



LIMA

REVISTA DIGITAL ECOLÓGICA

COSECHA Nº 12 - JUNIO 2011

JULIANA LOPEZ MAY

100% NATURAL

GABY MENTA 2.0

+ECOArte
TIPS VERDES

Katja
Aleman
columnista invitado

LA HORA DEL CAMBIO

Cambiar es reinventarse. Y el cambio muchas veces surge de una crisis, de un golpe, de una caída. Dice el refrán "Siempre que llovió, paró" y aunque suene trillado, es muy cierto. Cada hecho de nuestras vidas puede ser una oportunidad para el cambio, empezando como se pueda, parcialmente, totalmente. Hoy todos tenemos frente a nosotros la oportunidad de reinventarnos y ser mejores compañeros de Planeta, ayudarnos, ser solidarios, brindar tiempo a los que mas necesitan y ganar a cambio la recompensa de sentirse bien. Cuidar a un anciano, a un niño, a un animal, a una planta. Cuidar al planeta y cuidarte a vos mismo, reinventándote día a día.

••• En esta edición bimestral de Revista Lima, conocemos más del mundo y la cocina natural de Juliana Lopez May. Gaby Menta nos habla de la comunicación y la sustentabilidad en la era de del 2.0. Katja Alemann es nuestra invitada del mes. Contamos con columnas sobre Sustentabilidad y Diseño de Silvina Almada, Ruth Carnivale. Nos sumergimos en el Mundo de Peces de Miguel Brea. Además, consejos ecológicos para calefaccionar el hogar en invierno, calendario de fechas verdes y mucho más.

Lorena y Bárbara, Directoras

EDITORIAL

Directoras
Bárbara Vespa
Lorena Tenuta

Fotografía
Mara Folch
www.marafolch.com.ar

Diseño Nota de Tapa
Ivan Petasne
Suscribite a la revista digital
suscripcion@revistalima.com.ar

Coordinadora Periodística
Lorena Tenuta

Diseño Gráfico
Bárbara Vespa

Dpto. Comercial
comercial@revistalima.com.ar

Revista Digital Mensual gratuita. Se prohíbe la reproducción total o parcial del material publicado en esta revista sin autorización según el caso. "Lima, la revista digital de Almacén Verde" no se responsabiliza por los avisos publicitarios, servicios y/o artículos publicados en la misma. Todas las imágenes se reproducen con fines informativos, y son copyright de sus respectivos autores.

Propiedad Intelectual en trámite. www.revistalima.com.ar - suscripcion@revistalima.com.ar

*No te olvides de visitarnos
www.revistalima.com.ar
y enterate mucho más
sobre cómo ayudar al Planeta.*

INDICE

Te recomendamos #6

Un libro, una película y buena música.

Nota de Tapa: Juliana Lopez May #8

Juliana Lopez May, de profesión Chef, de espíritu libre, organica, natural, simple. Juliana nos cuenta como cambió su vida hasta convertirse en un icono de lo natural.

Almacén Verde #14

Shopping Green online! (y el Planeta mas feliz!)

Gaby Menta #16

Gaby Menta, el influenciador. Gaby comparte su visión del mundo de las comicaciones, las marcas y la necesidad de agregar valores como familia, responsabilidad y medio ambiente a las campañas actuales.

Lujo Austero por Sil Almada #24

Silvina Almada nos explica su visión sobre el Nuevo Lujo Austero y el concepto de único, original, que encuadra en la reutilización y revalorización de objetos y materiales.

EcoArte: Un Mundo de Peces #30

Te presentamos a Miguel Brea y su mágico Mundo de Peces.

1+1= 2 (Sumate!) #34

Conocemos a la Revista Atrapasueños. Brinda información y un espacio de participación para las personas con discapacidad.

RSE #36

Te contamos como Bridgestone se compromete con el Planeta.

Columnista invitada: Katja Alemann #42

Katja Alemann abre el debate preguntándose "¿Por qué a nadie le importa el medio ambiente?" invitándonos a reflexionar al respecto y a tomar acciones.

EcoTips #46

Opinión: Ruth Carnevale #48

Ruth Carnevale, desde su propia marca de ropa Salve, es una pionera en el reciclado de prendas para convertirlas en nuevos objetos.

