ánimos veraniegos y aprovechando el tiempo que tenemos más relajados, para poder leer en los dispositivos electrónicos que estén a nuestro alcance, en esta Edición les mostramos ideas ingeniosas de estudiantes para iluminar los hogares dentro de la Selva de Perú y como disfrutar del sonido envolvente y ampliado del Bosque en Estonia.

Celebramos con emoción los felices 93 años de Landrú (Juan Carlos Colombres). El maestro Landrú, quien nos acompaña desde nuestra infancia con su humor gráfico inteligente y audaz.

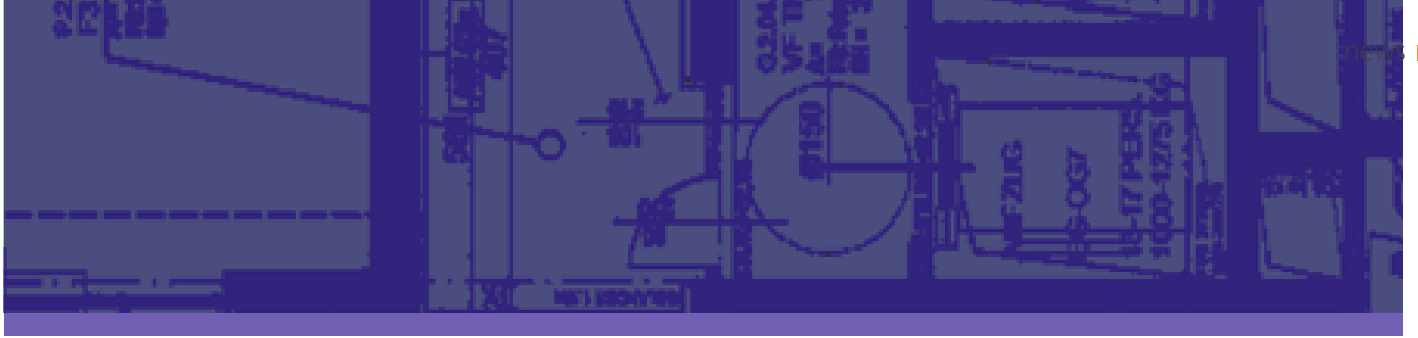
Les presentamos el Concurso Internacional A' Design Award and Competition y la convocatoria local para Puro Diseño 2016 donde podrán inscribirse para participar.

Y muchas otras novedades que deberán ir descubriendo con el avance de la lectura de la revista.

Les deseamos una buena lectura, una buena compañía y que disfruten a pleno de la vida.

D.I. Verónica Ciaglia

Editor de Cemagazine
Presidente de Creatividad Ética



DGNB - CREATIVIDAD ÉTICA CONVOCATORIA PARA PROYECTOS PILOTOS

CREATIVIDAD ÉTICA COMO PARTNER EXCLUSIVO DEL DGNB - CONSEJO ALEMÁN PARA LA CONSTRUCCIÓN SOSTENIBLE - EN EL TERRIOTIRO, LANZA LA CONVOCATORIA EN ARGENTINA Y CHILE PARA LA CERTIFICACIÓN DE PROYECTOS PILOTOS DE EDIFICIOS DE OFICINAS, ADMINISTRATIVOS, COMERCIALES, INDUSTRIALES, RESIDENCIALES, HOTELES, EDIIFICIOS DE USO MIXTO, INSTALACIONES EDUCATIVAS, HOSPITALES O DISTRITOS URBANOS.

Si está interesado en Pre-Certificar o Certificar su proyecto que esté dentro de estas tipologías de Edificios, el DGNB le ofrece una oportunidad única de un descuento especial por un tiempo limitado para poder lograrlo.

Se pueden certificar edificios de Obra Nueva (hasta 3 años después del final de obra) o Edificios Existentes (a partir del 3er. año después del final de obra).

¿PORQUÉ CERTIFICAR CON EL SISTEMA DGNB?

- Ventajas para propietario, desarrollador o inversor inmobiliario / Valor agregado. Menores riesgos.
- Ventajas para los planificadores y arquitectos / Una planificación más eficiente. Menos tiempo y esfuerzo.
- Beneficios para los usuarios / Mejor calidad de vida. Disminución de gastos de mantenimiento y expensas.

Si desea mayor información de cómo pre-certificar o certificar su Proyecto o Edificio, comuníquese a:

dgnb.argentina@gmail.com

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

[//dgnb-system.de/en](http://dgnb-system.de/en)

COMUNIDAD DGNB
CHILE

DGNB System

LOS EDIFICIOS, DESDE LOS MÁS PEQUEÑOS HASTA LOS MÁS ALTOS RASCACIELOS, SON RESPONSABLES DE GRAN PARTE DEL CONSUMO ENERGÉTICO DE NUESTRO PLANETA, Y POR LO TANTO, DE UN IMPORTANTE PORCENTAJE DE LAS EMISIONES DE CO2 CONTAMINANTES. ESTE IMPACTO AMBIENTAL CAUSADO POR LAS EDIFICACIONES CONTRIBUYE A UNA DESTRUCCIÓN PROGRESIVA DEL PLANETA, Y FRENTE A TAN COMPLEJO ESCENARIO SE PROMUEVEN LOS DENOMINADOS EDIFICIOS “VERDES” O “GREEN BUILDINGS” COMO UN ALTERNATIVA A LA NECESIDAD DE EDIFICAR.

Autor | Arq. Paula Hidalgo M.
Gerente PMG Research

La Construcción Sustentable se ha definido como “Edificaciones que generan valor al mejorar la calidad de vida de las personas, equilibrando los aspectos sociales, económicos y medioambientales, a lo largo del ciclo de vida de la edificación”, entendiendo que el valor agregado conlleva a una mejor habitabilidad, mejor precio de venta y arriendo, menor impacto ambiental y menor costo de operación y mantención, entre otras características propias de una edificación sustentable.

Chile hoy está a la vanguardia en construcción sustentable y así lo demuestran las cifras de proyectos en proceso de certificación LEED®, 318 (fuente USGBC). El mercado chileno ha apostado por una construcción sustentable certificada, dado los beneficios que otorga tener una certificación. Un proceso de certificación provee la revisión de un tercero que evalúa si el edificio cumple con los estándares básicos de sustentabilidad, como son ¿Cuánto ahorra de energía? ¿Cómo ahorra el uso de agua potable? ¿Cómo contribuye a revitalizar a la comunidad? ¿Cómo entrega espacios sanos a los ocupantes?. En Chile se pueden aplicar tres tipos de certificaciones, CES (Certificación chilena, Certificación Edificio Sustentable, DGNB System (Certificación alemana en proceso de adaptación al mercado chileno) y LEED® (certificación norteamericana, Leadership in Energy & Environmental Design). Durante el mes de mayo del año 2015, constituimos un Comité técnico con actores relevantes en temas de construcción sustentable para emprender el proyecto de

adaptación a nivel local del Sistema DGNB alemán. Asimismo, empezamos con la difusión de las particularidades del sistema en comparación con LEED y CES, donde el concepto de sustentabilidad del Sistema DGNB tiene una base amplia y va más allá del conocido modelo de tres pilares (medioambiental, económico y social). El Sistema de DGNB considera todos los aspectos clave de la construcción sustentable, aspectos ambientales, económicos, socioculturales y funcionales, tecnología, procesos y el lugar. Las primeras cuatro secciones de calidad tienen el mismo peso en la evaluación. Esto significa que el sistema DGNB es el único que da importancia tanto al aspecto económico de la construcción sustentable como a los criterios ecológicos. Las evaluaciones se basan siempre en el ciclo de vida completo de un edificio, y por supuesto se enfocan en el bienestar del usuario. Otro aspecto destacable del sistema DGNB no evalúa las medidas individuales, sino que evalúa el rendimiento global del edificio. Esta visión del sistema DGNB nos permitió participar activamente en el desarrollo de la **Guía de Desarrollo Sustentable de Proyectos Inmobiliarios**, apuntando a la construcción sustentable como una manera de crear valor en los proyectos inmobiliarios, y a la necesidad de generar un marco de referencia para la generación y promoción de sus características. El documento es una iniciativa enmarcada en el Programa de Innovación en Construcción Sustentable de CORFO-CDT (Corporación de Desarrollo Tecnológico de la Cámara Chilena de la Construcción).



Asimismo, podemos destacar la participación en el desarrollo del Manual para la Implementación de Etiquetado - Análisis Ciclo de Vida para Productos de Construcción, un proyecto desarrollado en el marco del Convenio firmado entre el Ministerio de Vivienda y Urbanismo (Minvu) y el Instituto de la Construcción, donde la visión del análisis de ciclo de vida de la edificación logra impulsar la realización de declaraciones ambientales de productos.

Otro hito destacado, se realizó durante el trabajo de Consultoría para construir la hoja de ruta del Programa Estratégico "Productividad y Construcción Sustentable" coordinado por Corfo, el cual busca mejorar la productividad en la industria de la construcción de edificaciones del país para los próximos 10 años, incorporando la sustentabilidad como factor primordial para optimizar el valor del activo inmobiliario; reducir costos de operación, generar edificaciones de mejor estándar y crear conocimiento asociado para un mercado global. Lo anterior, fortaleciendo la cadena de valor principalmente a través

de la coordinación y articulación de actores, provisión de bienes públicos, generación de innovación y mejoras regulatorias, propiciando a la vez un cambio cultural en torno al valor de la sustentabilidad. En este marco el DGNB System es una herramienta de buenas prácticas que permite responder a los desafíos planteados.

Asimismo, participamos en el proyecto del listado de atributos de sustentabilidad para ser implementado próximamente en la ficha de publicación de proyectos del Portal inmobiliario.com. Y por último, hemos apoyado una versión de CES que pueda aplicarse a hospitales, ya que la versión actualmente vigente sólo incorpora establecimientos de salud de baja complejidad, y el principal desarrollo de infraestructura del Ministerio de Salud en los próximos años se orienta a hospitales, cuya complejidad es mayor.

Otros hechos relevantes durante el año son el acuerdo con CAMCHAL (Cámara Chileno-Alemana de Comercio e Industria) para publicaciones en su web, la colaboración de Chile Green Building Council para promover el sistema una vez se adapte a nivel local y el acuerdo con ASHRAE Chile para la realización de charlas y talleres en construcción sustentable.

Desde el punto de vista de la comunicaciones, tenemos un Facebook, DGNB Comunidad en Chile y realizamos un reportaje especial con La Segunda.

+ info del autor
paula.hidalgo@pmgchile.com
www.pmgchile.com



INNOVACIÓN MEDIANTE LA EXPERIENCIA

Herman Miller explora como los espacios de aprendizaje están evolucionando para soportar a los estudiantes y sus diferentes formas de interactuar y aprender.

El acceso universal a Internet y los avances en la industria manufacturera han democratizado la innovación, la creación de un nuevo controlador para la economía.

Para prosperar en esta economía, la gente tiene la oportunidad de jugar, crear(hacer), deconstruir (hackeo) y de trabajar en red (Cowork).

Las instituciones académicas tienen la oportunidad de preparar a la próxima generación de innovadores mediante la designación de espacios de aprendizaje para hacer, deconstruir y trabajar en red.

Los espacios de innovación más eficaces combinan las tres actividades en un sitio céntrico que es accesible a todo el mundo.

¿CÓMO LAS PERSONAS SE CONVIERTEN EN INNOVADORES?

En la economía actual, existe un enfoque práctico. Una creciente comunidad de creadores, hackers, y coworkers están creando una cultura emergente de "aprender haciendo" que está cambiando la forma en que los futuros trabajadores aprendan a innovar.

Como las escuelas preparan a la próxima generación para participar en esta economía de hacer, que están creando un nuevo tipo de espacio de aprendizaje donde los estudiantes pueden participar en una combinación de práctica en los procesos y la creación de redes para llevar sus ideas a la vida.

Para entender mejor este cambio, los investigadores de Herman Miller aprovecharon los puntos de vista de la investigación previa de Herman Miller sobre el Futuro del Aprendizaje, recorrieron los campus universitarios, y entrevistaron al sector académico y a las empresas líderes de opinión.

LOS INGREDIENTES DE LA INNOVACIÓN

Nuestras investigaciones preliminares revelaron que los estudiantes están buscando espacios que apoyen una nueva experiencia de usuario / alumno. Makerspaces y hackerspaces fueron apareciendo en los campus académicos, proporcionando oportunidades para los usuarios capacitados para participar en una serie de actividades de bricolaje para el intercambio de ideas para el diseño,

construcción y desarrollo de prototipos de nuevos productos. Más adelante en la investigación, se hizo evidente que las actividades de coworking comparten atributos con actividades de los hacedores y de los deconstructores, por lo que los espacios de coworking se añadieron al estudio.

MAKERS

Innovan a través de retoques. La actividad de hacer combina el modelo de Internet de innovación con las herramientas de fabricación, resultando en un acceso mucho más amplio a las herramientas necesarias para hacer las cosas. Esto abre la posibilidad de retocar, diseñar y crear prototipos para el floreciente novato innovador y creativo. Con una computadora, cortadora láser, y una impresora 3D, cualquier persona puede aprender a hacer un producto en un período relativamente corto de tiempo con un mínimo de recursos. Las herramientas y actividades disponibles en makerspaces permiten a

COWORKERS

innovan a través del networking. Espacios de coworking proporcionan un entorno de trabajo compartido para personas de diferentes backgrounds y áreas de experiencia. El valor del movimiento coworking está en la comunidad que se forma dentro de los entornos de trabajo compartidos donde los estudiantes y creativos trabajan uno junto al otro, aprendiendo unos de otros, y construyendo fuertes redes de conocimiento y creatividad.

¿CUÁLES SON LAS CONEXIONES A LA TEORÍA DEL APRENDIZAJE?

La teoría del aprendizaje nos dice que prosperar en una economía creadora requiere una capacidad para el aprendizaje permanente caracterizada por disposiciones transversales de curiosidad, resiliencia, resolución de problemas, auto-dirección y auto-evaluación. También sabemos que hay una correlación directa entre el aprendizaje

También observamos algunas lagunas importantes entre la Teoría del Aprendizaje y los espacios de innovación. Mientras los teóricos sugieren que el proceso de decisiones es una "puerta de entrada a un compromiso más profundo" entre los usuarios de una variedad de disciplinas, ninguno de los espacios que estudiamos estaban ubicados en el centro del campus, donde podrían ser accesible y accesible a los estudiantes de todas las disciplinas. Por el momento, no existe un marco establecido para la planificación de una ubicación céntrica, el espacio en el campus de innovación que podría beneficiar a todos los estudiantes, y la falta de evidencia empírica para apoyar los beneficios de espacios de innovación en el campus pueden crear obstáculos para los proyectos futuros.

INNOVACIÓN MEDIANTE LA EXPERIENCIA REMODELACIÓN DE ESPACIOS DE APRENDIZAJE PARA MAKERS, HACKERS Y COWORKERS, UNA CULTURA EMERGENTE DE "APRENDER HACIENDO"

los usuarios ampliar sus horizontes creativos, probar nuevos proyectos, y construir nuevas habilidades en un ambiente seguro que admite los errores.

LOS HACKERS

innovan a través de la deconstrucción. El hacking es una forma de jugar con el objetivo de entender cómo funciona algo. En hackerspaces de hoy en día, las personas con intereses similares pueden reunirse para trabajar en proyectos; deconstruir y reconstruir computadoras, electrónica y equipo; compartir conocimientos; y colaborar en las ideas, lo que conduce a mejores invenciones e innovaciones. Hackerspaces podrían considerarse como pre-modelos de espacios de coworking de hoy.

efectivo y la experiencia de la construcción de un producto significativo. Por otra parte, se ha demostrado que los encuentros con herramientas pueden promover la auto-descubrimiento y la nueva forma de pensar, que apoyan la innovación social y la tecnológica.

Hemos estudiado los espacios del hacedor, del hacker y del coworker para apoyar estos conceptos en varios aspectos importantes. En primer lugar, fueron creados específicamente para el aprendizaje práctico, con herramientas y mentores disponibles dentro del espacio. En segundo lugar, proporcionan oportunidades para que personas de ideas afines y diversas de construir una comunidad de estudiantes. Por último, crean un ambiente donde el profesor puede convertirse en el alumno y el alumno puede llegar a ser el maestro.

+ info

www.hermanmiller.com/research/research-summaries/innovation-through-experience.html

ACERCA DE HERMAN MILLER®

Es una de las empresas americanas más reconocidas y admiradas en el mundo por su excelencia en su diseño y calidad de sus innovadores productos para hogar, oficina y equipamiento de salud. Siendo además, una empresa líder en el cuidado del medio ambiente y apoyo a la comunidad.

ACERCA DE COLECCIÓN S.A.

Colección S.A. es licenciatario y distribuidor exclusivo de Herman Miller® Inc. (USA) desde 1962 para Argentina, que posee su Know How para producir sus originales y auténticos diseños en el país.

 **HermanMiller**

producto/
SAYL® Chairs

diseño/
Yves Béhar



Desde 1962 Licenciario & Distribuidor Exclusivo
con el Know How de HermanMiller® en Argentina

 **Colección**

Paraguay 1180, Buenos Aires,
Argentina. Tel. +5411 4816 2270
www.coleccion.com



UN PRIMER PASO HACIA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CLIMÁTICA

Autor | Alejandra Scafati
Fundadora de Ecomujeres

Para aquellos que no conocen con profundidad el concepto de cambio climático, aclaremos en forma simple que, a raíz de un aumento acelerado de los llamados gases de efecto invernadero, que se expresan en unidades de dióxido de carbono (CO₂) y que se acumulan en la atmósfera, estos impiden que las radiaciones infrarrojas que emite el planeta al calentarse, puedan salir hacia el espacio. Esto hace que la temperatura del planeta suba por el efecto invernadero que se genera. Si bien estos gases, son gases que siempre han estado presentes en la atmósfera y son necesarios para la vida, el problema, según el consenso científico, es que las actividades humanas basadas en combustibles fósiles, han contribuido a romper el equilibrio ecosistémico y atmosférico existente. Según la Organización Meteorológica Mundial, la concentración de CO₂ en la atmósfera alcanzó en 2014 las 398 partes por millón (ppm), antes de la Revolución Industrial cuando se comenzó a utilizar el combustible fósil aceleradamente, era de 278 ppm. El impacto que genera un

mayor calentamiento planetario, es que con el aumento de la temperatura, se generan grandes deshielos y con ello aumenta el nivel del mar, como también repercute directamente sobre los fenómenos climáticos haciéndolos más extremos, por ello vemos con más frecuencia: inundaciones, sequías y ciclones.

El tratado era fundamental para contener este calentamiento. Si bien no es suficiente, es un primer paso. Y lo más importante del acuerdo es que de los 195 países que participaron, 186 ya se han comprometido, e inclusive se acordó revisar los compromisos hacia el 2020 nuevamente, nunca para abajo, sino siempre para arriba. Específicamente, los países firmantes se comprometieron a "hacer esfuerzos" entre todos por limitar el calentamiento global a 1,5 grados centígrados, más allá de los compromisos individuales por país. En la versión Kioto, el compromiso era no aumentar la temperatura más de 2 grados centígrados hacia el 2020. La métrica actual, es mucho más ambiciosa y

nos da mayor certeza de empezar a pensar en economías bajas en carbono.

