CREATIVIDAD ETICA MAGAZINE

CE

#13 año 2012



DESIGNABROAD
CURIOSIDADES URBANAS
DISEÑO GRÁFICO
NEWS
RSE
DISEÑO INCLUSIVO
DISEÑO INTERNACIONAL/
DESTINO OXFORD
DESTINO BERLÍN
DISEÑO SUSTENTABLE
COMUNICACIÓN
DISEÑO INDUSTRIAL
ARTE+
DIARIO PATAGÓNICO
PUBLICIDAD
MOVIDA CULTURAL
EXPERIENCIA EMOCIONAL

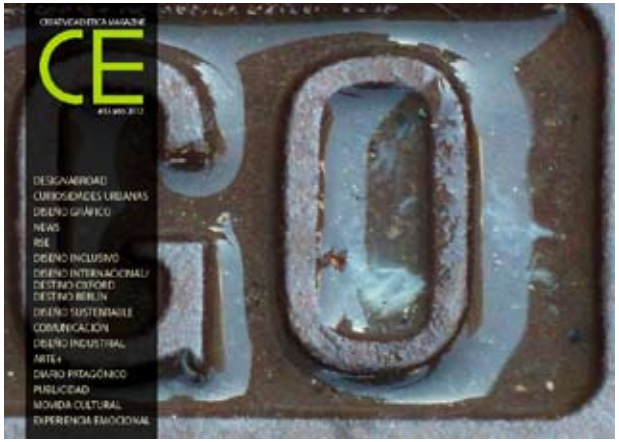
CREATIVIDAD ÉTICA MAG
STAFF

EDITOR/DIRECTOR
Verónica Ciaglia

DISEÑO Ignatius

COLABORADORES
Fernando Abdala
Maria Laura Bellini
Alejandra Bello
Alejandra Benitez
Marianna Garin
Martin Jasper
Juan Enrique Maya
Luciano Rodriguez Alcalá
Maria Rosa Rago Sweeney
Aleandra Scafatti
Diego F. Scurk
Silke
Gabriell Stabilito

La Asociación Civil para la Difusión de la Creatividad en el Diseño (Personería Jurídica otorgada por Res.IGJ511 del 10 de Junio de 2008, info@creatividadetica.org), no se responsabiliza por la veracidad, licitud, legalidad o integridad de -o del uso de- las notas (expresiones, contenido, obras protegidas por la propiedad intelectual o información vertidas o utilizadas por los autores de las mismas o accesibles vía enlaces en terceras URLs), ni tampoco se reponsabiliza por el daño o perjuicio que las mismas causaren en terceros, cualquiera sea la naturaleza del daño o perjuicio. Entre otras, no se responsabiliza por la violación a derechos de terceros (Propiedad Intelectual, Intimidad, Honor, Confidencialidad u otros), quienes en toda hipótesis de acción deberán dirigirse a los autores de las mismas. El uso de dicha información queda a exclusiva responsabilidad de los lectores, a quienes se advierte que los autores de dichas notas poseen sobre las mismas derechos de propiedad intelectual vigentes, en virtud de los cuales autorizaron la publicación, reproducción y comunicación de dichas notas a nuestra Asociación.



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

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

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

D.I. Verónica Ciaglia
Director & Editor de Cemagazine

creatividad ética

www.creatividadetica.org

INDEX

NEWS / pág. 4 Design Abroad - Torino 2012

NEWS / pág. 12 YIRA. De Buenos Aires a Torino

CURIOSIDADES URBANAS / Pág. 14
iPhoneography

DISEÑO GRÁFICO / pág. 16
Caso de Identidad Visual. LUB

NEWS / pág. 19 Latido. Cultura Visual

RSE / pág. 20 ¿Para qué sirve la ISO 26000 de Responsabilidad Social?

DISEÑO INCLUSIVO / pág. 21
Proyecto para Talleres de Textil
La suma de muchos UNOS hacen un TODO

DISEÑO INTERNACIONAL / pág. 23
Destino Oxford. Ethical Fashion Symposium

DISEÑO INTERNACIONAL / pág. 27
Destino Berlín. Ilustrative 12

DISEÑO SUSTENTABLE / pág. 28
RÍO+20 en buenos aires

COMUNICACIÓN / pág. 29
Cinco Claves de las Presentaciones Eficaces

DISEÑO INDUSTRIAL / pág. 32
Rusty Deimos. Piezas de imagniería.

DISEÑO INDUSTRIAL / pág. 34
Entrevista. D.I. Lucio M. Traficante

ARTE+ / pág. 38 Herramientas de Poder.
El colectivo danés Superflex.