Calendario #52

Nos Vemos! #54

Revista Digital Mensual gratuita. Se prohíbe la reproducción total o parcial del material publicado en esta revista sin autorización según el caso. "Lima, la revista digital de Almacén Verde" no se responsabiliza por los avisos publicitarios, servicios y/o artículos publicados en la misma. Todas las imágenes se reproducen con fines informativos, y son copyright de sus respectivos autores. Propiedad Intelectual en trámite. www.revistalima.com.ar - info@revistalima.com.ar

TE RECOMENDAMOS

ESCUCHÁ,
MIRÁ,
LEE



Título: Buenos Aires Ciudad Inundable

Autor: ANTONIO ELIO BRAILOVSKY
Editorial: Capital Intelectual
Publicación: 2011



Reseña:

Según el propio autor "Como ustedes saben, los desastres naturales no existen. El desastre es la expresión social de un fenómeno natural. A lo largo de varios siglos, la Ciudad de Buenos Aires primero y su Área Metropolitana después han ido bajando, hasta ocupar una superficie cada vez mayor de terrenos bajos.

Detrás del loteo inescrupuloso han venido las obras salvadoras, cuya contribución a la solución de los problemas siempre fue menor de lo esperado. Sin embargo, siempre se pidió y prometió la solución definitiva de las inundaciones urbanas, sin preguntar si esa solución era técnicamente factible y, además, si la podríamos pagar.

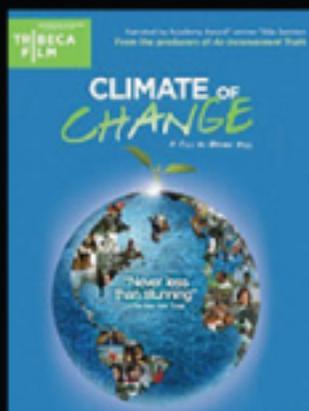
¿Nos atreveremos a decir que no hay solución definitiva y que la mejor gestión de crecidas es aquella que acepta esa realidad?

De eso habla mi libro, que va de la primera inundación de la época de Pedro de Mendoza, primer fundador de Buenos Aires hasta las últimas registradas en el año 2010".



Título: Climate of Change

Autor: Brian Hill
Publicación: 2011
País: EE.UU.



Sinopsis:

Un entretenido e inspirador documental de los creadores de "Una verdad incómoda" que muestra los esfuerzos diarios que mucha gente hace alrededor del planeta para luchar contra el calentamiento global.



Título: Como las ramas al árbol.

Autor: MARIA TERESA CORRAL
Sello: ACQUA



Reseña:

Dueña de un peculiar estilo vocal, que se amalgama muy bien con la guitarra de Morgado, la cantante sorprende por la actualidad de varios de los textos interpretados, algo particularmente llamativo en las viejas canciones hispanas. Entre sus melodías cabe destacar la melancólica Milonga del caracol, la causticidad de Pequeños dioses, el tango Historia fulera y la vigencia de Donde está la memoria. De los antiguos textos españoles, Corral realiza una verdadera creación combinando el humor mezclado con profundo dramatismo que transmiten varios de ellos como Catalina del balcón y Romance de Delgadina. Un disco que muestra una faceta poco conocida de María Teresa Corral y será enriquecedor tanto para los que ya conocían sus canciones infantiles como para quienes se acercan a la intérprete por primera vez.



JULIANA MAY

OPHIA

Juliana es fresca y natural como su cocina, nos invita a descubrir su mundo de sabores y conocer su visión del mundo, la familia y las comidas.

VIVA LA VARIEDAD

¿Cómo describís tu estilo de cocina?

Es una cocina de productos naturales, con productos saludables, orgánicos, muchas legumbres, frutas y verduras. Trato de hacer recetas espontáneas, simples, rápidas, sin demasiados procesos, sin demasiadas vueltas.

¿Por qué elegiste este tipo de cocina?

Fue algo que creció en mí, hace tiempo estuve buscando un cambio dentro mío y ese cambio lo apliqué a todo, incluida la cocina. Empecé a investigar sobre la cocina saludable, a conocer los productos.

¿La llegada de tus hijos acompañó este proceso?

Sí y no. Al principio sí, el tema con los chicos es que yo quiero que se alimenten bien, pero no me

vuelvo loca. Es muy difícil de sostener, lo que trato es que coman bien, que prueben todo. Lo que ellos quieren hacer de su vida, podrán elegirlo después, yo lo que trato es que prueben diversos alimentos, que coman rico y variado. Mi primer hijo comía tofu, pero después con mi segundo hijo cuando te das cuenta que todo el mundo está hinchando para que pruebe los caramelos... o te estresas o te relajas y decís "Que coma de todo, que sea un chico normal" y si después más adelante si se da cuenta que tiene una mamá que cocina determinadas cosas, ya va a tener la cabeza abierta para saber de qué se trata y elegir lo que él quiera.