Otra novedad importante, es que la responsabilidad es para todos en vez de para algunos. En el modelo previo, previsto en el Protocolo de Kioto, los únicos países obligados a reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero, eran los países desarrollados. El acuerdo de París, es el primero que logra comprometer a todos los estados firmantes a tomar medidas contra el calentamiento global, entendiendo que sí existen responsabilidades diferentes históricas, pero que hoy todas las partes deben comprometerse en la lucha por el cambio climático, aunque sea fijando sus propias metas de reducción y control de emisiones. Si bien el tratado no prevé penalizaciones a quienes incumplan, obliga a todos los estados a informar sobre sus avances en la materia, estableciendo así, un incentivo para que los gobiernos honren su palabra.

+ info del autor
ascafati@ecomujeres.com.ar

ENTREVISTA YOLANDA ORTIZ

“PASAR DEL EGO CIUDADANO AL ECO CIUDADANO”



LA EDUCACIÓN AMBIENTAL ES EL COMPONENTE DE MAYOR VALOR ESTRATÉGICO PARA EL CAMBIO

EN ESTA OPORTUNIDAD DESEO PRESENTARLES LA ENTREVISTA REALIZADA A UNA GRAN MUJER, POR SU SENCILLEZ, PENSAMIENTOS, FORTALEZAS Y SU VISIÓN, RESPECTO DEL MEDIOAMBIENTE.

Autores

Romina Mariana Andelique
Directora General Bioproyectual

Verónica Ciaglia
Presidente de Creatividad Ética

YOLANDA ORTIZ, UNA APASIONADA MUJER DE 89 AÑOS QUE CREYÓ Y CONTINÚA TRABAJANDO FUERTEMENTE PARA QUE TODOS VOLVAMOS A CONTACTARNOS CON LA NATURALEZA Y QUE ASUMAMOS NUESTRA RESPONSABILIDAD COMO HABITANTES DEL PLANETA. LIC. EN CIENCIAS QUÍMICAS, FUE LA PRIMERA SECRETARIA DE RECURSOS NATURALES Y AMBIENTE HUMANO DE LA ARGENTINA Y DE LATINOAMÉRICA DURANTE EL SEGUNDO MANDATO DEL GOBIERNO DE PERÓN Y EX CANDIDATA A DIPUTADA NACIONAL POR LA DEMOCRACIA CRISTIANA.

De mente audaz, brillante con una calidez humana increíble y una serenidad contagiosa al responder cada una de las preguntas realizadas durante nuestra entrevista que realizáramos junto a la paisajista y activista Romina Andelique, quien ha organizado y sugerido este maravilloso encuentro.

Es el sábado anterior a la navidad y desde un quinto piso del barrio de Belgrano con una vista increíble de las copas de árboles frondosos a la espera del verano que comenzará en pocos días, aparece Yolanda una mujer pequeña con una mirada potentemente emotiva. Con té de por medio, comienza nuestra entrevista que transcribimos aquí y que compartimos con gran placer con Uds. Que la disfruten.



¿CÓMO EMPIEZA SU AMOR POR EL MEDIO-AMBIENTE?

Yo soy tucumana y el Jardín de la República como se lo denomina me creó un escenario que me marcó para toda la vida, que realmente justifica la presencia de la declaración de los filósofos que hay que ser muy ignorante para no entender la belleza de la creación. Es decir no ser feliz es ser ignorante. Entonces eso me llevó a buscar de qué manera, porque había tanto desfasaje de lo que veía en la vida cotidiana que tenía que trabajar mucho para ver cambiar ese entorno que nos diera una mejor calidad de vida y un bienestar mayor.

¿CUÁLES SON LAS FORTALEZAS DE YOLANDA ORTIZ, CUAL ES SU FUERZA INTERIOR?

Que yo disfruto, que yo tengo pasión, que me siento realizada cuando consigo cambiar un poquitito la mentalidad.

COMO PRIMERA SECRETARIA DE MEDIO AMBIENTE QUE TUVO LA ARGENTINA Y LATINOAMÉRICA EN 1973, ¿QUÉ COSAS HIZO O HUBIESE PODIDO HACER PARA EVITAR PARTE DE LA CRISIS DEL CAMBIO CLIMÁTICO ACTUAL?

Era muy difícil empezar a encarar una nueva visión de la vida cuando no teníamos ni demasiado presupuesto, y que además tampoco en Argentina y en Buenos Aires era difícil encontrar gente que quisiera enseñar lo que

ENTREVISTA YOLANDA ORTIZ

había aprendido, que quisiera participar, eso no existía. Es por eso que yo decidí ir a buscar esos conocimientos y entonces traté de lograr una beca en Francia, eso me ayudó muchísimo porque estuve en el 1967 y 1968. Y como vivía enfrente a La Sorbonne pude participar plenamente de mayo francés. Creo que eso fue una preparación de alguna manera para tareas más importantes. Pero era necesario multiplicar formadores, no todos se habían dado cuenta que estábamos en otra era.

¿CUÁL ES SU VISIÓN DE CÓMO DEBIERAN SER LAS POLÍTICAS AMBIENTALES EN NUESTRO PAÍS Y EN EL MUNDO?

Tiene que tener en cuenta esta visión. Tiene que tener en cuenta que esta visión que Perón supo entender muy bien, no era un problema más, sino que era "el problema" que podría poner en peligro el planeta mismo. Entonces las políticas tenían que estar integradas. Debemos tener en cuenta que hay multimiradas que están interaccionando, que existe lo múltiple en la unidad que yo necesito como decía Pascal(*) necesito conocer el todo para conocer las partes. Conocer las partes para conocer el todo.

"VALE MÁS SABER ALGUNA COSA DE TODO QUE SABERLO TODO DE UNA SOLA COSA."
BLAISE PASCAL

¿QUÉ NOS FALTA A LOS SERES HUMANOS PARA COMPRENDER QUE SOMOS PARTE DE UN ECOSISTEMA?

Un despertar. Uno que vea que está con actitud responsable, cuando uno sabe, conoce debe tomar las riendas. Son cosas sencillas, en la medida que pensamos ponernos en lugar del otro. Amor, pasión. Por eso seguimos a todo lo ambiental con una externalidad no se toma el cambio.

**ENTREVISTA
YOLANDA ORTIZ**

MUCHOS CREEN QUE EL CAMBIO CLIMÁTICO NO ES TAL, NO ES GRAVE, LO MINIMIZAN, ¿QUÉ PIENSA UD. AL RESPECTO?

Yo creo que nosotros con todo lo que criticamos en el enfoque que hubo en una forma de ver, de simplificar realmente eso sigue y aún hoy se da en el estudio de la salud, donde se toma corazón, el hígado, el intestino no como un todo como una integralidad como se da en la realidad. No llegamos a encontrar un hilo conductor que nos lleve a trabajar con el paradigma de la complejidad que es más cerca a la realidad. Por eso es importante que se tome en cuenta que no es un cambio cualquiera. Es un revolución mental que empieza por la necesidad de cambiar nuestro Ego, no porque lo vamos a hacer desaparecer sino que vamos a tratar de suministrar más Eco. En esto tenemos que trabajar más, poner más en ejercicio la interdisciplina y nos está faltando más formadores de formadores. Porque la educación ambiental es el componente de mayor valor estratégico para el cambio.

SI TUVIERA LA OPORTUNIDAD DE EJECUTAR ACCIONES MEDIOAMBIENTALES DIRECTAS EN COMUNIDADES, GOBIERNOS, INSTITUCIONES EDUCATIVAS, ¿QUÉ HARÍA EN ARGENTINA?

Yo pondría en práctica un sistema de trabajo dando lugar a que la gente de más vuelo a su creatividad. Tratando de ser abierto y además tener en cuenta que si bien se dice que hay en la vida prosa y poesía tendríamos que poner más poesía que neutralice a veces tanta pobreza en la enseñanza cuando tenemos tanto buenos maestros. Porque la sociedad está necesitando un cambio profundo. Y sin pasión no se puede defender, lo que no se quiere.



¿CUÁLES SON LOS PILARES MÁS IMPORTANTES EN LAS POLÍTICAS MEDIOAMBIENTALES?

Tienen que ser: la democracia, con el ejercicio pleno de los derechos y en lo demás ser un co-pilotaje con la naturaleza. Pasar del Ego Ciudadano al Eco Ciudadano y el ejercicio pleno de cada necesidad para lograr el desarrollo sustentable.

Lo importante es la participación ciudadana y poner la evaluación de esos cambios cuando se empiecen a dar. Cada uno hace un aporte cuando hablo de la democracia, la política da lo mejor que puede dar pero cuando se corrompe da lo peor entonces de allí que sea importante que retome el buen rumbo. La éti-

ca para mí es fundamental. Cuando hablo en el discurso propongo estos cuestionamientos, los científicos toman los problemas pero son los hombres políticos que los pueden traccionar para resolverlos. Ellos tienen un rol muy importante y la participación del ciudadano y ahí estamos un poco más fuertes.

¿CREE QUE SÓLO LOS GOBIERNOS PUEDEN APROPIARSE DE UNA POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL O QUE EL PÚBLICO GENERAL PUEDE REALIZAR ACCIONES A FAVOR DEL MEDIOAMBIENTE?

Es que los gobiernos tienen todos los mecanismos preparados si estuvieran bien llevados para lograr sus objetivos pero no

hay ningún control. Yo creo que tiene que haber una participación mucho mayor. ¿Y como podría ser la participación de un ciudadano por ejemplo?. Un ciudadano que pueda trabajar por barrio y por edificio, para proyectos concretos por ejemplo.

HABIENDO VIVIDO EN VARIOS PAÍSES Y MUCHAS CIRCUNSTANCIAS DIVERSAS COMO MAYO FRANCÉS ¿CÓMO VE LA HUMANIDAD DE HOY A DIFERENCIA DE LAS DÉCADAS PASADAS?

Con mucho para decantar y con la angustia que perdimos mucho tiempo, pero también con tecnología que nos puede ayudar mucho con la condición de que tengamos claro que tenemos que cambiar. Y tal vez una de las primeras cosas a realizar es tratar de ser más humilde, quizás empezando a ser más humilde pero utilizando toda la tecnología junto con la creatividad pero sobre todo con mayor espiritualidad que se le ha restado siempre importancia.

¿QUÉ COSAS LE GUSTARÍA HACER QUE TODAVÍA NO HA PODIDO REALIZAR AÚN?

La concreción de algunas de estas cosas antes mencionadas.

LUEGO DE SU EXTENSA VIDA PROTEGIENDO Y DIFUNDIENDO LAS BUENAS PRÁCTICAS MEDIOAMBIENTALES, ¿CUAL DESEA QUE SEA SU LEGADO PARA LA COMUNIDAD?

Yo quiero que sepamos tener un hilo conductor que me permita desarrollar e ir al elemento, que me permita mejor abordaje. Sobre todo ponerme en el lugar del otro, con mucho amor porque si pensamos que todo lo puede la civilización estamos equivocados.

Luego de las preguntas anteriores le consultamos a Yolanda, si deseaba explayarse más en algún tema, si quedaban conceptos, opiniones, etc. que deseaba agregar y estos son:

ESPIRITUALIDAD & MEDIOAMBIENTE

es un hallazgo que la espiritualidad esté alineada con el cuidado del medioambiente.



ENTREVISTA YOLANDA ORTIZ

a necesidades con criterios integrales para que sean sustentables. Además es divertido. Las cosas que nos permite el cansancio o el hecho de haber repetido esto en la vida a lo mejor tantas veces es como un ejercicio que te pone realmente en el lugar de no saber. Lo que sí vamos aprendiendo es el caos. Lo podemos ver junto al desorden y la organización. No necesitamos tener sólo lo bueno porque lo que no es bueno tiene posibilidad de mejorar y también nos hace más abiertos.

Que se haya nombrado al Rabino Sergio Bergman como nuevo Ministro de Ambiente porque va a tomar la espiritualidad como base, como eje conductor. Además, la Encíclica Laudato Sí del Papa Francisco está llena de espiritualidad que brilla por su ausencia en la formación de los educadores. No hay mucha espiritualidad y hay que seguir al pie de la letra toda su riqueza porque nos va a ayudar a ahondar en una efectiva relación sociedad-naturaleza porque está faltando sociedad-naturaleza.

MEDIOAMBIENTE COMO UNA MELODÍA

Me gustaría o sería interesante que esto sirva para que la gente la descargue como si fuera una melodía. Como un inicio de algo pero que tienen que seguir ellos participando, que lo importante es lo que la melodía nos tiene que decir, a partir de esto que es solamente un toque. Son como las primeras notas a tocar, todo lo demás que se puede decir lo tienen que aportar.

DESARROLLO SUSTENTABLE

Tenemos que trabajar todavía sobre desarrollo sustentable y encontrar la unión que hay entre el hombre con la tierra que vuelve, de esto no se habla, de la muerte de todos los minerales. Lo que importa es como tratar lograr un desarrollo sustentable que responda

INTEGRACIÓN

Tener en cuenta la forma de encarar los problemas con la integración de los problemas. Esto es más difícil de lo que pensamos porque cada uno se encierra en su especialidad y para el uso racional de todas las materias, necesitamos el trabajo integral de todas las materias. No se puede estudiar el agua sola, porque el agua no está nunca sola.

REFLEXIÓN

Debemos recordar siempre que el valor del conocimiento es el instrumento más valioso. El valor del conocimiento es lo máximo que te queda. Cuando uno desconoce, está distante. Cuando uno sabe debe tomar las riendas y hacer algo. Yo creo que son cosas sencillas, en la medida que pensamos. Ponerse en el lugar del otro y tratar de que se ponga, amor, pasión, un cambio. Para no tratar de seguir la cuestión ambiental como una externalidad. El cambio requiere mucho valor. Lo importante es ponerse en camino y evaluar dichos caminos

+ info de los autores
rominadel04@gmail.com
veronica.ciaglia@creatividadetica.org

BEAR IN MIND Y UNA BUENA CAUSA



1



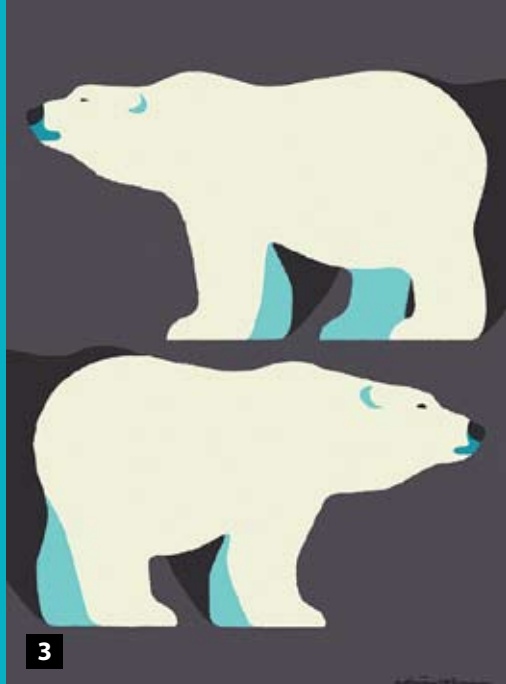
Socios WBS
(Kelly Mackenzie y Martyn Garrod)

EL PASADO 3 Y 14 DE DICIEMBRE DE 2015, EL ESTUDIO WHITE BEAR NOS INVITÓ A COOPERAR CON LA FUNDACIÓN WORLD WILDLIFE (WWF) DURANTE LA ÉPOCA FESTIVA, EN AMBAS FECHAS DURANTE LA NOCHE REALIZÓ UNA EXHIBICIÓN DE ILUSTRACIONES, PRESENTANDO OBRAS DE ARTE CON EDICIÓN LIMITADA CREADAS POR EXCLUSIVOS ARTISTAS Y DISEÑADORES A NIVEL MUNDIAL, PARA AYUDAR A WWF.

Autor | Monica Cajas G.
Voluntaria de Creatividad Ética en el área
de Comunicación & Contenidos

2





3

El concepto de esta iniciativa fue concebido por el Estudio White Bear (Londres - Inglaterra), que tomó inspiración para el nombre de su estudio del psicólogo Norteamericano Daniel M. Wegner, conocido por desarrollar la investigación del proceso de pensamiento del oso polar (Ironic process theory o White bear problem), el cual se refiere a que una vez que una idea queda plantada en nuestro pensamiento, todo lo que podemos pensar después está relacionado con esa idea; él descubrió esta teoría con rigurosos tests y experimentos donde les pedía a las personas que participaban no pensar en un Oso polar, naturalmente ellos no podían hacer lo que él les pedía.

Con esta inspiración base, se complementa el objetivo principal del estudio en cuanto a su trabajo profesional y lo que intenta hacer con el proyecto Bear in Mind, donde la idea es plantar semillas sugerentes sobre diversos temas con el fin de hacer una contribución positiva, con una serie de eventos donde se trata de educar y concientizar a las personas sobre temas con sensibilización social a través de medios creativos y adicionalmente se recaudan fondos que van a ser destinados a la WWF.

Cada año nuestro planeta está perdiendo cientos de especies únicas, los osos polares han sido una de ellas, dependen del hielo del Ártico para cazar y alimentar a sus crías pero ese hielo se está reduciendo, con estos eventos se intenta hacer algo pequeño para proteger a los osos polares y su hábitat apoyados por la WWF; Todos los involucrados en esta causa, han donado su tiempo y trabajo en forma gratuita.

Las imágenes realizadas para el evento son de edición limitada y fueron creadas por 25 ilustradores y diseñadores como Noma Bar y Jean Jullien, que se vendieron por una sola noche en Londres y Dublín; cada ilustrador elaboró un dibujo / boceto / pintura, donde interpreta la imagen de su propio oso polar en respuesta al cambio climático, esta exhibición fue de valioso interés para personas amantes del arte y del diseño, o personas que buscaban comprar un regalo especial esta Navidad ayudando a una buena causa; sólo contaron con una edición de 10 impresiones por cada ilustración.