ARTE+ / pág. 41 Ai Weiwei

DIARIO PATAGÓNICO / pág. 44
Patagonia, mía - 08. Sutiles líneas

PUBLICIDAD / pág. 46
Publicidad en al Mundo Mobile

MOVIDA CULTURAL / Pag. 48
Fiesta de la Creatividad y la Innovación

EXPERIENCIA EMOCIONAL / Pag. 50
La Senda del Artista



ENTREVISTA

D.I. LUCIO M. TRAFICANTE

Sus diseños han pasado por ciudades tan emblemáticas como Roma o Milán y, desde que dejó su ciudad natal, Rosario, trabajó como diseñador para las más prestigiosas mueblerías de Buenos Aires.

Sin embargo, a la hora de definir el secreto de sus logros, Lucio Traficante prefiere atribuirlos a la sencillez de dos conceptos: **compromiso y pasión.**

Compromiso, que le permite entender el diseño como elemento reivindicador del hombre contemporáneo en contraposición a aquella cultura material que se expande vorazmente según las reglas y necesidades del mercado. Pasión, que lo convierte en una especie de moderno poeta que interpreta las emociones y sentimientos de sus usuarios, como vocablos de un poema en donde la prosa se materializa para describir al corazón a humano.

¿Cómo podrías definir al Diseño Industrial?

Cuando era estudiante y decía que estudiaba Diseño Industrial era muy común encontrarme con caras de interrogación. La verdad es que no había mucha gente que supiese a qué se dedicaba un diseñador industrial y tampoco

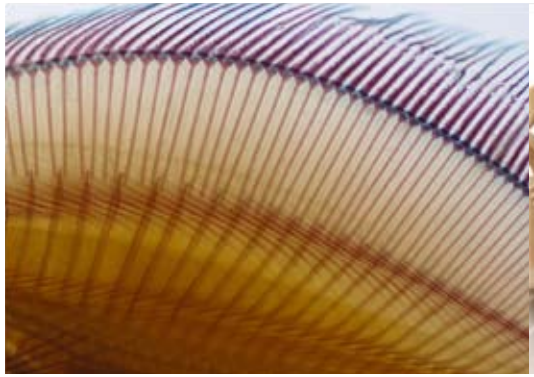


muchos diseñadores a los que no nos costase explicarlo. Entonces, me enredaba en elegantes e ingenuas explicaciones que, ciertamente, no convencían demasiado a mis oyentes y, para ser sinceros, mucho menos a mí.

Con el tiempo, empecé a ver el diseño en términos de comunicación. Como un diálogo entre el producto y el usuario, en donde el diseñador juega el papel de interlocutor. Dicho de una manera más técnica, diseñar es proyectar aquellas piezas de un objeto que interactúan y dialogan con el usuario y, al mismo tiempo, la









Mimesis Natura 2

forma en que éstas se relacionan y conviven con el resto de los elementos que componen al objeto. Igualmente, sigo creyendo que se trata de una profesión muy heterogénea en donde los límites de su definición varían día a día.

¿La forma todavía sigue a la función?

Pienso que todo producto está compuesto por diversos factores, tanto ergonómicos, funcionales, formales y productivos; como sociales y económicos, entre otros. La tarea del diseñador consiste en conjugarlos en diferentes proporciones con el fin de lograr un equilibrio entre los mismos que sea siempre coherente con la función final a la cual está destinado el objeto en cuestión.

Existen casos en que se acusa a un producto de haber sido concebido sólo para agradar a la mirada o satisfacer nuestro espíritu. Pero si el diseño se encarga de satisfacer las necesidades humanas, no pude negarse que toda persona tiene demandas sentimentales o espirituales.

En ese caso, la forma pasaría de alguna manera a ser la función. Ya no hay diferencias. La forma es la función y la función es la forma.

¿Cuáles son los conceptos que prevalecen en tus diseños?

Me atrae mucho la idea de renovar conceptos. No olvidar la historia, rediseñar excelentes modelos tradicionales para no dejarlos morir como una vieja especie en vías de extinción. Adaptarlos a las diversas exigencias y necesidades del individuo contemporáneo, renovando esa cultura productiva que lo define socialmente y que, por lo tanto, lo representará ante futuras generaciones.

¿Cómo impactan las nuevas tecnologías en los procesos de diseño?

Considero a la tecnología tan sólo como una variable dentro del proceso de diseño. Hoy está como mañana pude no estar. Vivimos en un mundo cambiante, con destino incierto, donde las tecnologías evolucionan permanentemente a costa del consumo desmesurado de los recursos naturales no renovables. Me parece imprescindible que cada diseñador tome conciencia de esta situación y comprenda que, posiblemente, la carta de materiales disponibles varíe drásticamente en un futuro no muy lejano. Aquellos productos que estén determinados por una tecnología específica y no por el valor agregado del diseño, pasarán a ser obsoletos e incapaces de adaptarse a las nuevas condiciones del medio. Creo que la tecnología debe estar al servicio del diseño y no el diseño al servicio de la tecnología.