Sobre tu libro "Mi primer libro de recetas", ¿cómo te decidiste a escribirlo? ¿En qué te inspiraste?

En realidad fueron recetas que hice durante mucho tiempo, casi todas de mi familia. El libro son todas las recetas que a mí me gusta comer, la forma en la que me gusta servir la mesa, es como mostrar un poco lo que vine haciendo en estos años. Fue muy fácil escribirlo porque cuando abrí mi cocina, quise tener una página y dejar allí recetas que me encantaban, cuando empecé el libro sabía bien que recetas quería incluir. Es como un muestrario general de todo lo que venía haciendo, son recetas que hago en eventos, en casa, en cumpleaños, son recetas re normales, cotidianas.

Hay que empezar de a poco, con lo que uno puede y después si te sentís cómodo y podés ajustar un poquito más, dale



Sobre la tendencia de volver a lo natural que vos utilizas en tu cocina, con respecto al cuidado del medio ambiente, ¿notas cambios?

Es un cambio, es una re concientización, es algo que pasa a nivel mundial. Todos los países te das cuenta que tienen en mente lo que es el reciclado de la basura, como se tira, como se separan los residuos. Lo mismo pasa con los productos terminados que tienen envoltorio ecológico o reciclado, es como una consciencia mucho mas grande. Acá está empezando o resurgiendo, hay cada vez más gente involucrada, también porque ya está todo mas armado. Ahora si quieres podés comprar en cualquier supermercado con bolsas recicladas. Yo uso hasta varias veces los descartables porque no soporto tirar algo después de usarlo una sola vez, lo mismo con los frascos de vidrio, los lavo y los vuelvo a usar. Reciclo la basura en mi casa, me encantaría tener un compost. Cuido muchísimo el agua. Trato en lo posible de hacer todo lo mas ecológico que puedo. Estoy empezando a comprar un



paquete de orgánico, frutas, verduras y pollo, en mi casa todas las semanas. Hay que empezar de a poco, con lo que uno puede y después si te sentís cómodo y podés ajustar un poquito más, dale. El cambio es muy brusco para hacerlo todo junto, es difícil de sostener, hay que empezar de a poco.

Yo empecé cambiando la alimentación y tampoco me estreso tanto, no soy extremista. Durante el año no como ninguna carne, pero en el verano, si estoy con muchos amigos y me invitan a comer y hay carne, como carne. Cuando estoy tranquila con mi ritmo, como sano como a mí me gusta comer, voy dos veces por semana a yoga, trato de tener días de no hacer nada, trato de estar más centrada. Cuando me



voy por la tangente, me relajo y me voy... y después vuelvo, no pasa nada. Me lo tomo como una filosofía liviana porque si no, no lo podés sostener. Depende de los ambientes donde te muevas, si estas en un lugar recontra natural y tu vida pasa por meditar, alimentarte bien, no trabajas mucho y estas bien ahí, buenísimo. Pero yo voy y vengo, hago, deshago, trabajo mucho, es muy difícil a veces no irme, tengo eventos, trabajo de noche, es difícil ser recontra consciente. Con algunas cosas soy súper consciente y con otras me permito deslices. Me parece que esta bueno tener flexibilidad.

Si nos podés dejar algún consejo para empezar a alimentarse en forma natural, ¿Cuáles son los básicos?

Lo básico es estar siempre acompañada de alguien que te pueda

Es respetar la naturaleza en sus tiempos y tratar de hacer comidas mas ricas, mas vistosas, para que la cocina natural tenga mas adeptos.

dar buenos consejos, desde algo tan básico como una nutricionista o un médico homeópata, no puedes comer solo verduritas y harinas, tenes que comer de todo. Tenes que estar acompañada de personas que realmente sepan. Yo empecé hace 10 años con un cambio muy profundo, de las grandes crisis siempre salen buenas cosas. Empecé a ir a un homeópata, a una psicóloga, a yoga, a comer muchísimo más sano y fui rodeándome de gente que me daba sustento y si tenía alguna duda, llamaba, consultaba. No es ver un programa de cocina saludable y nada más. Yo recomiendo empezar a ver las etiquetas de los alimentos, indagar, ir a ver a un homeópata bueno o algún ayurveda o un nutricionista con un lado alternativo. Hay un homeópata que es un genio