LOS 25 ARTISTAS

Noma Bar: Diseñador gráfico nacido en Israel, ilustrador y artista. Su trabajo ha aparecido en varios medios y publicaciones incluyendo: Time Out London, BBC, Random House, The Observer, The Economist y Wallpaper. Bar ha ilustrado más de 60 portadas de revistas, ha publicado más de 550 ilustraciones y ha editado dos libros de su trabajo. El trabajo de Bar ha sido reconocido mundialmente, ganando varios premios de la in-



4



5



6

Josh Brill 1

Jerome Monoeil 2

Adrian Johnson 3

Claire Brennan 4

Claudine O'Sullivan 5

Jean Jullien 6

BEAR IN MIND Y UNA BUENA CAUSA

dustria, el más reciente y prestigioso premio que recibió fue el Yellow Pencil Award en los D&AD Professional Awards 2012 por su serie de portadas para Don DeLillo, creadas con el estudio de diseño It's Nice That de Londres. www.nomabar.com

Jean Jullien: Un diseñador gráfico francés que vive en Londres; su trabajo ha aparecido en varias publicaciones incluyendo Télérama, Le Nouvel Observateur, The New York Times y The Guardian, y en su lista de clientes se incluyen Pompidou Centre, Universidad de Yale y Nike. En referencia a los ataques terroristas de Noviembre del 2015 en París, Jullien creó una variación del clásico símbolo de la paz, haciendo referencia a la Torre Eiffel, la imagen se volvió viral en las redes sociales y en las portadas de periódicos alrededor del mundo que afirmaban solidaridad ante este ataque terrorista. También publicó un dibujo en solidaridad luego del tiroteo en Charlie Hebdo en Enero del 2015 y el Estudio White Bear está feliz de que Jullien haya elegido formar parte del proyecto Bear in Mind, otra contribución positiva para la WWF. www.jeanjullien.com

Adrian Johnson: Artista gráfico e ilustrador Inglés; es conocido por su obra gráfica económica muy elaborada. Su trabajo ha sido exhibido en Londres, New York, Los Ángeles y Tokio, ha creado trabajos para marcas como Adidas, American Express, Coca Cola, The Economist, Eurostar, The Guardian, IBM, Monocle y Volkswagen. www.adrianjohnson.co.uk

Josh Brill: Nacido en Norteamérica, criado en Portland, Maine; su trabajo artístico y colaboraciones han sido presentadas en Habitat, Ace Hotel, Instituto de arte contemporáneo de Portland, Museo de Arte de San Diego, Fabrica's Annex y 1ero de Mayo Rebot 2005. www.joshbrill.co

Además el evento también contó con las ilustraciones de:

Claudine O'Sullivan, Irlanda
www.claudineosullivan.com

Colm Brennan, Irlanda
www.moseharper.tumblr.com

Claire Brennan, Irlanda
www.brennanandstevens.ie

Niamh Purcell, Irlanda
www.behance.net/niamhpurcelldraws

Billy Clark, UK
www.billyclark.org

Telegramme, UK
www.telegramme.co.uk

Chris Anderson, UK
www.andoillustrates.co.uk

Emily Tan, UK
www.emilytan.co.uk

Henry Boon, UK
www.hbillustration.format.com

Jerome Monoeil, Francia
www.monoeil.fr

Jonny Hannah, UK,

Jennifer Sheehan, Irlanda
www.gingercatdesigns.wordpress.com/tag/jennifer-sheehan/

Katheryn Ranke, USA
kathrynathke.com

Luke Ferrand, UK
www.lukeferrand.co.uk

Perrie Rowe, UK
www.behance.net/perryrowe

Rosie Richards, UK
[@LaRooBoo](https://twitter.com/LaRooBoo)

Sandra Dieckman, UK
www.sandradieckmann.com

Sarah Goodreau, USA
www.sarahgoodreau.com

Stephanie Bourne, UK
www.stephbourne.co.uk

Toby Neilan, UK
www.tobyneilan.com

White Bear Studio, UK e Irlanda
www.whitebearstudio.co.uk



7

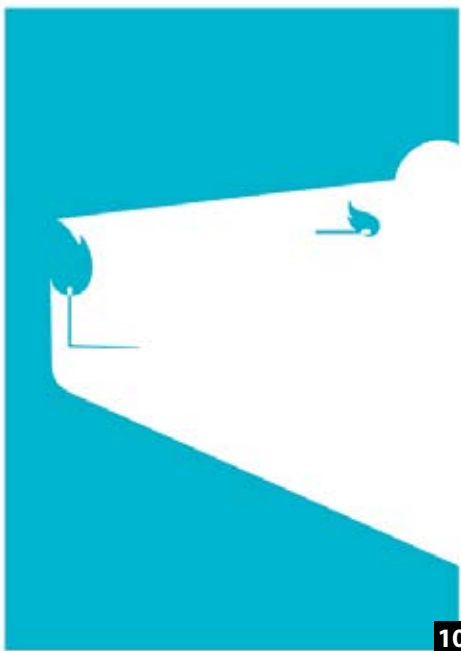


8



9





10

BEAR IN MIND Y UNA BUENA CAUSA

EL ORGANIZADOR

El Estudio White Bear es un estudio multidisciplinario con su oficina base en Londres, han trabajado en varios proyectos alrededor de Europa, sus integrantes tienen más de 15 años de experiencia trabajando con varios tipos de clientes y grandes corporaciones como Nestle, Unilever, SME's y en organización de eventos y starts up. Kelly y Martyn, los socios creativos de Estudio White Bear, se conocieron en el estudio Carter Wong Design donde descubrieron que su visión profesional se enfoca en la misma dirección generando una gran combinación, Kelly es Irlandesa nació y creció como Martyn en su tierra natal, para luego comenzar su carrera laboral en Londres.



11



13



12



14

PAG. 22

- 7** *Emily Tan*
- 8** *Jennifer Sheehan*
- 9** *Jonny Hannah*

PAG. 23

- 10** *Noma Bar*
- 11** *Sandra Dieckman*
- 12** *Sarah Goodreau*
- 13** *Stephanie Bourne*
- 14** *White Bear Studio*

WHITE BEAR
STUDIO

+ info
www.whitebearstudio.co.uk

+ info del autor
monicajas82@yahoo.com
[linkedin.com/monica-cajas-gonzalez-8605a859](https://www.linkedin.com/company/monica-cajas-gonzalez-8605a859)



LANDRÚ FESTEJA SUS PRIMEROS 93 AÑOS

El 19 de enero, Juan Carlos Colombres, más conocido como Landrú, celebra su 93° cumpleaños. El genial dibujante marcó un antes y un después en el humor gráfico argentino. Fue el creador de la emblemática revista Tía Vicenta, y de conocidísimos personajes como el Gato que siempre se ríe, Jacinto W, el señor Cateura, María Belén y Alejandra y tantos otros. A través de sus chistes y dibujos reflejó de manera original la realidad política, social y cultural durante más de 60 años. Su particular mirada y su humor absurdo e ingenioso le valieron el éxito y el reconocimiento popular.

Hoy en día, Landrú se encuentra muy bien de salud, se mantiene lúcido; y lo más importante, conserva el sentido del humor de siempre. *“Le encanta estar al tanto de las novedades de Fundación Landrú y sigue muy de cerca cada nuevo proyecto que se emprende”* comenta Gonzalo Colombres, nieto de Landrú y director ejecutivo de Fundación Landrú. La organización que lleva su nombre, surgió como una iniciativa de parte de la familia Colombres para recopilar, documentar, digitalizar para preservar y así difundir su obra como patrimonio cultural.

“El 2015 fue un año super positivo para la organización, con muchos proyectos y sobre todo con una respuesta muy favorable de las personas que nos siguen”

cuenta Gonzalo acerca del trabajo de Fundación Landrú. Algunos de sus logros fueron: la incorporación de la estatua de Tía Vicenta al Paseo de la Historieta; la realización de un mural basado en un dibujo de Landrú de 1952, en el centro comercial Estación Pilará; la do-

documentación y digitalización de las publicaciones de Landrú en el diario Clarín; dos muestras online en el Museo Virtual Landrú, una de ellas -“Desfile de Presidentes”- alcanzó un total de más de 10.000 visitas en tan solo un mes; la participación en una exposición de la Biblioteca Nacional y otra, en Tecnópolis; y una gran actividad en redes sociales, llegando a un total de 100.000 seguidores en Facebook que se involucran e interactúan día

a día con las publicaciones de la página.

Landrú tiene muchos motivos para celebrar ya que sus geniales creaciones se están digitalizando y difundiendo para su inmortalización. *“Lo genial de hacer este trabajo es que Landrú está pudiendo disfrutarlo en vida. No hay nada más gratificante que ver su felicidad cada vez que le comparto las novedades de la fundación”* confiesa emotivo Gonzalo.



Hermenegildo Sabat y Raúl Colombres con el retrato de Landrú hecho por Sabat.

+info

info@landru.org
www.landru.org

Facebook: [porLandru](#)
Twitter: [PorLandru](#)

Blog Tía Vicenta: www.tiavicenta.com
Museo Virtual Landrú: <https://landru.culturalspot.org/home>





NACIDOS EL MISMO DIA



BALENCIAGA & DIOR

NACIDOS EL MISMO DÍA

CRISTÓBAL BALENCIAGA

21 DE ENERO DE 1895

23 DE MARZO DE 1972

El 21 de enero es muy importante en el mundo de la moda ya que se conmemora el nacimiento de dos de sus grandes representantes, Balenciaga y Dior, diseñadores fundamentales de una época con conceptos realmente diferentes en cuanto al vestido.

Cristóbal Balenciaga es el diseñador más importante que tuvo España. A los trece años, la VII Marquesa de Casa Torres, vio en el joven su temprano interés por la moda y le dio un trozo de tela junto a uno de sus más exclusivos vestidos, con el objetivo de que él lo copiara y demostrara su talento. El resultado fue muy exitoso así que de ahí en adelante se convirtió en su mecenas.

Tras unos años de incipiente éxito, Balenciaga abrió una tienda en San Sebastián, en 1919, que se expandiría hacia Madrid y Barcelona. La Familia Real Española y la aristocracia llevaban sus diseños. Cuando estalló la Guerra Civil Española se vio forzado a cerrar sus tiendas, y se trasladó a París.

Impuso un estilo totalmente innovador presentando una línea de hombros caídos, cintura pinzada y caderas redondas. Es a partir de los años 50 cuando empieza a ser reconocido y despliega toda su creatividad.

Al contrario que muchos diseñadores, que abocetaban sus creaciones pero no las confeccionaban, Cristóbal Balenciaga tuvo un pleno dominio de la costura y del manejo de tejidos

Manifestó predilección por los textiles con peso, que se enriquecían con bordados a mano, lentejuelas o pedrería.

Destacan los vestidos negros, los abrigos cuadrados sin cuello ni botones, la manga japonesa, el vestido túnica o los impermeables transparentes.

Autor | Natacha Morales
Diseñadora de Indumentaria

BALENCIAGA & DIOR

Balenciaga era capaz de montar un vestido con un paño de tela, sin apenas cortes ni costuras, en poquísimos tiempo. Su habilidad en crear volúmenes y formas fue asombrosa; daba a las prendas un acabado perfecto, casi escultórico, encubriendo todas las botonaduras y puntadas de hilo. Su nivel de exigencia le llevaba a desarmar un vestido entero si no quedaba a su plena satisfacción. Creaba diseños exclusivos para sus mejores clientas sin necesidad de pruebas; la misma Marlene Dietrich afirmó que Balenciaga conocía sus medidas y que ninguno de sus vestidos exigió retoques.

Christian Dior fue el fundador de una de las marcas de lujo más importantes de la historia que aun hoy en día lleva su nombre.

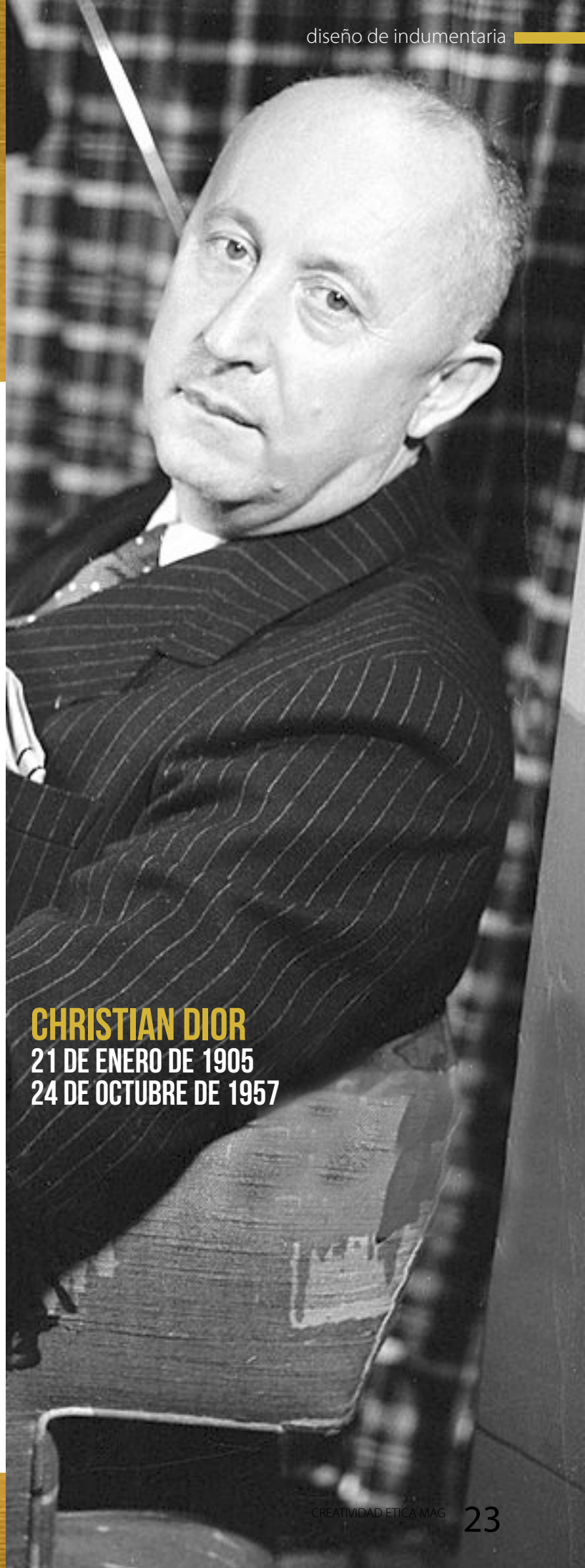
Dior comenzó realizando bocetos para Robert Piguet, el gran diseñador parisino de la época. En 1946, respaldado por el magnate textil Marcel Boussac, estableció una casa de costura en París. En veinte años expandió su negocio a 15 países y empleaba a más de 2.000 personas. Asimismo, diversificó el negocio hacia otros productos de lujo, como perfumes o joyas, con un éxito de ventas rotundo. Algunas de las composiciones más míticas de la historia de la perfumería llevan el sello Dior.

Es especialmente conocido el llamado "New Look" de 1947, un estilo de costura para mujer que propone hombros torneados, cintura fina y falda amplia en forma de corola a veinte centímetros del suelo. Representa la elegancia clásica y la vuelta a una imagen femenina, y supuso la recuperación del lujo y el exceso tras la depresión de la Segunda Guerra Mundial.

Después de su muerte, la casa Dior ha continuado su actividad con otros diseñadores de gran renombre: Yves Saint Laurent, Marc Bohan, Gianfranco Ferré, John Galliano, actualmente se encuentra como director creativo, Raf Simons, que con su particular estilo ha evolucionado y modernizado el estilo de la casa, sin olvidar su legado de códigos estéticos que Mounsier Dior dejó plasmado.

+info

nm_indumentaria@hotmail.com
www.natachamorales.com.ar



CHRISTIAN DIOR
21 DE ENERO DE 1905
24 DE OCTUBRE DE 1957

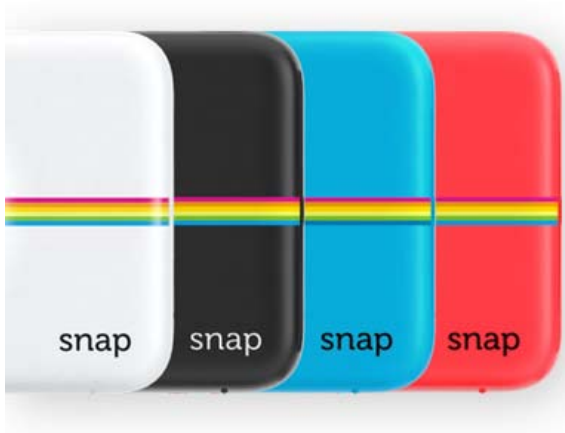


POLAROID SNAP

UN NUEVO CLÁSICO EN FABRICACIÓN

Autor | Agustina Ciaglia

Voluntaria de Creatividad Ética
en el área de Comunicación & Contenidos



POLAROID ESTÁ RECREANDO LA MAGIA DE LA FOTOGRAFÍA CLÁSICA INSTANTÁNEA CON LA POLAROID SNAP - LA NUEVA FORMA DE IMPRIMIR Y COMPARTIR LA VIDA AL INSTANTE. LA NUEVA CÁMARA ES LA MEZCLA PERFECTA DE LA NOSTÁLGICA FOTOGRAFÍA INSTANTÁNEA POLAROID Y LA TECNOLOGÍA MODERNA, DIGITAL.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

CARACTERÍSTICAS DE LA CÁMARA

- Cámara digital de 10 megapíxeles
- 3 modos de imagen (normal, blanco y negro y tono sepia vintage), opción que incluye el Logo de Polaroid Clásico
- Indicador de la tarjeta microSD para guardar tanto digitalmente sus fotografías como para imprimirlas
- Disponible en negro, blanco, azul y rojo
- La función de Temporizador – buscándote a ti y a tu grupo en la captura de la imagen

CARACTERÍSTICAS INTEGRADAS DE LA IMPRESIÓN

- Click, imprime, comparte - sin necesidad de conectarse a la computadora
- Imprime la imagen automáticamente después de ser capturadas
- Imprime a todo color en tamaño 2x3" utilizando la tecnología de impresión Zink® Zero Ink®. Sin tinta. No hay molestias™ -. No hay cartuchos de tinta o cintas.

+ info
/www.polaroid.com/snap-camera

+ info del autor
agustinaciaglia@hotmail.com

PLANTA LÁMPARA



“Luego de mucho investigar, descubrimos que la naturaleza que era el problema, podía ser ahora la solución”



PLANTA LÁMPARA

ANTECEDENTES

De acuerdo a la última Encuesta Nacional de Hogares realizada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), el 42% de las zonas rurales de la selva peruana no cuenta con energía eléctrica, frente a las zonas rurales de la costa y sierra, que cuentan con el servicio en un 78.5% y 72.4%, respectivamente.

Cabe indicar que, según cifras de INEI, de todo el país la zona rural de la región Ucayali es donde existe la tasa más baja de acceso a la energía eléctrica, tal es así que únicamente el 35.1% de este grupo cuenta con dicho servicio.



COMUNIDAD NATIVA NUEVO SAPOSOA

La comunidad nativa Nuevo Saposoa pertenece al grupo étnico Shipibo Conibo y está ubicada en los alrededores del Río Tachitea en Ucayali. Su acceso es únicamente por vía fluvial, a cinco horas desde la ciudad de Pucallpa. Cuenta con una población de 173 habitantes y 37 familias que hablan el idioma Shipibo Conibo. Sus principales actividades productivas son la agricultura, artesanía, pesca y la extracción de madera y aguaje. La comunidad presenta carencias y falta de acceso a servicios como la energía eléctrica, así como débiles capacidades locales para aprovechar comercialmente los productos del bosque y las amenazas de invasiones y tala ilegal de madera.

ETAPA DE INVESTIGACIÓN

En esta etapa se debía tener en cuenta como primera medida la calidad del suelo en el sitio, el agua que usualmente utiliza la comunidad, y finalmente la planta.