Lógicamente, hoy en día, la abundancia tecnológica, sobre todo en los países del primer mundo, compensa la pobre destreza creativa de muchos diseñadores, destreza que desgraciadamente en un futuro no compensará la escasez de recursos productivos.



Silla Gacela

¿Cómo ves la inserción de los diseñadores en nuestro país?

Me parece que muchas veces la falta de una definición clara sobre esta profesión se traslada al sector laboral. Abundan los profesionales que son contratados para hacer de todo un poco pero pocas veces para lo que más nos gusta, que es diseñar. Sumado a esto, muchos empresarios, a la hora de concebir nuevos productos, piensan que es más fácil hojear un catálogo extranjero y ver qué hay "de nuevo" en el mundo del diseño. Y no los culpo, su premisa es vender y tal vez intuyan sea preferible nada nuevo pero conocido que algo bueno por conocer.

Por suerte existen hoy en día muchas organizaciones que intentan difundir esta profesión y entablar vínculos más fuertes entre diseñadores y empresas. De todas formas, considero que el cambio debería ser desde abajo hacia arriba. Fomentar el diseño entre los consumidores como un valor agregado, instruirlos para que demanden innovación y calidad a la hora de elegir un producto. Son ellos quienes tienen el poder de cambiar las reglas del mercado para que el diseño se transforme en un requisito indispensable para la venta y así los empresarios empiecen a escuchar a los diseñadores. No hay negocio sin consumidores.

¿Y la educación?

Creo que la educación en nuestro país es excelente. Por eso no es raro ver tantos diseñadores locales desempeñarse con éxito en el exterior. Sin embargo, no puedo dejar de recordar las maratónicas entregas para rendir en la facultad. Había que hacer planos, renders, presentaciones, maquetas y memorias descriptivas de todo tipo de producto. Era muy estresante porque nada de esto podía faltar. Finalmente, uno llegaba a hacer todo pero siempre quedaba la sensación de que se podría haber hecho un poco más. Y es que el que mucho abarca poco aprieta.



Diégesis

Sin duda, este método hace hincapié en que los alumnos desarrollen sus habilidades en todas las áreas que involucra el proceso de diseño pero impide que profundicen en los aspectos esenciales de cada proyecto. Por ejemplo, en diseños de baja complejidad, perfectamente fabricables, por qué exigir renders

o maquetas (meras representaciones de la realidad) cuando le es posible al alumno entregar un producto real y terminado. Por otro lado, cuando hablamos de proyectos conceptuales, irrealizables ante las posibilidades de cada alumno, es preferible ahondar en el estudio de aquellos aspectos más subjetivos, que permitan arraigar una filosofía de diseño en el alumno y no perder tiempo en realizar rigurosos planos técnicos de un producto que nunca será realizado, o por lo menos no a corto plazo. Es una cuestión de equilibrio. Sería bueno ver alumnos graduarse con un amplio abanico de objetos fabricados y una concepción personal bien definida acerca de la profesión de la cual serán responsables.

¿Cuál es tu opinión sobre la dicotomía entre Arte & Diseño?

Sin duda esta pregunta podría dar origen a un debate interminable. Por lo pronto, considero que el arte contemporáneo ha perdido un tanto su carácter representativo. Pareciese que ya no es el arte quien intenta entender al ser humano sino el ser humano quien intenta entender al arte.

Los objetos que hoy en día pertenecen al área del diseño industrial, son básicamente, los mismos que nos permiten conocer y definir a nivel social, económico, político y sobretodo cultural a nuestras sociedades antepasadas. Son los mismos que actualmente satisfacen, pero en otro nivel tecnológico, nuestras propias necesidades. Y por qué no, son los mismos que, a falta de un arte representativo, nos definirán y representarán ante las sociedades futuras.



Banco Espiral

lucio m. traficante
renovando**conceptos**

mail/ luciotraficante@hotmail.com

¿Qué es lo que se viene?

Mis esperanzas están puestas en un diseño más humano. Frente a un diseño que tiende en muchas oportunidades a volverse racional e insípido, de ambientes tan blancos y funcionales como desolados y vacíos, es necesario contraponer objetos que quiebren esa frialdad y otorguen un poco de vida a aquellos espacios en donde nos desenvolvemos cotidianamente. Contraponer a productos conceptualmente livianos, productos de una gran carga emocional y sentimental, que no repriman las sensaciones y sentimientos de un posible futuro usuario.

autor/ Creatividad Ética
mail/
asociacion@creatividadetica.org
web/ www.creatividadetica.org


creatividad
ética
www.creatividadetica.org