SUELO

el primer punto de estudio fue el suelo, puesto que es un factor preponderante, productor de energía en la simbiosis con la planta. Se consideró los siguientes parámetros: Medición de PH, temperatura, humedad, temperatura ambiente, temperatura de suelo, valores eléctricos (voltaje y amperaje generado en las muestras a tomar)

AGUA

Al no tener información previa de la calidad del agua en la zona, el punto de partida fue recabar información relevante, como la carencia que tienen de la misma y los espacios comunes que comparten con éste elemento. Luego, ubicar el punto principal de abastecimiento y tomar muestras de ella, ya que es un factor importante al humidificar el vegetal de la Plantalámpara, y de ésta manera saber si la calidad de riego afectará de manera ácida o alcalina la calidad del suelo.



+info
<https://youtu.be/t8H30OrxIKQ>
<https://www.utec.edu.pe/ingenio-en-accion/plantalamparas-plantas-que-dan-luz>

PLANTA

La planta a elegir debía ser de especie corriente de la zona que cumpliera características como durabilidad, fácil reposición, tamaño manejable, que sea de sombra y tipo de raíz bulbar, rizoma o similar.

SOLUCIÓN: PLANTALÁMPARA

Luego de un largo proceso de investigación y desarrollo de prototipos por profesores y alumnos de UTEC, el resultado obtenido como propuesta de solución fue la Plantalámpara, un modelo de aplicación que integra energía limpia y autosostenible, utilizando adecuadamente la riqueza natural de la zona.

“Entendiendo la escasez de energía eléctrica en zonas remotas de Perú, este año en UTEC

nos hemos planteado investigar y desarrollar una propuesta de solución que genere energía limpia autosostenible, que sume a las iniciativas que se vayan dando para reducir la brecha existente. El reto es grande, pero sabemos que con ingenio e innovación es posible dar soluciones a dificultades auténticas, impactando positivamente en nuestro entorno social”, señaló Elmer Ramírez, responsable de la carrera de Ingeniería de la Energía en UTEC.

La creación de este proyecto responde al ímpetu de demostrar una vez más que a través de la ingeniería se pueden resolver problemas de la sociedad. Esta nueva iniciativa conjuga la creatividad, investigación, innovación y desarrollo con una especial mirada al entorno y el medioambiente.

Vale indicar que a través de Ilumina la Selva,

la comunidad de Nuevo Saposoa continuará avanzando en su camino al desarrollo y satisfacción de necesidades urgentes, como es la carencia de iluminación nocturna y doméstica, que redundaría en la mejora de su calidad de vida y aumento de productividad al ampliar horas de trabajo y de educación.

EQUIPOS DE INVESTIGADORES CONFORMADO DE UTEC

ALUMNOS

Isabel Mora, Vladimir Carrera, Milton Bozzo, Juan Carlos Barbaran, Lauren Wong, Jose Avalos, Marcello Barbieri, Angello Vindrola.

PROFESORES

Victor Freundt, Elmer Ramirez, Renzo Giudice, Julien Noel, Luis Peña, Víctor Murray, Ricardo López



GIGANTESCOS MEGÁFONOS

PARA LA AMPLIFICACIÓN DE LOS
SONIDOS DE LA NATURALEZA

Autor | Arq. Nicolás Groba

GIGANTESCOS MEGÁFONOS

En septiembre del 2015, una instalación de tres gigantes megáfonos de madera construidos por un equipo de estudiantes de Estonian Academy of Arts Interior architecture se abrió para todos los habitantes de los bosques para el descanso, la contemplación y sobre todo – para escuchar los sonidos de la naturaleza y de los bosques que los rodean.

Según el arquitecto de interiores Hannes Praks, que dirige el Departamento de Arquitectura de Interiores de la Escuela que inició el proyecto de instalación, los megáfonos de tres metros de diámetro funcionarán como un “quiosco de música” para el bosque alrededor de la instalación, la amplificación de los sonidos de la naturaleza. **“Vamos a estar colocando los tres megáfonos a una distancia tal y en un ángulo adecuado, por lo que en el centro de la instalación, el sonido de las tres direcciones debería crear un efecto de sonido envolvente fusionadaoúnico”,** añade Praks.

Esto sin embargo no es el único uso de la instalación, ya que se duplicará como una sala de estar y un área de descanso, y también se puede utilizar como un escenario para eventos pequeños. El autor de la idea es uno de los estudiantes Birgit Õigus, con el resto de sus compañeros de curso Mariann Drell, Ardo Hiiuväin, Lennart Lind, Henri Kaarel Luht, Mariette Nõmm, Johanna Sepp, Kertti hollines, Sabine Suuster quienes ayudaron con el proceso de construcción.

El 51% de Estonia está cubierta de bosques. 0 € es el coste del derecho de todo hombre a acampar en el Centro Forestal para recorrer los senderos, pasar la noche en las cabañas del bosque, o dormir en una tienda de campaña dentro de las áreas de recreación. La instalación megáfono ofrece una excelente

oportunidad de experimentar el encuentro del espacio arquitectónico contemporáneo y naturaleza salvaje - y es de libre acceso para los extranjeros, así como los viajeros locales.

El semiólogo estonio y autor popular Valdur Mikita, quien ha escrito extensamente acerca de las formas en la cultura estonia que está interrelacionada e impregnada de los bosques, dice que el diseño de la arquitectura ayuda a darse cuenta de la riqueza del sonido en los bosques, así como del silencio. **“Es un lugar para escuchar, para buscar el libro audible de la naturaleza - en realidad no ha habido un lugar como este en Estonia antes.”**

La mayor parte de la instalación se construyó en Tallinn a finales de agosto y luego fueron enviados a Võrumaa, Pähni Nature Centre, no lejos de la frontera de Letonia, donde se han instalado, probado y abierto al público.

El proyecto se inició hace más de un año con un taller en el bosque del sur de Estonia, con los estudiantes de Art Academy interior architecture tratando de definir el concepto de una biblioteca de bosque con Valdur Mi-

kita. De todas las propuestas, se seleccionó la instalación de tres megáfonos de madera de Birgit Õigus.

Los estudiantes fueron instruidos por los diseñadores Tõnis Kalve y Ahti Grünberg de Derelict Furniture y la oficina de arquitectura b210 architects Aet Ader, Karin Tõugu, Kadri Klementi and Mari Hunt, cuyo principal objetivo era conseguir que los estudiantes trabajen en equipo en un proyecto aventurero, inspirándolos para llevar a cabo sus ideas, incluso si se necesitaba un poco de esfuerzo extra – ellos creen que el diseño de la educación debe ser siempre sobre la prueba de sus ideas en la vida real y en gran escala.

Estonian Forest Management Centre, socio en el proyecto desde el principio, se alegra de que, además de proporcionar un espacio visualmente impresionante para la contemplación, los amplificadores pueden también ser utilizados por los aventureros menos exigentes para pasar la noche en el bosque. “El espacio puede ser utilizado para llevar a cabo una clase de naturaleza al aire libre o un evento de la cultura pequeña, es realmente multifuncional”, explica Marge Rammo del Centro.



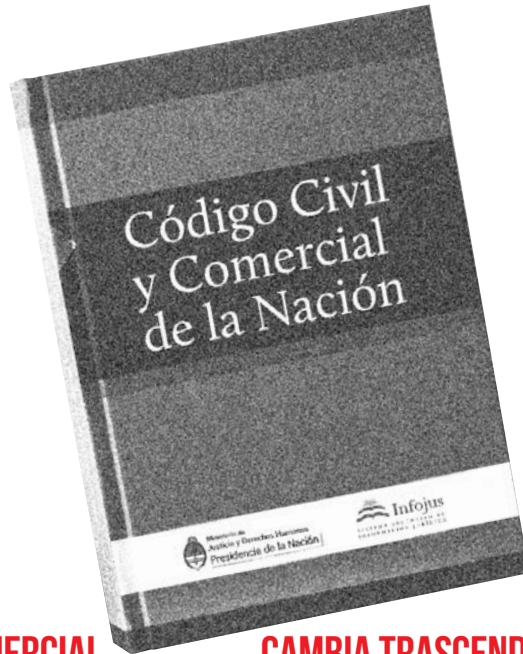
+info

**Estonian Academy of Arts / <http://www.artun.ee/en/unplugged-kingsize-megaphones-help-nature-explorers-to-listen-to-the-forests-2/>
Hannes Praks / Head of the Interior Architecture Department / hannes.praks@artun.ee
Fotos / Tõnu Tunnel**

+info del autor

nicolas.groba@gmail.com

LA NUEVA RESPONSABILIDAD CIVIL EN EL NUEVO CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL



Autor | Daniel Dante Leonardi
Abogado Especialista en
Derecho Societario y Empresarial

EL NUEVO CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL CAMBIA TRASCENDENTALMENTE LAS FUNCIONES ASIGNADAS A LA RESPONSABILIDAD CIVIL, YA QUE A LA CLÁSICA FINALIDAD RESARCITORIA, EL NUEVO CUERPO NORMATIVO LE ASIGNARÁ DOS NUEVAS FINALIDADES: LA PREVENTIVA Y LA PUNITIVA.

La responsabilidad es el compromiso de tipo moral que surge a partir de una eventual equivocación o de una falta que comete una persona. El concepto también hace referencia a la obligación de reparar y compensar el daño causado.

En el mundo es sabido que se ha dado una modernización en muchas codificaciones de países del derecho continental, y resultó menester que también Argentina debiera finalmente tener una legislación que se adecuara a las nuevas relaciones jurídicas y mercantiles propias del siglo XXI.

Es de destacar que las nuevas normas sobre responsabilidad, al igual que lo hicieron sus antecesores de 1987, de 1993 y de 1998, recogen modernas concepciones del derecho privado, y provee una legislación adecuada e innovadora, en muchos casos, constituyendo un avance para el derecho nacional.

Uno de esos cambios trascendentales, como ya dijimos, se da en las **funciones** asignadas a la responsabilidad civil, ya que a la clásica finalidad resarcitoria, el nuevo Código le asigna dos nuevas finalidades: la preventiva y la punitiva.

En principio, se advierte en el texto la consagración expresa del principio *alterum non laedere* (no perjudicar a los demás) al cual la Corte Suprema de Justicia ha oportunamente considerado de raigambre constitucional e implícito en el art. 19 de nuestra Carta Magna. *“Las acciones privadas de los hombres que de ningún modo ofendan al orden y a la moral pública, ni perjudiquen a un tercero, están sólo reservadas a Dios, y exentas de la autoridad de los magistrados. Ningún habitante de la Nación será obligado a hacer lo que no manda la ley, ni privado de lo que ella no prohíbe.”*

El art. 1716 del nuevo Código así lo evidencia, al determinar que: “La violación del deber de no dañar a otro, o el incumplimiento de una obligación, da lugar a la reparación del daño causado, conforme con las disposiciones de este Código”. Aquí hablamos de aquella función **resarcitoria**.

Lo mismo se advierte en el art. 1710 al indicar que toda persona tiene el deber, en cuanto de ella dependa, de: a) evitar causar un daño no justificado; b) adoptar, de buena fe y conforme a las circunstancias, las medidas razonables para evitar que se produzca un daño, o disminuir su magnitud; si tales medidas evitan o disminuyen la magnitud de un daño del cual un tercero sería responsable, tiene derecho a que éste le reembolse el valor de los gastos en que incurrió, conforme a las reglas del enriquecimiento sin causa; c) no agravar el daño, si ya se produjo.

LA NUEVA RESPONSABILIDAD CIVIL EN EL NUEVO CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL

También en el 1717 al decir que cualquier acción u omisión que causa un daño a otro es antijurídica si no está justificada.

El nuevo Código también le asigna a la responsabilidad civil las funciones **preventiva y punitiva**: La finalidad preventiva también reconoce como fundamento la consagración del “*no perjudicar a los demás*”, lo cual se advierte en el art. 1711 en cuanto dispone que: “*la acción preventiva procede cuando una acción u omisión antijurídica hace previsible la producción de un daño, su continuación o agravamiento*”, sin que sea exigible la concurrencia de algún factor de atribución; y le atribuye, a toda persona, el deber, en cuanto de ella dependa, de: a) evitar causar un daño no justificado, b) adoptar, de buena fe y conforme a las circunstancias, las medidas razonables para evitar que se produzca un daño, y c) no agravar el daño si éste ya se hubiera producido .

En cambio, la función **punitiva** se manifiesta a través de la condena pecuniaria administrativa, penal o civil, condena (art. 1714) que el juez puede dejar sin efecto total o parcialmente.

Otro avance significativo se refiere a la **unificación de la responsabilidad civil contractual y extracontractual**, aun cuando mantiene normas específicas para el incumplimiento contractual.

La distinción entre responsabilidad contractual y extracontractual parte de la existencia o no de un vínculo previo entre las partes. Así, puede definirse la responsabilidad extracontractual como la que nace de un daño producido a otra persona sin que exista una relación jurídica convenida entre el autor del daño y el perjudicado,

También se establece y regula el **deber de prevención**. Este consiste en que toda persona tiene el deber de prevenir un daño. Por supuesto en la medida que exista esa posibili-

dad, o sea que este bajo su esfera de control.

La prevención actúa tanto contra actos positivos como contra omisiones, en la medida en que estos sean antijurídicos, es decir contrario a derecho.

La normativa expresamente señala que en caso de que una persona incumpla una obligación o en el caso en que , por acción u omisión , ocasione un daño injustificado , esa persona debe responder por lo que en derecho llamamos “**responsabilidad directa**”.

En materia de **responsabilidad por el hecho de terceros** la nueva normativa nos habla que la falta de discernimiento del dependiente no excusa al principal aspecto que el anterior Código no preveía expresamente.

Como novedad incorpora a la **actividad riesgosa**, aunque excluye expresamente el caso de los profesionales.

ESTABLECE LA RESPONSABILIDAD OBJETIVA (QUE ES LA QUE SE PRODUCE CON INDEPENDENCIA DE TODA CULPA POR PARTE DEL SUJETO RESPONSABLE) DEL DUEÑO Y GUARDIÁN POR EL DAÑO PROVENIENTE DEL VICIO O RIESGO DE LAS COSAS, O DE ACTIVIDADES RIESGOSAS O PELIGROSAS. AMBOS, DUEÑO Y GUARDIÁN, RESPONDEN CONCURRENTEMENTE.

El guardián es definido como aquel que ejerce, por si o por terceros, el uso, la dirección y el control de la cosa, o quien obtiene un provecho de ella.

Como causal de eximición de responsabilidad contempla el hecho de que la cosa haya sido usada en contra de la voluntad expresa o presunta del dueño o guardián.

Con buen criterio se ha equiparado el daño causado por animales al causado con cosas riesgosas o viciosas.

El nuevo Código regula en detalle la **responsabilidad colectiva**, tanto en lo general como aquella que proviene de un grupo de riesgo.

Si de una parte de un edificio cae una cosa, o si ésta es arrojada, los dueños y ocupantes de dicha parte responden solidariamente por el daño que cause. Sólo se libera quien demuestre que no participó en su producción.

Si el daño proviene de un miembro no identificado (autor anónimo) de un grupo determinado responden solidariamente todos sus integrantes, excepto aquel que demuestre que no ha contribuido a su producción.

El tercer caso es el típico de la barra brava de fútbol: Si un grupo realiza una actividad peligrosa para terceros, todos sus integrantes responden solidariamente por el daño causado por uno o más de sus miembros. Sólo se libera quien demuestra que no integraba el grupo.

El Código ahora también incorpora otros supuestos especiales de responsabilidad.

Uno de ellos es el que se refiere a la **responsabilidad de las personas jurídicas**.

En este caso responden quienes las dirijan o administren, en ejercicio o con ocasión de sus funciones.

Obvio que no se trata del único caso en el que la persona jurídica es responsable, ya que lo hace en otras situaciones, como la de responder como dueña de cosas riesgosas o viciosas, tal como leemos en otra parte de este trabajo.

Caso especial es el que trata la **responsabilidad del titular de un establecimiento educativo** quien debe afrontar aquella por el daño causado o sufrido por sus alumnos menores de edad cuando se hallen o deban hallarse bajo el control de la autoridad escolar. La responsabilidad es objetiva y se exime sólo con la prueba del caso fortuito.

LA NUEVA RESPONSABILIDAD CIVIL EN EL NUEVO CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL

Esta norma no se aplica a los establecimientos de educación superior o universitaria.

A **los profesionales** se le ha dedicado una norma que sienta los siguientes principios:

La actividad del profesional liberal está sujeta a las reglas de las obligaciones de hacer.

La responsabilidad es subjetiva, excepto que se haya comprometido un resultado concreto.

No se aplica la responsabilidad por el riesgo de la cosa ni por actividades riesgosas. Sí por el vicio de las cosas que se utilicen

Respecto al **derecho a la intimidad, a la imagen**, y otros derechos de la personalidad la ley señala que el que arbitrariamente se entromete en la vida ajena y publica retratos, difunde correspondencia, mortifica a otros en sus costumbres o sentimientos, o perturba de cualquier modo su intimidad, debe ser obligado a cesar en tales actividades, si antes no cesaron, y a pagar una indemnización que debe fijar el juez, de acuerdo con las circunstancias.

Además, a pedido del agraviado, puede ordenarse la publicación de la sentencia en un diario o periódico del lugar, si esta medida es procedente para una adecuada reparación.

Finalmente una norma se refiere a la **acusación calumniosa**. Por la que se exige dolo o culpa grave para que exista responsabilidad.

El denunciante o querellante responde por los daños derivados de la falsedad de la denuncia o de la querrela si se prueba que no tenía razones justificables para creer que el damnificado estaba implicado.

Ahora bien, el gran interrogante que nos plantea el nuevo Código, está constituido por **la responsabilidad civil del Estado**.

Originalmente se habían redactado una serie de normas que atribuían responsabilidad objetiva al Estado, ya sea por daños derivados

de sus actos lícitos (art. 1766), por el ejercicio irregular de sus funciones (art. 1764), y por los daños que ocasionaren los funcionarios y empleados públicos a particulares por acciones u omisiones que implicaren un ejercicio irregular de sus funciones (art. 1765).

CON POSTERIORIDAD A LA PRESENTACIÓN DEL ANTEPROYECTO, EL PODER EJECUTIVO NACIONAL SUPRIMIÓ ESTAS NORMAS QUE ATRIBUÍAN LA RESPONSABILIDAD CIVIL ESTATAL, ESTABLECIENDO COMO PRINCIPIO RECTOR QUE LA RESPONSABILIDAD DEL ESTADO SE RIGE POR LAS NORMAS Y PRINCIPIOS DEL DERECHO ADMINISTRATIVO, AL IGUAL QUE LA DE LOS EMPLEADOS Y LOS FUNCIONARIOS PÚBLICOS.

Ello ha significado la **desaparición de la responsabilidad civil del Estado**, siendo de preocupación que se haya relegado la cuestión indemnizatoria al derecho administrativo, que es de orden local, por lo cual, cada provincia puede tener su propia normativa respecto al Derecho de Daños cuando el Estado es demandado.

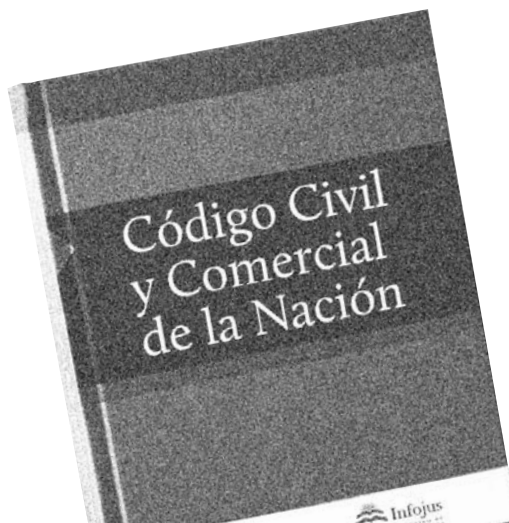
Así, se delegó en la jurisdicción nacional o provincial, según el caso, la regulación sobre la responsabilidad por los hechos lícitos o ilícitos cometidos por el Estado o sus funcionarios.

Esto ha conducido en definitiva, a la **inmunidad del Estado** y la de sus funcionarios, para hacer frente a los daños que ocasionen.

Basta, a modo de ejemplo, con sólo pensar en las víctimas de accidentes de tránsito que, lamentablemente ocurren cada día: quien sufra un daño ocasionado por un automóvil particular tendría mejores perspectivas de cobro que aquella persona que haya sufrido daños irrogados por un auto perteneciente al Estado, por ejemplo un patrullero policial.

En un caso podrá recurrir a un juicio ordinario en sede Civil, mucho más ágil, (daño entre dos civiles) mientras que en el otro obligadamente deberá enderezar su accionar en sede administrativa (daño entre un civil y un automóvil del Estado y/o funcionario del mismo) lugar donde la experiencia de cada uno de nosotros ciudadanos nos marca entrar en un mundo de tropiezos y dilaciones.

Finalmente debo señalar que, salvo algunos aspectos puntuales que merecen de algún reparo, en general, la nueva regulación de la responsabilidad por daños ha obedecido a lo que los hombres que administran justicia venían pregonando y lo que en los hechos las sentencias venían diciendo.



+ **info del autor**
dleonardi@gyz.com.ar
www.lconsultores.com



CONCEPT for CASE CONSTRUCTION stand
at Munich BAUMA 2016

+39 piutrentanove.it

info@piutrentanove.it
torino - roma (italia)

100101101011010010101

happy geeks



TRIBUS URBANAS

CULTURA GEEK

Autor | Agustina Ciaglia

Voluntaria de Creatividad Ética
en el área de Comunicación & Contenidos

Geek (del inglés geek, pronunciado "guik": IPA /gi:k/) es un término que se utiliza para referirse a la persona fascinada por la tecnología y la informática. Su uso empezó a extenderse a principio de siglo XXI con el aumento de uso de Internet.

Existen muchos tipos de Geeks, pero la mayoría se los distinguen por su adicción a la tecnología ya que portan numerosos "gadgets" consigo como teléfonos móviles, smartphones, tablets, cámaras de fotos, relojes, etc.

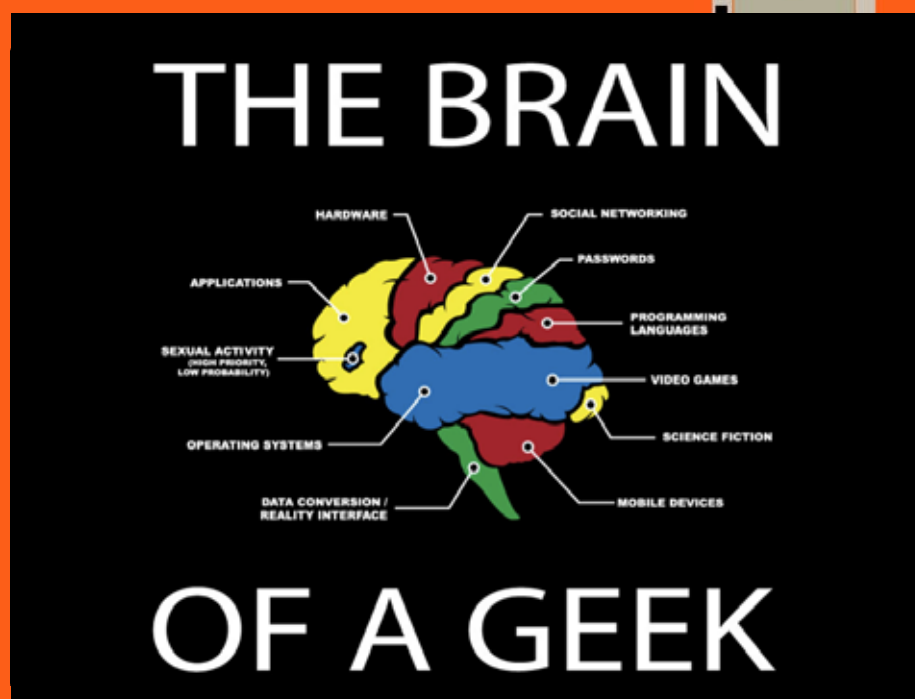
La mayoría de los Geeks son consumidores compulsivos de las últimas tendencias del mercado en tecnología. Suelen ser los primeros en conseguir los nuevos «juguetes» en tecnología avanzada, desde móviles inteligentes de nueva generación, dispositivos de música novedosos, hasta las últimas versiones de modelos de computadoras y componentes, entre otros.

Como son apasionados de la informática, la programación y del aprendizaje de nuevas habilidades los hace propensos a aceptar y defender políticas de software libre y hackers. Suelen tender hacia prácticas colaborativas que les permiten hacer partícipes a los demás de sus logros personales por el mero hecho de compartir el conocimiento. Esto implica además, garantizar su propio derecho a alimentarse de ideas de un modo libre y sin las barreras que imponen ciertos esquemas legales tendientes a monopolizar o cerrar el acceso público a la tecnología.

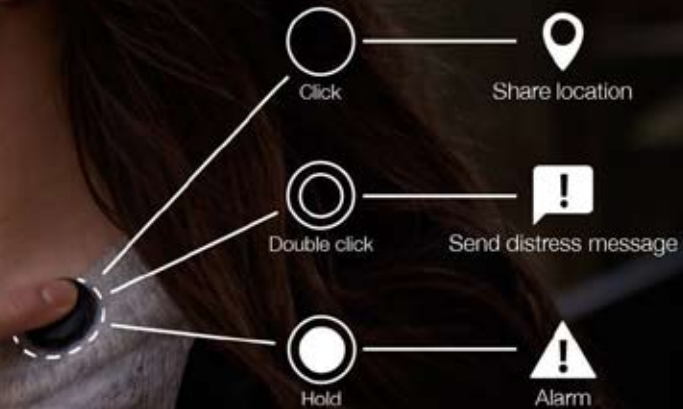
Amantes de los videojuegos, pueden pasarse horas jugando solos o en red en juegos de rol o estrategia.

Existe el día del Orgullo Geek, una iniciativa creada para promover la cultura geek, celebrada anualmente el 25 de mayo. La fecha coincide con lanzamiento de 1977 de la Guerra de las Galaxias, pero comparte la misma fecha con otras dos festejos similares de fanáticos: Día de la Toalla, para seguidores de la trilogía de la Guía del autoestopista galáctico por Douglas Adams, y el Magnífico 25 de mayo para los seguidores de Terry Pratchett Discworld.

La iniciativa fue originada en España en 2006 como el Día del orgullo friki como prueba de una reivindicación social tras años de maltrato social y fue extendida alrededor del mundo vía Internet.



TODO, A UN BOTÓN DE DISTANCIA



UNA DE LAS PROMESAS DE INTERNET (LARGAMENTE CUMPLIDA) ES QUE TODO EL CONTENIDO VIRTUAL ESTÁ A UN CLIC DE DISTANCIA.

TODO ENLAZADO, TODO VINCULADO, (CASI) TODO LISTADO EN UN BUSCADOR. PERO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, GRACIAS A LA POPULARIDAD DE UNA PLATAFORMA QUE PERMITE LA AUTOMATIZACIÓN COTIDIANA, Y AL ABARATAMIENTO DE SENSORES, CONTROLADORES Y MICROPROCESADORES, ESTÁ SURGIENDO OTRA COSA: EL BOTÓN CONECTADO

Se trata del botón programable. El botón que, acá, puede disparar una catarsis de acciones, sin importar su ubicación física o virtual, y sin más complejidad que requerir una conexión a Internet (y poder pulsar un botón).

Ya existe en su versión comercial. Telefónica tiene, en España, uno de los más sencillos y fáciles de comprender: cuando apretás un botón (físico, grandote, con imán para la heladera y con antena Wi-Fi para tener acceso a Internet) provisto por **Telepizza** -un servicio de delivery-, te manda una pizza a tu casa. Antes tuviste que registrarte y elegir qué pedido se dispara con ese botón, pero da igual: un botonazo y ya sentís cómo, a unas cuadras de distancia, acelera la motito.

Otro: Amazon tiene algo similar, pero para otros productos, llamado **Dash Button**. ¿Te estás quedando sin jabón en polvo para la ropa? Presionás el botón correspondiente (que tenés, por ejemplo, pegado al lavarropas), y lo agrega a tu lista de compras de Amazon (y hace un pedido automático). ¿Necesitás otro producto? Otro botón. Cada uno tiene un precio de 5 dólares.

Parece opuesto a todo lo cómodo que aporta el mundo digital, a la flexibilidad de lo

virtual. Pero también simplifica, justamente, la interacción con eso que no está, con lo incorpóreo del mundo conectado: comprar por Internet, aunque conveniente, requiere una serie de pasos, una interacción, que es más compleja que apretar un simple botón.

Amazon no es la única, y son varias las compañías que están experimentando con los botones conectados. Netflix, por ejemplo, tiene el **Switch**, un botón que se programa y permite activar varias acciones con una presión: prender la tele, cargar Netflix, atenuar las luces del cuarto. Claro, necesitás que las luces también estén conectadas a Internet, porque éste es un concepto muy emparentado con la Internet de las cosas.

De hecho, el botón sirve para cualquier cosa: tanto para funciones digitales como para -vía Internet- activar un mecanismo físico, si éste tiene conexión a Internet. De eso se trata la Internet de las cosas. Conectar todo lo que sea conectable a Internet; tanto para controlarlo a distancia (prendé el aire acondicionado cuando salís de la oficina, así la casa está fría cuando llegás), como para recibir información (la heladera que te avisa que queda poca leche; la maceta que recomienda que riegues las begonias; el tacho de basura que

90+10

Texto y fotos | Ricardo Sametband

@rsametband

Nota gentileza Revista 90+10
publicada en la edición #55



TODO A UN BOTÓN DE DISTANCIA

admite que ya no le queda mucho espacio). En ese mundo de cosas físicas conectadas a un entorno virtual, el botón con Wi-Fi es el compañero ideal.

Ejemplos: un botón de pánico que active una alarma, o que envíe un mensaje a uno o más contactos (por SMS, Whatsapp, etc.; eso es una cuestión de programación) con un alerta. O con un aviso: *“estoy saliendo del trabajo”*. Un botón que prenda las luces de casa, o que apague todo y baje las persianas y active la alarma, que haga que una cámara tome una fotografía y la envíe por mail, que prenda o apague la música; que dispare un cronómetro, que active una función o mil (al mismo tiempo o en secuencia). O, contrariamente, que active una función (una alarma), si no se presiona cada tanto tiempo. Si se puede automatizar, vale.

¿No puede hacerse todo eso, ya, con la pulsión de un botón virtual? ¿Un dedo en una

pantalla, un clic del mouse o el touchpad? Sí, pero a veces, eso requiere de un mínimo de habilidad con las interfaces digitales (activar el dispositivo que corre la aplicación que simula el botón, encontrarla, cargarla, tocar la tecla virtual), o un control motriz fino que -por la razón que sea- no está disponible. Aprender a tocar un botón es más fácil, es natural, es analógico -como nosotros-. Es grande; nos ofrece una retroalimentación; sabemos que lo apretamos.

Perfecto, pero ¿y si queremos ir más allá de Amazon y Netflix? Hay cada vez más alternativas. Una es **Particle**, un botón programable: por 50 dólares tenés una tecla con Wi-Fi que incorpora luces para avisarte que sí, una de las varias tareas que le encomendaste está en proceso. Otro se llama **Bt.tn** (69 euros); un tercero, **Flic**, incluso distingue entre un toque, un doble toque o un toque largo. Todos se conectan al Wi-Fi hogareño y tienen una batería interna que se mide

en años (porque no hacen nada más que esperar a que los aprieten).

Todos ellos hacen algo más: vincularse con IFTTT, una plataforma para automatizar una cadena de procesos digitales. IFTTT son las siglas de “If This, Then That”: si esto, entonces aquello, refiriéndose justamente a que si pasa algo, debe hacerse otra cosa (si llega un mail con tal asunto, se debe enviar un SMS a tal persona; si un equipo de fútbol hace un gol, se debe publicar un texto predefinido en Facebook, etc.).

Las combinaciones no son infinitas, y todavía no podemos ser un hacker al estilo de Carlín Calvo en la serie de TV homónima. Pero sí podemos hacer que al apretar el botón se envíe un mail, y se tome una foto, y se registre la hora en una planilla, etc. Si se puede controlar a distancia por Internet, si ya está a un clic, ahora también estará a un botón de distancia.





BABYBE





BABYBE BE WITH YOUR BABY

Autor | LAMACRE
Laboratorio Maestro Creativo

Los bebés, desde el vientre materno es donde perciben las primeras sensaciones de amor, ansiedad, alegría, rechazo, apego o desapego con su madre. Al nacer, se estima que durante el primer año que se continúa esta relación estrecha, se desarrolla el apego madre-hijo.

¿Qué pasa cuando un bebé nace prematuro?

Cuando un bebé nace antes de lo previsto, esta relación se ve interrumpida al ser ingresado a una incubadora, pues éste aún no se encuentra preparado para enfrentar el medio ambiente y los problemas de conservación de calor, alimentación, respiración, infecciones y otros factores a los que pueda estar expuesto. Debido a este aislamiento, las madres tienen sólo unas pocas horas al día de contacto con sus hijos dificultando esta continuidad dentro del desarrollo emocional de ambos.

Camilo Anabalón y Raphael Lang han desarrollado **Babybe**, un dispositivo tecnológico que busca trabajar este delicado vínculo entre la madre y un hijo prematuro replicando las señales del latido del corazón de la madre, respiración y voz, para que el bebé las reciba cuando se encuentra dentro de la incubadora.

1. **"La tortuga"** es el dispositivo inalámbrico que replica las formas básicas del cuerpo del bebé que se pondrá la madre sobre el pecho, y cuenta con sensores estratégicamente ubicados que captan

las señales y en un rango de alrededor de 30 metros envía estas señales a una caja que está conectada a la incubadora. Esta caja es el computador encargado de procesar estos impulsos y transformarlos en datos para que el colchón replique los movimientos por ejemplo, de la respiración, latidos del corazón o palmadas en la espalda del bebé.

2. **El colchón biónico**, se ubica dentro de la incubadora sobre el que se acuesta al bebé. Este replica la topografía del pecho de la madre con un material que imita la densidad del cuerpo y textura de la piel; recibe los impulsos enviados desde la tortuga y el computador, y emite los movimientos inflando las distintas bolsas de aire en su interior al mismo ritmo que son captados, manteniendo una continuidad en los factores que acercan al bebé con su madre.

Babybe además, permite grabar periodos de tiempo que pueden ser repetidos cuando la madre no esté presente, lo que brindaría al bebé la compañía durante las 24 horas.

Sin duda, un proyecto de esta envergadura toma mucho tiempo de implementación pero ofrece un alto impacto en el desarrollo de los seres humanos y su calidad de vida. Por otra parte, al diseño deja la constancia o el refuerzo de varios principios fundamentales: aún quedan muchas áreas sobre las cuales se puede seguir innovando, pero además del esfuerzo y constancia, se hace

necesario que dentro de la práctica no se debe dejar de estudiar, investigar, experimentar, relacionarse con otras disciplinas y trabajar colaborativamente; aún queda mucho por hacer y casos como éstos permiten reflexionar e inspirar a otros a explorar nuevos horizontes en el ejercicio del diseño y el rol que pueda tener dentro de la calidad de vida de las personas.



Raphael Lang y Camilo Anabalón

+ info
www.babybemedical.com/

+ info del autor
lamacre.wordpress.com

BONJOUR PARIS

ACUERDO UNIVERSAL SOBRE CAMBIO CLIMÁTICO



COP21 • CMP11
PARIS 2015
UN CLIMATE CHANGE CONFERENCE

La Seine

Salle Plénière/Plenary Hall



Fotografía: Ingreso Salón
Plenario COP21-UNCCC

LA COP21 (CONFERENCIA DE LAS PARTES) FINALIZÓ EXITOSAMENTE CON LA ADOPCIÓN DEL ACUERDO DE PARÍS, QUE FACILITARÁ QUE 195 PAÍSES PUEDAN REDUCIR SUS EMISIONES Y ADAPTARSE A UN CLIMA DIFERENTE

BONJOUR PARIS ACUERDO UNIVERSAL SOBRE CAMBIO CLIMÁTICO

Autor | Silvia Oliviero Ghietto

Licenciada en Química, Especialista en Medio Ambiente, Experta Proyectos PNUD/Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación. Docente Posgrado UTN.

El Acuerdo de París aprobado el 12 de diciembre constituye un hito histórico para enfrentar mundialmente el cambio climático. Luego de haber transitado avances y retrocesos en las reuniones de negociación preliminares se logró alcanzar un piso mínimo de acuerdo que tome en consideración las distintas posiciones y realidades los países intervinientes.

Es un instrumento de alcance "universal" y está sostenido por principios de igualdad y de responsabilidad común pero diferenciada, en función de las capacidades y circunstancias nacionales. Se encuentra bajo la tutela de la "Convención Marco de Naciones Unidas sobre el Cambio Climático", y se espera que los 195 países participantes, reorienten su desarrollo hacia un mundo más sostenible, con menores emisiones y con capacidad de adaptarse a un clima más extremo.

Además toma en consideración el acceso equitativo al desarrollo sostenible, la reconversión y creación de trabajo digno, la erradicación de la pobreza, el respeto de los derechos humanos y de los pueblos originarios, el empoderamiento de la mujer, la equidad intergeneracional, la protección de la Madre Tierra y la justicia climática.

La COP21 de París ha producido dos documentos importantes:

1. El "Acuerdo de París", que entrará en vigor a partir del 2020, y que estará disponible para su ratificación oficial entre abril 2016 y abril del 2017.
2. Una "Decisión", que acompaña el Acuerdo, y que establece los trabajos y actividades que los países deberán llevar adelante antes de que el Acuerdo entre en vigor en el 2020.

INCREMENTO DE TEMPERATURA AL 2100



El objetivo principal es mantener el incremento de la temperatura global "muy por debajo de los 2°C", comparado con los niveles pre-industriales, y establece "proseguir los esfuerzos para limitar ese aumento de la temperatura a 1,5 °C".

El Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático (IPCC) dejó claro que un calentamiento global de 2°C traerá consecuencias graves para los países particularmente vulnerables. Por ello, los líderes de países vulnerables hicieron un llamado al inicio de la Cumbre, pidiendo que se logre un Acuerdo ambicioso que establezca un límite más seguro de 1.5°C, pues para ellos -en particular los pequeños países insulares- este aumento de temperatura significa la supervivencia de sus naciones.

Como meta de mitigación de largo plazo, los países se comprometen a "lograr que las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero (GEI) alcancen su punto máximo lo antes posible, teniendo presente que los

países en desarrollo tardarán más en lograrlo, y a partir de ese momento reducir rápidamente las emisiones de gases de efecto invernadero".

También se plantea "alcanzar un equilibrio entre las emisiones antropogénicas de las fuentes y la absorción antropogénica por los sumideros en la segunda mitad del siglo". Esto significa por una parte, disminuir las emisiones de GEI y por otra, compensar las emisiones restantes con mecanismos de captura de los gases, por ejemplo los bosques, promoviendo la reforestación y evitando la tala indiscriminada.

Según un estudio del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), para poder limitar la temperatura en 2°C, necesitamos lograr cero emisiones netas de CO2 entre el 2060 y el 2075. Pero si queremos limitarla en 1.5°C, las emisiones netas de CO2 deben ser cero un par de décadas antes, entre el 2045 y 2050.

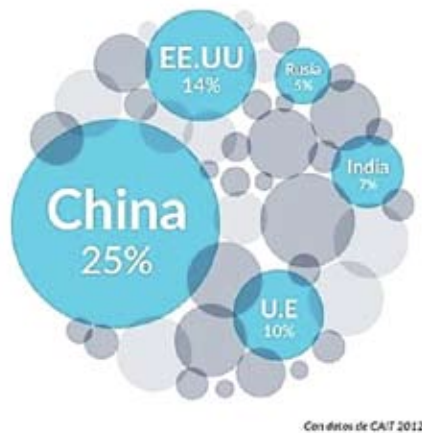
BONJOUR PARIS ACUERDO UNIVERSAL SOBRE CAMBIO CLIMÁTICO



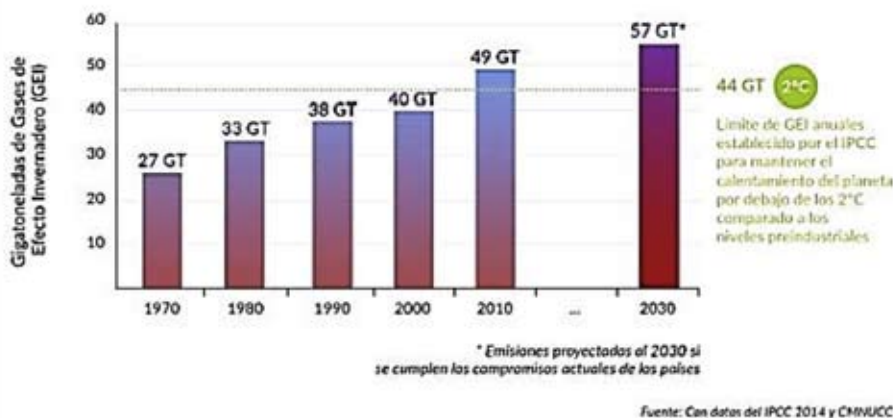
PRINCIPALES FUENTES DE EMISIONES DE GEI EN EL MUNDO



LOS MÁS GRANDES EMISORES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI)



EMISIONES DE GEI PRODUCIDAS POR LAS ACTIVIDADES HUMANAS (TOTAL MUNDO)



Por primera vez se establece una meta global en adaptación y se reconoce que “la adaptación es un desafío mundial que incumbe a todos”. Enfatiza el objetivo de “proteger a las personas, los medios de vida y los ecosistemas”, mientras precisa que se deben “tomar en cuenta las necesidades urgentes e inmediatas” de los países más vulnerables.

Recomienda que los países presenten de manera periódica informes que incluyan entre otros los planes nacionales y las necesidades de apoyo de la cooperación internacional para los esfuerzos de adaptación, de los países en desarrollo.

Con relación a pérdidas y daños, es decir, los efectos del cambio climático a los cuales un país no se puede adaptar, como son los fenómenos climáticos extremos o el aumento del nivel del mar, finalmente fueron reconocidos. Sin embargo no establece metas concretas para la cooperación y adopta el Mecanismo Internacional de Varsovia para la compensación y resarcimiento.

En lo referido al financiamiento establece claramente la responsabilidad de los países desarrollados para proveer apoyo financiero a los países en desarrollo, por un monto de 100 mil millones de dólares anuales a partir del 2020. Indica que el financiamiento se destinará tanto a mitigación como a adaptación, de manera balanceada, y específica que el aporte financiero de las naciones en desarrollo sólo será voluntario.

También establece la predictibilidad del financiamiento y la información cuantificable de los aportes de los países, mediante declaraciones cada dos años. Este aspecto fue solicitado reiteradamente por los países en desarrollo.



BONJOUR PARIS ACUERDO UNIVERSAL SOBRE CAMBIO CLIMÁTICO

Se establece un mecanismo novedoso de “balance mundial” (“global stocktaking”), es decir un balance del avance colectivo en el cumplimiento de los objetivos del Acuerdo, en particular con respecto a los objetivos de temperatura, la meta de reducción de GEI a largo plazo y el financiamiento. Este balance se realizará por primera vez en el 2023 y luego cada cinco años.

Por otro lado fija la obligación para los países de comunicar cada 5 años sus contribuciones nacionales de reducción de emisiones de GEI, y estos compromisos deben ser progresivamente mejorados, garantizando así el aumento constante del mismo.

A la fecha, más de 180 países, que representa más de 95% de las emisiones globales, han presentado sus contribuciones nacionales.

Las acciones en el periodo 2015-2020, antes que entre en vigencia el Acuerdo, deben asegurar que los países estén encaminados a cumplir con sus objetivos de reducción de emisiones, para poder lograr la meta conjunta de límite de calentamiento global.

+info
soliviero1@yahoo.com.ar



Fuentes:

(1) *Aprobación Acuerdo de París, COP21, CMCC/ONU, Diciembre 2015*

(2) *“Tools for Action”, COP21, UNFCCC, Noviembre 2015. (2) “COP 21 ¿Qué es?”, UNFCCC, Noviembre 2015*

(3) *“Grandes temas de Negociación de la COP21”, COPConexion.*

(4) *“Discurso Francisco en PNUMA, Nairobi”, Santa Sede, Noviembre 2015*

“Estamos ante el gran compromiso político y económico de replantear y corregir las disfunciones y distorsiones del actual modelo de desarrollo. El Acuerdo de París puede dar una señal clara en esta dirección, siempre que, como ya tuve ocasión de decir ante la Asamblea General de la ONU, evitemos «toda tentación de caer en un nominalismo “declaracionista” con efecto tranquilizador en las conciencias. Debemos cuidar que nuestras instituciones sean realmente efectivas». Por eso, espero que la COP21 lleve a concluir un acuerdo global y «transformador» basado en los principios de

solidaridad, justicia, equidad y participación, y orientando a la consecución de tres objetivos, a la vez complejos pero interdependientes: el alivio del impacto del cambio climático, la lucha contra la pobreza y el respeto de la dignidad humana...”

Palabras del Papa Francisco durante su visita a la Sede del Programa de Naciones Unidas para el Ambiente (PNUMA), en Nairobi, Kenia, 26 de Noviembre de 2015.





ENTREVISTA PUNTO KIWÍ



¿Cuándo se gestó la idea de Punto Kiwi, quienes son los responsables del Proyecto?

Hace casi dos años con Leila Montero, con quien nos formamos como artistas visuales en la Universidad Nacional de Arte orientadas al grabado y el arte impreso, nos preguntábamos por qué no había un lugar donde comprar obra gráfica ni un canal de venta para obra más accesible. Conocíamos decenas de artistas talentosos con obra de calidad. Un día fantaseando le dimos forma al ideal de tienda que teníamos ganas de hacer. Lo pensamos Leila Montero y yo Sara Stewart Brown, en su momento quedó como un proyecto a futuro y a mediados de 2015 lo retomamos, luego ya a punto de abrir la tienda se sumó Luis Oliveto.

de que no somos una galería de arte. Buscamos romper la formalidad que proponen. Desde la concepción de la idea, el diseño del espacio, la disposición de las obras, y también el soporte, formato y precio de lo que vendemos. Cuando contábamos el proyecto, muchos automáticamente pensaban en las viejas disquerías, nuestra propuesta invita a quien nos visita a mantener un contacto directo con las obras exhibidas, libre de cierta solemnidad a la que nos acostumbramos con los típicos espacios de arte.

¿Qué características tienen que tener los artistas para vender sus obras en este espacio? ¿Qué tipo de temas, técnicas y formatos poseen las obras que ustedes venden?

Hicimos una selección de artistas de acuerdo a nuestros intereses y al perfil que queríamos tuviera nuestro espacio. Así es como tenemos una gran variedad de temas y técnicas, en formato pequeño y mediano, predomina el papel como soporte lo que nos permite tener mucha obra en la tienda y que la gente pueda revisar y tener todo a mano. Tenemos dibujos, pinturas y principalmente grabado, buscando fomentar nuestra idea de accesibilidad al arte.

Mariquita - Julio Fierro

1

New York Botanical Garden
Fabiola Deodato

2

Los brotes infinitos - Leila Montero

3

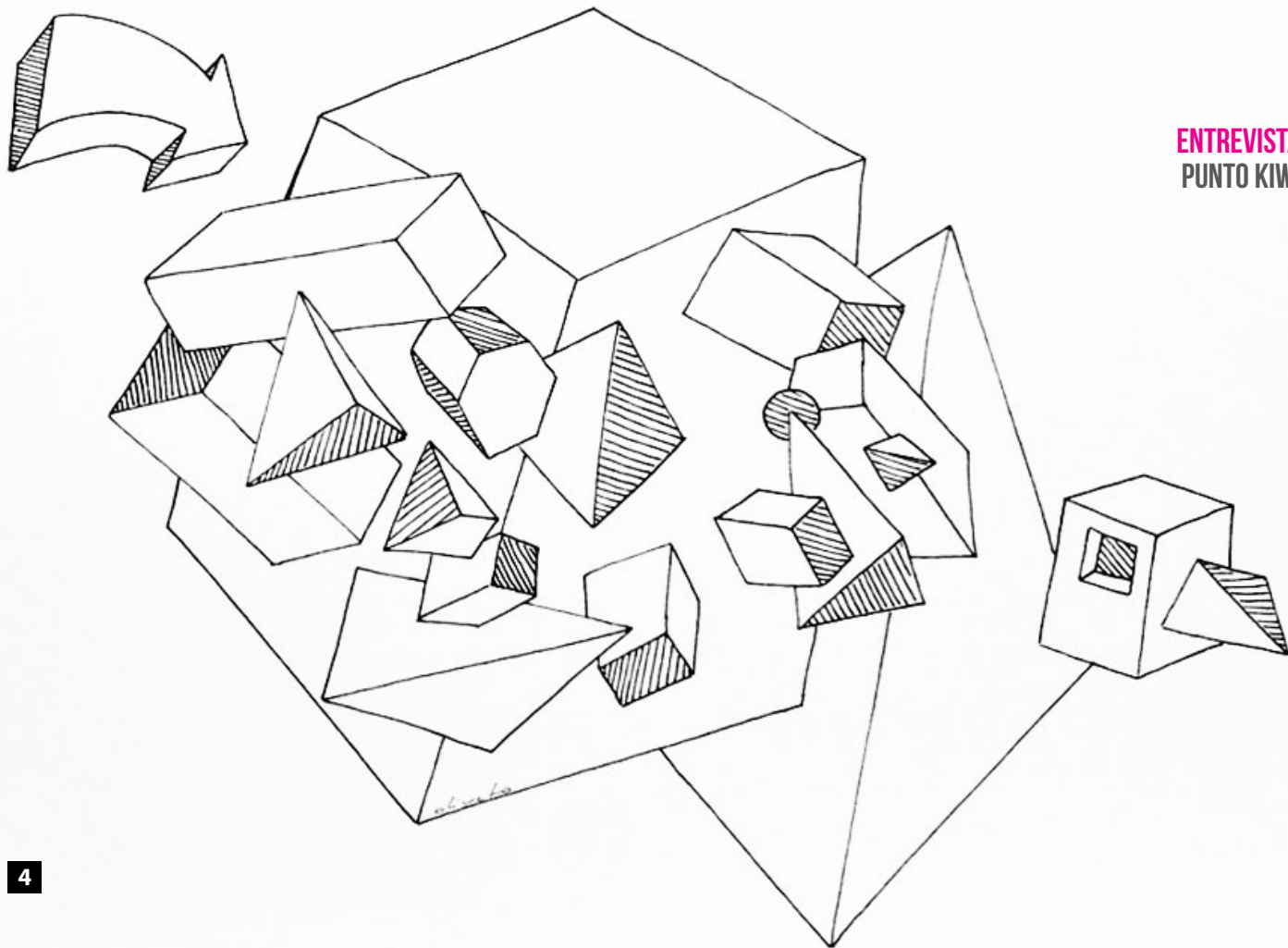
¿De dónde viene el nombre?

Kiwi viene de mi apodo me dicen Kiwi en referencia a un pájaro típico de Nueva Zelanda. Y punto como lugar de encuentro y lugar de referencia.

¿Es una galería de Arte o una Tienda de Arte?

Hacemos muchísimo hincapié en que somos una tienda de arte y subrayamos el concepto

Autor | D.I. Verónica Ciaglia
Editor de CE Magazine



4

¿Cuál es el público que desean captar y por qué?

Justamente nuestra idea no apunta a un público específico, sino al público general. Queremos que se incorpore la compra de arte como algo cotidiano, sea para regalar, decorar un espacio, o bien para comenzar una pequeña colección.

Existe una creencia en el público en general que las obras de arte originales son para algunos pocos, ¿Cuál es la visión de Punto Kiwi al respecto?

Creemos que está establecido de esa forma, existe un enorme caudal de público interesado en el arte con sensibilidad para querer tener obra en su casa pero existe un prejuicio por el cual todos creen que por ejemplo una pintura vale siempre miles de dólares. Nadie que está paseando entra a una galería y pregunta cuanto sale un cuadro porque le gustó para su living. Espacios como el nuestro buscan romper con esa visión y

establecer una nueva relación entre las obras de arte y la gente.

5 consejos para el público que desea regalar obra de arte

- Animarse. Es un regalo original, personal y muy especial para quien lo reciba.
- La obra tiene que gustar, así sea por una elección estética o por lo que transmite. Comprar arte no es solo cuestión de inversión.
- Pensar que por el precio de un jean se puede adquirir una obra de arte original, que es un regalo que perdura en el tiempo.
- Apostar a los artistas nuevos.
- Buscar siempre una obra de arte original.

¿Cuáles son los planes y desafíos de Punto Kiwi para este 2016?

Tenemos planeado lanzar nuestra web que ya está casi lista, con carrito de compra para

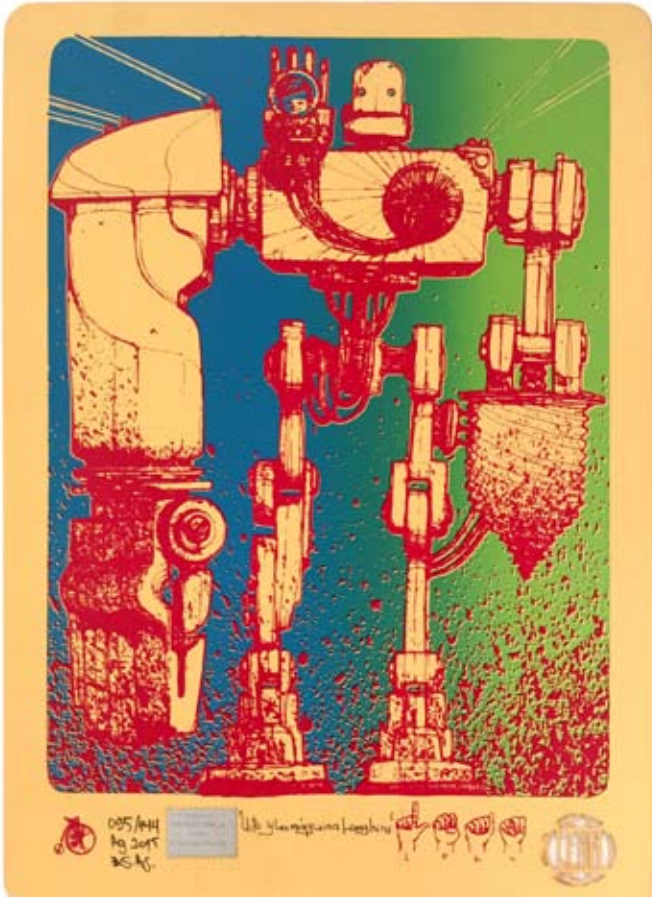
que la gente pueda comprar obra online. A partir de marzo o abril queremos empezar con un evento por mes, dándole la vidriera a distintos de nuestros artistas para que la intervengan y plasmen su obra como se les ocurra. Abrimos hace muy poquito, así que la idea es aprender y tratar de crecer y mejorar. Creemos en nuestro proyecto y nuestra misión.

Referencias 3 - Luis Olivetto **4**

Vito y la maquina Longuini **5**
Lean Frizzera

Helado - Ricki Crespo **6**

+ info:
puntokiwi@gmail.com
puntokiwi.com
[facebook/ punto kiwi](https://www.facebook.com/punto.kiwi)
[instagram @puntokiwi](https://www.instagram.com/puntokiwi)



5



6

ENTREVISTA PUNTO KIWI



Foto arriba:
 Leila Montero, Matias Danna y Sara Stewart Brown
Foto abajo: Leila Montero, Diego Alexandre y Luis Oliveto

PASIÓN POR LOS LIBROS

RECLAIMING
CONVERSATION
EL PODER DE LA
CONVERSACIÓN EN LA
ERA DIGITAL

● **Por qué la tecnología está socavando nuestra creatividad y cómo la conversación cara a cara puede ayudarnos a recuperarla?**

Una mirada atractiva hacia los que hemos emprendido la huida a la conversación debido a las redes sociales, mensajes de texto y correo electrónico, y cómo está dañando nuestra relación, la creatividad y la productividad.

La notable autora e investigadora Sherry Turkle ha estado estudiando la cultura digital durante más de treinta años. Aquí investiga una consecuencia preocupante: en el trabajo, en casa, en la política y en el amor, encontramos maneras de evitar la conversación, tentados por la posibilidad de un texto o un correo electrónico en el que no tenemos que mirar, escuchar o revelar nada de nosotros mismos.

Estamos convirtiéndonos en adictos a la conexión por encima de la conversación, y este hecho nos impide participar en un debate real, compartiendo nuestras opiniones reales y reaccionando a nuestra familia, amigos, socios y colegas de tal manera que se alienta el conflicto necesario, o se manifiesta difuso. Estamos renunciando a la política real en el espacio público sometiéndonos a una versión online de nosotros mismos.

Vivimos en un universo tecnológico en el que siempre nos estamos comunicando. Y sin embargo, hemos sacrificado la conversación por la mera conexión.

Desarrollamos un gusto por lo que ofrece la mera conexión. La mesa de la cena se queda en silencio cuando los niños compiten con los teléfonos por la atención de sus padres.

Los amigos aprenden estrategias para mantener conversaciones mirando por arriba de la pantalla de sus teléfonos.

En línea, sólo queremos compartir opiniones que nuestros seguidores estarán de acuerdo.

El caso para la conversación comienza con las conversaciones necesarias de la soledad y la auto-reflexión. Ellos están en peligro: en estos días, siempre conectados, vemos la soledad como un

problema que la tecnología debe resolver. Miedo de estar solo, que dependamos de otras personas para darnos un sentido de nosotros mismos, y nuestra capacidad para la empatía y la relación sufre.

Vemos los costos de la huida de la conversación en todas partes: la conversación es la piedra angular de la democracia y en los negocios.

En el ámbito privado, se acumula la empatía, la amistad, el amor, el aprendizaje y la productividad.

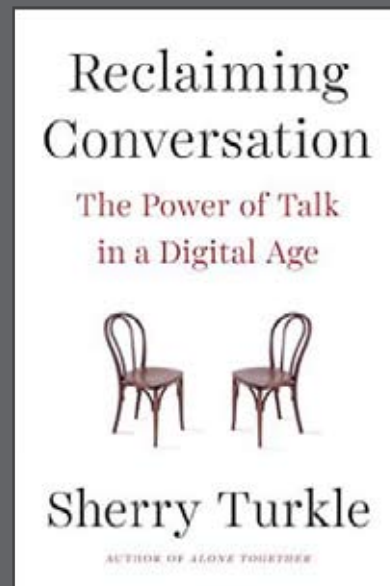
Las virtudes de la conversación de persona a persona son intemporales, y nuestra tecnología más básica, hablar, responde a los desafíos modernos. Tenemos todo lo que necesitamos para empezar, nos tenemos el uno al otro.

Sobre la base de cinco años de investigación y entrevistas en los hogares, las escuelas y los lugares de trabajo, Turkle argumenta en *Reclaiming Conversation* que hemos llegado a una mejor comprensión de donde nuestra tecnología puede y no puede llevarnos y que ha llegado el momento de recuperar la conversación. La más humana - y humanizadora - cosa que hacemos.

ACERCA DE SHERRY TURKLE

Profesora del MIT y autora notable, Sherry Turkle es una autoridad sobre cómo la tecnología está cambiando la forma en que vivimos.

Turkle es el autor de cinco libros y tres colecciones editadas, incluyendo una trilogía de tres estudios de referencia sobre nuestra relación con la cultura digital: *The Second Self*, *Life on the Screen* y el más reciente, *Alone Together. A recipient of a Guggenheim and Rockefeller Humanities Fellowship*. Es comentarista en medios y miembro de la Academia Americana de las Artes y las Ciencias entre otros organismos.



COCINA PARA EL ALMA
LABOR
ROTISERÍA & PROVISIONES

**LA CASA DONDE
SE COME Y BEBE BIEN**





Pincho de langostinos con guarnición

Labor apela al producto y a la materia prima fresca, a la cocina de sabores conocidos para los sentidos y elaborada bajo diferentes coccciones: ahumado, espiedo, plancha y horno de barro.

La rotisería éxito de Colegiales, pone mesones a la calle para disfrutar de las **noches** de verano con el sólo objetivo de **compartir**. La vereda Freire y Virrey Avilés despierta la vida nocturna del barrio y propone además de carnes y vegetales súper sabrosos, **aperitivos** pensados por Hernán Berardi (sommelier y creador de Labor y Crisol). Hay Aperol spritz, sangría de rosado, amargo obrero con cinzano, naranja y pomelo, Cynar julep, apóstoles tonic y cervezas artesanales como Schaferhund, Berlina, Antares, Rastel, además de una carta acotada divertida, diversa con vinos sinceros que expresan la tendencias del mercado.

Los hornos en Primavera/Verano se encienden y salen: el **sándwich de tapa de asado** ahumada con cebollitas caramelizadas, cheddar, pickles, tomate y salsa BBQ; la **hamburguesa** con panceta, rúcula, cebolla caramelizada, huevo, mostaza relish y papas. **Portobellos** gratinados; **salchichas alemanas** a la plancha con coleslaw, mostaza relish, pickles de pepino y cebolla; **empanadas**. Sumado a los menús especiales como bondiola a la plancha con salsa de yogurt, menta y pepinos; **roll de cerdo ahumado**; **papa plomo** rellena con queso cheddar y panceta; **salmón rosado** con salsa pebre. Para los sábados y domingos preparan la casa con **ribs de cerdo** y BBQ. Los **pollos** al espiedo son imperdibles, como los **pinchos de langostino** que vienen con guarnición.

En Labor todo es para llevar emulando las viejas rotiserías de antaño y, también, para comer en los mesones comunitarios.

La cocina de Labor se alinea con la tendencia confort food y recibe a todos los que disfruten de buenas carnes, especias y coccciones.

Portobellos gratinados



Roll de cerdo ahumado





Salmón rosado con guarnición y salsa pebre



Bondiola a la plancha con salsa de yogur menta y pepinos



Tapa de asado al quebracho



DATOS UTILES

Labor en Colegiales

Freire 1501
Buenos Aires

Teléfono:
011 4555-0615

Horarios:
Martes a Domingo
de 11:30 a 16 hs.
y de 18:30 a 00:30 hs.



+ info
[facebook / LABOR Rotiseria & Provisiones](#)



“LA COSMÉTICA NATURAL ES UNA EXCUSA PARA DAR UN MENSAJE DE NUESTRA FORTALEZA COMO MUJERES, DE PARAR UN POCO CON LA PUBLICIDAD QUE SÓLO NOS MUESTRA MUJERES DESNUDAS CON CUERPOS IRREALES”

**ELISENDA
MONTES PERLAS**

Autor | Mónica Cajas G

Voluntaria de Creatividad Ética
en el área de Comunicación & Contenidos

ENTREVISTA

MAMITA COSMÉTICA NATURAL

A sí define Elisenda el mensaje que quiere transmitir con su emprendimiento de cosmética natural MAMITA, nacida en Barcelona, vino a Buenos Aires por casualidad y comenzó su emprendimiento; tuvo la oportunidad de conocerla en una feria itinerante de diseño en Palermo, me llamó la atención la pasión con la que prepara sus productos y la forma que tiene para compartir sus conocimientos con las mujeres que la descubren.

En esta entrevista nos cuenta como inició en este mundo de la belleza con productos orgánicos, elaborados de forma artesanal y sin agregados químicos.

¿CÓMO COMENZÓ TU PROYECTO MAMITA?

Cuando decidí lanzarme con el emprendimiento, fue en parte una superación de mis miedos; comenzó cuando era más joven hace 10 años, tuve un brote de rosácea por todo el cuerpo por un estado emocional muy fuerte mientras estudiaba diseño, los médicos me recetaron corticoides, no quería usarlo porque mi educación en casa siempre fue muy natural, entonces comencé a buscar alternativas naturales para esta enfermedad.

En España no había mucha información al respecto, el tema orgánico recién comenzaba a sonar pero de forma difusa, a todo esto fui aprendiendo con cursos online y con talleres de aromaterapia, trataba de hacer un poco de todos lados y relacionado con la comida porque a la cosmética natural la trato como si fuera comida.

Por cuestiones familiares de mi pareja vine a Argentina, viví año y medio en el campo, en ese lugar me conecté mucho más con la naturaleza, siempre tuve el proyecto en mi cabeza pero en este nuevo lugar no era fácil conseguir los productos que necesitaba como la cera de abejas o los aceites esenciales, cuando decidimos venir a Buenos Aires no conocía nada en esta ciudad tan grande para mí, pero poco a poco fui investigando y comencé a encontrar productos orgánicos, en Barcelona estaba acostumbrada a buscar todo por internet y acá para mí ese sistema de búsqueda todavía no es efectivo, con esas dificultades dediqué mucho tiempo a encontrar lo que necesitaba y fui armando listas de los productos, hasta que los podía encontrar.

MAMITA COSMÉTICA NATURAL



No, yo fabricaba productos en España, pero lo hacía para mi familia, mis amigas, para mi, iba aprendiendo e iba mostrando lo que hacía, pero siempre supe que quería hacer un proyecto sobre este tema, con el concepto de un producto fresco.

¿QUÉ ES PARA TI LA COSMÉTICA NATURAL O BIOCOSMÉTICA?

Hay dos maneras de verla: La primera como en una etapa muy comercial y capitalista que es tomada como una moda; y la segunda que es cuando tomamos consciencia de nosotros, nuestro ser, pensamiento, estado emocional y físico, y comenzamos a cuidarnos en todos los aspectos, en ese caso la cosmética natural es parte de tomar consciencia de lo que te pones en la piel, y en tu cuerpo.

ENTONCES, ¿CONSIDERAS QUE DE LA MANO DE LA BIOCOSMÉTICA ESTÁ TAMBIÉN EL TEMA DE UNA ALIMENTACIÓN CONSCIENTE?

Sí, me parece que todo va unido un poco, porque cuando empiezas a tomar conciencia de lo que te pones en la piel, sigue la pregunta ¿Qué voy a comer?.

No pienso que debe ser algo estricto, como dejar de comer carne o harinas de un día para otro, es aprender a sentir las necesidades reales que pide tu cuerpo, en mi opinión es algo que deberían enseñarnos en la escuela.

¿DÓNDE SURGIÓ TU PASIÓN POR LA COSMÉTICA NATURAL?

Desde pequeña mis papás siempre me educaron con cosas naturales, con estas herramientas comencé mi búsqueda de mantener la belleza del cuerpo en equilibrio, para mí es muy importante esto porque todo es muy visual y fue una de las razones por las que estudié diseño gráfico, mi idea era transmitir a través de esa profesión las cosas que tiene la mujer real.

Comencé haciendo cosméticos y esa idea se fue agrandando, con este proyecto puedo visualizar la fuerza que tenemos todas las mujeres, me doy cuenta que existe todavía desigualdad al tratar de posicionarnos en este mundo de hombres y mujeres, la cosmética para mí es una excusa para dar un mensaje de nuestra fortaleza como mujeres, de parar un poco con la publicidad que solo nos

muestra cuerpos de mujeres desnudas con cuerpos irreales y tratar de poner un alto a este sentimiento de inferioridad que tenemos al compararnos con un hombre, defender nuestros derechos.

El cuidado de nuestro cuerpo es un punto de unión que tenemos las mujeres y lo que me he dado cuenta es que este proyecto y su taller terminan siendo un punto de encuentro para todas, se genera un lugar de reunión donde podemos hablar de lo que nos pasa, y a través de esta experiencia pude sentir que siempre estamos como en una lucha constante frente a nosotras mismas, esto no nos ayuda porque nos genera sentimientos de competencia entre mujeres cuando deberíamos mantenernos unidas, es increíble la fuerza que tenemos y lo que somos capaces de generar cuando estamos unidas, a través del paso del tiempo y de la historia hemos ido apartando nuestra esencia y en realidad es muy mágico todo lo que podemos hacer como mujeres, tenemos la fuerza de parir y no valoramos esas capacidades interiores, porque queremos adaptarnos para poder estar al mismo nivel de un hombre.

¿SIENTES QUE EL MUNDO DEL DISEÑO GRÁFICO, TE AYUDÓ A LLEGAR A LA COSMÉTICA NATURAL?, PARA TI, ¿SON MUNDOS QUE SE VINCULAN O SE MANTIENEN SEPARADOS?

Me ayudó mucho estudiar diseño gráfico, porque mientras estudiaba descubrí que era una carrera que me gustaba, y también porque después me hizo dar cuenta de que no quería seguir haciendo eso en el campo laboral, quería luchar por lo que realmente intuía que era mi camino.

Hoy la utilizo para todo el tema comunicación de mis productos (página web, fotografía, blog), me ayudó a hacerlo de una manera básica, pero pude implementar lo que estudié en 4 años, trato de comunicar la cuestión de la belleza visual a través de las fotos y de las cosas que publico en mi blog, lo he podido captar gracias a mi carrera y me doy cuenta que es una manera de comunicar y transmitir el mensaje a la gente.

¿QUÉ ES LO QUE TRATAS DE DIFUNDIR, A TRAVÉS DE TU PROYECTO?

En principio esto de que cada uno podemos generar lo que ne-



cesitamos para vivir, por eso en mi blog voy subiendo recetas, me gustaría comenzar a hacer videos tambien, pero también me gusta la idea de que se vaya tomando conciencia de lo que consumimos, comenzar a mirar qué es lo que en realidad nos están vendiendo en un producto, fijarnos en el valor energético que nos aporta ese producto que la mayoría de veces es ninguno, y con esta idea darnos cuenta que nosotros mismos con lo que tenemos en casa podemos con algo básico como un pepino y una lechuga se puede crear una crema que tendrá mejor efecto sobre nuestra piel, en vez de utilizar una crema que tenga un valor económico elevado.

También quiero difundir más cosas sobre comida, mi hermana me ayuda con este tema, vive en Londres y es "food styling", la idea es generar comida fresca como lo hago con la cosmética, con ingredientes que tengas en casa, saber las propiedades de los mismos, me gusta compartir las propiedades que tiene el comer algo como una manzana con canela, y así aprender y conocer lo que realmente estamos comiendo.

¿CUALES CREEES QUE SON LOS PROS Y LOS CONTRAS DE LA COSMÉTICA NATURAL VS. LA COSMÉTICA INDUSTRIAL?

Lo que siento que está pasando mucho ahora en Europa o USA con la cosmética natural, es que se lo está tomando como una moda, al igual que la comida orgánica, y esto como cualquier moda puede traer consecuencias como una sobreproducción de alimentos orgánicos sin tomar en cuenta las consecuencias ambientales que se pueden generar en suelos productivos y esto puede transformarse en una forma más de consumo, por eso mi idea principal en mi proyecto no es que todo es orgánico, sino que se considere que el producto que estás consumiendo es fresco, es decir producir productos en el día a día que sabes que lo puedes guardar en tu heladera por días o inclusive meses y que está hecho con las plantas que encuentras por estación, evitando generar esta cadena de sobreproducción estacionaria. Con MAMITA estuve 6 meses en Argentina, entonces tuve una producción de invierno y ahora en el cambio de estación debería preparar productos de verano, porque algunos productos que llevan ingredientes como aceite de coco se

derriten en esta época, este cambio estacionario lo considero como un pro de la cosmética natural porque debes aprender a utilizar las cosas que la naturaleza nos brinda en cada época estacional.

En cuanto a la cosmética industrial, un pro puede ser que puedes encontrar productos más económicos para tu piel, si no conoces bien sobre cosmética natural y lo único que tienes a mano es lo que se vende en el mercado, puedes adquirir un producto a bajo costo, pero hay que tomar en cuenta que la cosmética industrial sólo está pensando en cómo generar ganancias y muchas veces sus campañas de publicidad terminan siendo un maltrato a la mujer, comerciales machistas que generan muchos traumas en las mujeres y hoy se percibe que su mensaje influye mucho en niñas y adolescentes, que al mirar ese tipo de publicidad comienzan a tener pensamientos banales de lo que debe ser o no una mujer, esto fue lo que sentí que me pasó con el diseño gráfico, es un espacio lleno de creatividad pero una vez que entré a trabajar, sentí que tienes que engañar para vender un producto, lo cual me parece espantoso.

¿CUÁL FUE LA EXPERIENCIA CON TU PROYECTO EN ARGENTINA?

Al principio, fue un poco complicado porque no soy de acá, la adaptación a un país nuevo, un lugar muy lejos de mi casa donde debo conocer las reglas que son totalmente diferentes y me costaba encontrar buenos productos; a todo esto también se sumaron mis miedos personales, tenía inseguridad de si lo iba a lograr y de si iba a poder sacar al proyecto adelante, cuando me animé y lo pude sacar me fue muy bien.

Creo que es un país donde una puede animarse a hacer lo que quiera, porque te dan la oportunidad y te dan un lugar, en Europa existen muchas restricciones y no dejan que puedas avanzar con tus proyectos de emprendimiento, acá sentí más apertura en ese aspecto porque puedes inventar una cosa, hacerla y te van a dar un lugar y un espacio para mostrarla, eso es genial.

Con mi proyecto me di cuenta también que habían muchas mujeres, que estaban anhelando y no encontraban un espacio como MAMITA, entonces me parece que llegué en un momento justo, donde pude expresarme y me fue bien.

MAMITA COSMÉTICA NATURAL



¿CUALES SON TUS INGREDIENTES LOCALES FAVORITOS, PARA ARMAR UNA RECETA?

Me encanta la manteca de cacao de acá, la rosa mosqueta, y los aceites esenciales que he encontrado acá son muy buenos, Argentina es el mejor productor de aceite esencial de limón del mundo. Me gusta también trabajar con las plantas aromáticas, el trabajo de secarla y macerarla, es muy lindo.

¿HUBO ALGÚN TIPO DE PLANTA LOCAL QUE FUE COMPLICADO INCORPORAR EN TUS PRODUCTOS?

No, porque siempre trato de trabajar con productos muy sencillos como la manzanilla, lavanda, caléndula, romero, que son plantas que siempre se encuentran.

¿QUÉ EXPERIENCIAS TE LLEVAS DE TRABAJAR COMO EMPRENDEDORA EN ARGENTINA?

Me llevó un montón de cosas ¡Aprendí de todo!, al principio era muy tímida, me ponía roja enseguida y sabía que tenía que hablar mucho, además el aprender a hacer todo desde cero: manejar un negocio, poner límites propios a mis horarios laborales, mantener un espacio personal para no estar 24 horas trabajando, es muy buena toda esta introducción porque ahora voy con otra mentalidad a Barcelona y lo de allá es un tema más burocrático.

¿CUALES SON TUS SIGUIENTES PASOS?

En Barcelona, quiero montar como un local de MAMITA, con un laboratorio abierto es decir, que puedas ver como se fabrican los productos cuando lo visites, la idea es como la cocina de un restaurante pero en este caso es para preparar productos de cosmética natural y también generar otro espacio donde se puedan probar los productos, dar talleres y todo esto acompañado de un huerto donde se produzcan las plantas que utilizó para la fabricación de los productos.

Quiero seguir con mi idea de blog en mi página web e incorporar videos con recetas y preparaciones, mi idea con el proyecto también es que me de la posibilidad de viajar, que pueda dar talleres no solo

en Barcelona sino en Latinoamérica o donde sea y poder difundir el mensaje a más personas.

¿UNA RECETA PARA SER FELIZ?

Una que a mí me sirve mucho es aprender a sacar los pensamientos negativos de nosotros, a vernos en el espejo y sonreír, estar agradecidos con nuestro cuerpo, verlo y darle las gracias, no criticarse a uno mismo.

¿Y UNA RECETA MAMITA PARA COMPARTIR?

Hay dos recetas que me gustaría compartir, que son para el verano:

Hidratante para el cuerpo:

- 2 cucharaditas de aceite de coco
- Aceite esencial de limón o pomelo (si no tienen el aceite esencial, se puede poner un chorro de jugo natural de limón o pomelo)

Preparación: Derretir a baño maría las dos cucharaditas de aceite de coco, una vez disuelto colocar 2 gotas del aceite esencial o una cucharadita del jugo de la fruta de nuestra preferencia.

Se recomienda guardar la preparación en un recipiente de vidrio, conservarlo en la heladera (si la receta es preparada con jugo tiene un tiempo de duración de aproximadamente 2 semanas; si es con aceite esencial puede durar hasta 6 meses).

Loción hidratante para la cara (splash)

- 1 Pepino
- 4 hojas de menta fresca
- Agua mineral
- Un frasco de vidrio
- 1 cucharadita de vinagre de manzana.

Preparación: Cortar y licuar el pepino, colar la pulpa y utilizar solamente el líquido, colocar las hojas de menta en pedazos pequeños, y esta preparación mezclar con un poco de agua mineral y la cucharadita de vinagre de manzana.

¿UN ÚLTIMO MENSAJE?

Me siento muy agradecida con todo lo que me pasó, las oportunidades que tuve, la confianza que tuve de la gente, sólo me queda decir muchas gracias.

+ info

Elisenda Monté Perlas
hola@mamitabotanical.com
www.mamitabotanical.com

+ info del autor

monicajas82@yahoo.com
ar.linkedin.com/mónica-cajas-gonzalez-8605a859

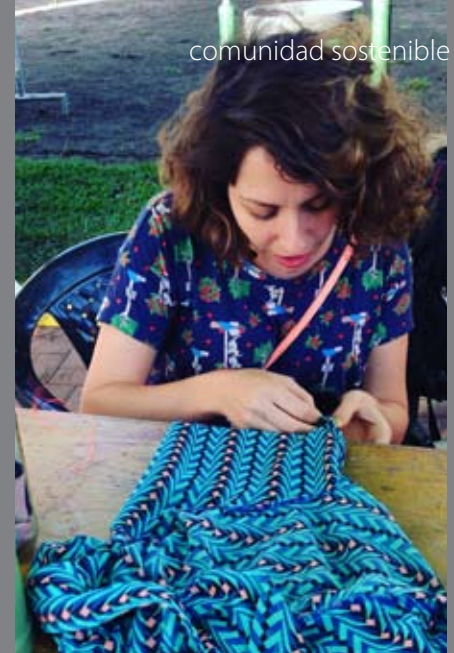


CLUB DE REPARADORES

UN PROYECTO DE ARTICULO 41



Autor | D.I. Verónica Ciaglia
Editor de CE Magazine



EL SÁBADO 28 DE NOVIEMBRE TUVO LUGAR LA PRIMERA EDICIÓN DEL #CLUBDEREPARADORES EN PARQUE LEZAMA EN EL MARCO DE LA FERIA VUELTA VERDE JUNTO AL PROYECTO EL GRAN AULA. EL CLUB DE REPARADORES ES UN EVENTO ITINERANTE DE REPARACIÓN COLECTIVA DE ARTÍCULO 41, UN PROYECTO DE COMUNICACIÓN SUSTENTABLE IMPULSADO POR MELINA SCIOLI Y MARINA PLA. ES UNA MANERA DE PROMOVER EL CUIDADO Y LA VALORACIÓN DE LOS RECURSOS PARA UN CONSUMO RESPONSABLE; Y EXTENDER LA VIDA ÚTIL DE LAS COSAS EVITANDO QUE SE CONVIERTAN EN BASURA.

Para el diseño de esta iniciativa trabajamos en el marco de un taller de Exploración a cargo del estudio de arquitectura A77 en CHELA, centro de experimentación en Cultura, Tecnología y Comunidad. La estructura y soporte para el evento es un desarrollo en conjunto con el grupo Banco de trabajo y Romina Estecher.

“Restart Parties” o “Repair cafés”, es el nombre que se le da a espacios de encuentro auto-gestivos donde hay herramientas, gente con habilidades, gente con cosas para reparar y ganas de enseñar y aprender en otras partes del mundo. La Repair Café Foundation, creada en 2009, nuclea a cientos de espacios en los cinco continentes. El Club de Reparadores recrea esta iniciativa en Argentina.

Desde Artículo 41 proveemos un espacio de trabajo colectivo, herramientas y materiales, y convocamos a la comunidad a traer objetos y pertenencias rotas para reparar, aprender e involucrarse en ese proceso. Para dar soporte en la reparación convocamos a los reparadores locales del barrio, nos aliamos también con organizaciones y emprendimientos que se especializan en distintos rubros (textil, electrónica, carpintería) como Dacal y Alquimétricos, para esta edición. El corazón del evento son los reparadores voluntarios de la comunidad que se acercan y aportan sus saberes.

A su vez, para darle visibilidad a los reparadores locales y promover su trabajo, hacemos un mapeo de ellos, de comercios de repues-

tos, services y venta de insumos de la zona.

La propuesta: reunirse para arreglar objetos rotos, gastados, o les falte el “coso del cosito”, para extender su vida útil y evitar que se conviertan en residuos. Reparar cosas, tan disímiles entre sí, tan únicas cada una en su desperfecto en el espacio público presentaba un desafío. Funcionó: unas treinta personas se acercaron con la ilusión de darles nueva vida a sus cosas. Algunos llegaban porque estaban sobre aviso; otros simplemente pasaban por allí y les resultó oportuno arreglar una patilla del antejo, un juguete descompuesto. Y hasta divertido, porque no todos los días un reparador enseña sus secretos, y los de cómo están hechas las cosas. Había que ver a los voluntarios, que quizás ni se conocían entre sí, dándose maña para reemplazar el coso del cosito con lo que hubiera a mano. Daban gusto las caras de alegría de los dueños de las cosas al ver que pasaban rápidamente de casi basura a ser otra vez elementos valiosos, y el gesto de satisfacción de cada reparador al devolverlos a la vida.

En esta primera edición llegaron inútiles y se fueron funcionales y contentos: unas patillas de lentes, dos auriculares, 2 portalámparas, una lustradora, 2 vaporeras, un enchufe de plancha, una tostadora, una compu de juguete, otro juguete con sonidos, un ventilador antiguo, una hamaca, una tapa de olla, un vaso térmico recuperó asa, un sensor de sonido, un velador, una malla de

reloj, tres remeras, cinco camisas, una pollera, dos carteras, un bolso se transformó en un transporta-gatitos, una suela de sandalia, una suela de ojota, cinco pantalones, una funda de almohadón y dos saquitos.

#ClubdeReparadores es una manera de combatir la “cultura de lo descartable” y la obsolescencia programada, pasar la tarde en comunidad y revalorizar habilidades.



CLUB DE REPARADORES

SOSTENEMOS QUE ESTAS VERDADES SON AUTO-EVIDENTES

EL MANIFIESTO DE AUTOREPARACIÓN:

LA REPARACIÓN ES MEJOR QUE EL RECICLAJE.

HACER QUE NUESTRAS COSAS DUREN MAS ES TANTO MAS EFICIENTE COMO MENOS COSTOSO QUE EXPLOTARLAS PARA EXTRAER SU MATERIA PRIMA.

LA REPARACIÓN SALVA EL PLANETA.

LA TIERRA TIENE RECURSOS LIMITADOS Y NO PODEMOS MANTENER UN PROCESO DE MANUFACTURA LINEAL POR SIEMPRE. LA MEJOR FORMA DE SER EFICIENTE ES REUTILIZANDO LO QUE YA TENEMO!

LA REPARACIÓN AHORRA DINERO.

REPARAR LAS COSAS A MENUDO ES GRATIS, Y USUALMENTE MENOS COSTOSO QUE REEMPLAZARLAS. HACER LA REPARACIÓN UNO MISMO AHORRA DINERO EN SERIO.

LA REPARACIÓN ENSEÑA INGENIERÍA.

LA MEJOR FORMA DE AVERIGUAR COMO FUNCIONA ALGO ES DESARMÁNDOLO!

SI NO LO PUEDES REPARAR, NO ES REALMENTE TUYO.

EL REPARAR CONECTA A LAS PERSONAS Y LOS APARATOS, CREANDO LAZOS QUE TRANSCIENDEN EL CONSUMO. LA AUTORREPARACIÓN ES SUSTENTABLE.



LA REPARACIÓN TE CONECTA CON TUS COSAS ○ LA REPARACIÓN POTENCIA Y DA VALOR AL INDIVIDUO

LA REPARACIÓN TRANSFORMA AL CONSUMIDOR EN ALGUIEN QUE CONTIBUYE ○ LA REPARACIÓN INSPIRA ORGULLO

LA REPARACIÓN INYECTA ESPÍRITU Y LE DA UN CARÁCTER ÚNICO A LAS COSAS ○ LA REPARACIÓN ES INDEPENDENCIA

REPARAR REQUIERE CREATIVIDAD ○ REPARAR ES VERDE ○ REPARAR ES UN GOZO

EL REPARAR ES NECESARIO PARA PODER ENTENDER NUESTRAS COSAS ○ EL REPARAR AHORRA DINERO Y RECURSOS

TENEMOS EL DERECHO:

DE ABRIR Y REPARAR NUESTRAS COSAS SIN VIOLAR LA GARANTÍA

A APARATOS QUE SE PUEDAN ABRIR ○ A CÓDIGOS DE ERROR Y DIAGRAMAS DE CONEXIÓN

A INSTRUCCIONES DE DIAGNÓSTICO Y DIAGRAMAS DE FLUJO

A DOCUMENTOS DE REPARACIÓN PARA TODAS LAS COSAS ○ A ELEGIR NUESTRO PROPIO TÉCNICO DE REPARACIÓN

DE REMOVER ETIQUETAS QUE DICEN "NO REMOVER" ○ DE REPARAR COSAS EN LA PRIVACIDAD DE NUESTRO HOGAR

DE REEMPLAZAR TODOS LOS CONSUMIBLES NOSOTROS MISMOS

A EQUIPO QUE NO REQUIERA HERRAMIENTAS ESPECIALES PARA REPARARSE

A DISPONIBILIDAD DE PARTES Y REFACCIONES A PRECIOS RAZONABLES

INSPIRADO POR LA TABLA DE DERECHOS DE MISTER JALOPY Y EL MANIFIESTO DE REPARACIÓN DE PLATFORM 21

ART. 41

+ info

Marina Pla / 11 4975-9187

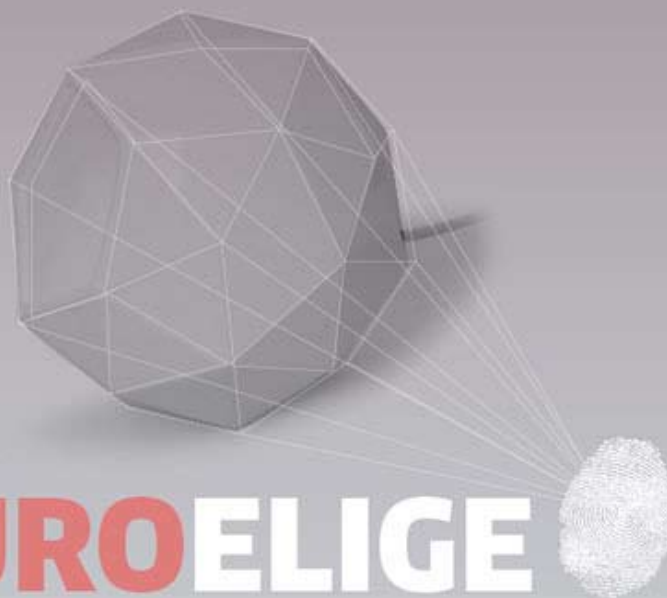
Melina Scioli / 11 6163-7888

articulo41@gmail.com

FB / Articulo41

Instagram / articulo41

DEL 24 AL 29 DE MAYO 2016



#PUROELIGE

COMENZÓ LA CONVOCATORIA A EXPOSITORES PARA LA 16ª EDICIÓN DE LA FERIA DE DISEÑO MÁS IMPORTANTE DE LATINOAMÉRICA. ELEGÍ ESTAR, ELEGÍ MOSTRAR A TODOS LO QUE HACÉS.

FERIA PURODISEÑO 2016

Ya comenzó la Convocatoria a Expositores para la 16ª edición de la Feria de Diseño, que se llevará a cabo del 24 al 29 de mayo en el Predio de la Rural de Palermo.

Todas las marcas y diseñadores, hayan sido expositoras o no, deberán presentar sus pro-

ductos para ser aprobados por el Comité de Selección. El mismo, en las diversas jornadas de selección de expositores, asesora, evalúa y define cuáles serán los talentos de #FPD16.

El Comité está conformado por un grupo de especialistas referentes en todas las disciplinas del diseño.

Este año los curadores son: Andrés Gotelli, Benito Fernández, Cristian Mohaded, Facundo de Falco, Julio Oropel, Marina Massone y Verónica Alfie

Para inscribirte

<http://www.feriapurodiseno.com.ar/16/st/>



A'DESIGN AWARD & COMPETITION



Creatividad Etica apoya & difunde nuevamente la **A'Design Award and Competition**, la competición de diseño más grande del mundo que premia los mejores diseños, conceptos de diseño, productos y servicios. Los premios de A'Design se organizan en una amplia gama de campos creativos para destacar a los mejores diseñadores de todos los países en todas las disciplinas. Las presentaciones a la competición son criticadas y juzgadas anónimamente por un jurado de académicos experimentados, miembros distinguidos de la prensa y reconocidos profesionales. El A'Design Award & Competition promete fama, prestigio, publicidad y el reconocimiento internacional a todos los ganadores de los premios A'Design entregados en esta importante competición.

El "Premio A'Design" es un codiciado y completo paquete de premios para los diseños ganadores, incluye, pero no se limita a: el certificado internacional de la excelencia del diseño enmarcado en metal, invitación a la exclusiva noche de gala en Italia, exhibición online y offline de los proyectos premiados, cartel de los proyectos premiados, publicación en el anuario de los mejores proyectos, una impresión especial del trofeo en una lujosa caja negra, traducción del proyecto a más de 20 idiomas para alcanzar una verdadera audiencia internacional, una entrevista exclusiva con el ganador, preparación y distribución de comunicados de prensa, licencia al uso del logo "A'Design Award Winner" en sus comunicados, promoción de trabajos premiados a miles de otras publicaciones, presencia en los medios a través de nuestros socios de prensa, inclusión en el Word Design Rankings, como también acceso adicional a la comercialización y herramientas de relaciones públicas.





Arak-Pack Packaging by *Luis Valesini*



Bunny Swivel easy chair by *Vincenzo Vinci*

ALGUNOS GANADORES 2014/2015

A'Design Award & Competition ha sido creado para promover y reconocer los mejores trabajos de diseño en todos los países y en todas las disciplinas creativas. El objetivo principal de nuestro concurso es generar una conciencia global para la mejor comprensión de las buenas prácticas y principios de diseño, poniendo de relieve los mejores diseños en todos los países y en todos los sectores industriales. El objetivo último de A'Design Awards es animar a diseñadores, empresas y marcas de todo el mundo a crear productos y proyectos de calidad que beneficien a la sociedad.

A'Design Award & Competition tiene un objetivo altruista que persigue hacer avanzar a la sociedad impulsando las fronteras de la ciencia, el diseño, la creatividad y la tecnología, mediante la creación de incentivos para que los innovadores desarrollen mejores ideas. Perseguimos crear incentivos que potencien y premien la creatividad, las ideas originales y la generación de nuevos conceptos en todos los sectores industriales. La "A" de nuestro logo, que sirve como imagen del trofeo entregado a todos los ganadores, significa que la originalidad, la funcionalidad y la eficiencia en el diseño ayudan a que el mundo sea un lugar mejor.

Cada año, los proyectos enfocados en innovación, tecnología, diseño y creatividad son premiados con el premio A'Design. Las presentaciones son aceptadas anualmente hasta el 28 de Febrero y los resultados son anunciados cada año el 15 de Abril. Los diseñadores del mundo son llamados a formar parte en la convocatoria para exponer sus mejores trabajos, proyectos y productos. Las presentaciones son aceptadas siempre y cuando hayan sido diseñadas en los últimos 10 años.

CONOZCA MÁS SOBRE LOS PREMIOS A' DESIGNS

Observe la presentación a los premios A'Design:
<http://www.designaward.com>

Conozca en profundidad los premios A'Design:
<http://www.whatisadesignaward.com>

Visite los diseños premiados:
<http://www.awardeddesigns.com>

Acceda al kit de prensa de los trabajos y proyectos ganadores:
<http://www.press-kit.org>

Lea las entrevistas con los diseñadores ganadores:
<http://www.design-interviews.com>

Ingrese su trabajo en la competición A'Design en:
<https://competition.adesignaward.com/registration.php>

Descubra el World Design Rankings:
<http://www.worlddesignrankings.com>



REVISTA IF 10 NÚMERO ANIVERSARIO

EL MIÉRCOLES 2 DE DICIEMBRE SE LLEVÓ A CABO LA PRESENTACIÓN DE LA REVISTA IF 10, NÚMERO ANIVERSARIO: "DIEZ DESAFÍOS DEL DISEÑO" EN EL MUSEO DE ARTE MODERNO DE BUENOS AIRES, CON LA PARTICIPACIÓN ESPECIAL DE ADRIÁN LEBENDIKER (FUNDADOR DEL CMD Y DE LA REVISTA IF) Y EL ESPECIALISTA EN DESARROLLO E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y CIENTÍFICA ENRIQUE MARTÍNEZ.

La Revista IF es editada y publicada por el Centro Metropolitano de Diseño (CMD) de la Ciudad de Buenos Aires, que comenzó con un primer formato en el año 2001 y que en el 2006 se relanzó con la numeración que continúa al día de hoy. Sin duda es motivo de celebración que una institución pública, como es el CMD, haya podido sostener una publicación de estas características durante tantos años, donde número a número van quedando reflejadas las diversas líneas de debate vigentes en torno al diseño en todas sus ramas. Actualmente se edita en forma anual, y cada número toma un tema como eje central.

Con este ejemplar la Revista IF cumple diez ediciones, por eso el diez y la celebración fueron los temas de este número tan particular. Más que hacer una retrospectiva sobre lo sucedido en estas diez ediciones el equipo editorial decidió girar la cabeza y mirar hacia adelante. Pensaron en diez desafíos para el

diseño en los próximos años y convocaron a diez pensadores referentes de la escena disciplinar para que los desarrollen. Adélia Borges, Enrique Mario Martínez, Hugo Kogan, Alberto Sato, Guillermo Bengoa, Verónica Devalle, Wolfgang Schäffner, Carolina Short, Tomás García Ferrari, Guy Julier y Raquel Pelta fueron los elegidos para que, cada uno desde su óptica, desarrolle lo que, a su entender, constituye un reto para el diseño hoy. Además, este número cuenta con la valiosa participación del artista Juan José Cambre en el diseño de la tapa y con una entrevista al diseñador italiano Ezio Manzini.

La revista se puede retirar de forma gratuita por el CMD (Algarrobo 1041, CABA) o por El Dorrego (Av. Dorrego 1898) de lunes a viernes de 10 a 16 hs., o descargar la versión digital en revista-if-cmd.blogspot.com.ar





creatividad
ética

Creatividad Ética agradece a todos los que colaboraron
y participaron de esta Edición.

Esperando contar con uds.
en las sucesivas publicaciones

<http://creatividadetica.org>