en alimentación es Javier Burga Montoya, da charlas en San Isidro y en el centro, tiene muchísimo conocimiento en el tema, te explica los porque, a veces uno se quiere volver vegetariano y no sabe por qué, el te da todas las razones de porque es más saludable ser vegetariano. Cada vez que voy a sus charlas salgo feliz porque hay muchas alternativas a lo que uno está acostumbrado. **En mi caso no me costó ese cambio porque en mi casa siempre había muchas ensaladas,** guarniciones y quizás un pollo, me encantan las verduras, siempre las comí. Y me gusta poder brindar a la gente alternativas, siento que les hago más rico, mas visto algo que mentalmente lo tenemos como aburrido. Yo sigo todo el tiempo aprendiendo, queriendo saber más. Javier por



ejemplo en sus charlas habla de las algas, que dentro de poco no se van a poder consumir más por la contaminación, lo mismo sucede con los pescados que comen algas y todo lo que hay en las aguas, pero si alguien no te lo dice piensas que es bueno comer pescado con el omega y lo magro que es, pero no se sabe que se come en realidad. Tampoco es para asustar a la gente pero si tenes la posibilidad de consumir orgánico, compras una verdura que es muy buena y cuando es época de coliflor, bueno, se comerá coliflor en sopa, al horno, crudo, en distintas presentaciones.

Es respetar la naturaleza en sus tiempos y tratar de hacer comidas más ricas, más vistosas, para que la cocina natural tenga más adeptos.



Productos SUSTENTABLES

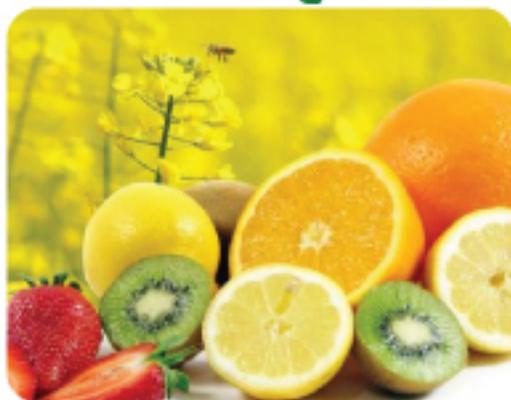


Shopping Verde

online



Jardín Orgánico



www.jardinorganico.com.ar
info@jardinorganico.com.ar

Comercializadora de productos orgánicos certificados. Ofrecen un servicios con calidad; responsabilidad y respeto hacia sus clientes con el fin de satisfacer sus anhelos de un modo de vida más sano y natural.

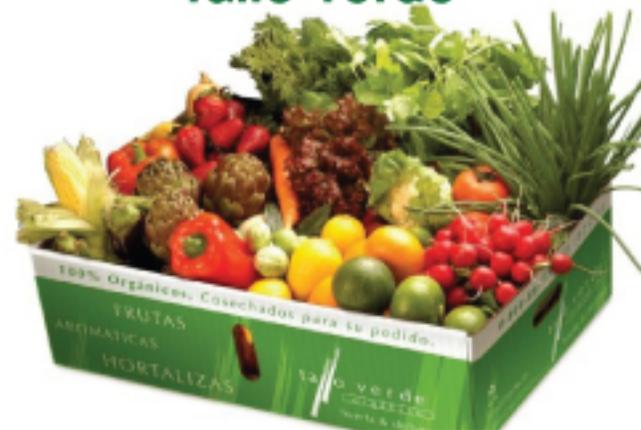
Green Gift



www.greengift.com.ar
info@greengift.com.ar

Buscas regalos sustentables? GreeGift tiene propuestas que cuidan el entorno natural. Ayudan a las empresas a generar valor agregado en sus regalos corporativos y promocionales.

Tallo Verde



www.talloverde.com
huerta@talloverde.com

Huerta 100% Orgánica Certificada por OIA. Cultivan vegetales, frutas y hierbas aromáticas de estación. Delivery con 15% de descuento por compra vía Web.

EL INFLUENCIADOR.

Las paradojas del 2011, compartimos una charla de café, como las de antaño, en Starbucks, con Gaby Menta, un influenciador como le gusta llamarse, con un look de rockstar. Gaby nos habla del panorama actual del Marketing, la Comunicación, las Marcas y los Nuevos Green.



¿Sos un orador?

Hace poco día una charla en la Di Tella, me invitaron como un "Líder", me dijeron que era un "Líder de Opinión" o un título que a veces no entiendo que es "Líder Virtual". Me parece que la palabra que define como yo me siento es "Influenciador", una persona que digo algo bueno o critico alguna postura, producto, una línea o una tendencia y la gente opina a la par mía o en contra mía, pero opina. Yo voy tirando puntas, temas, tengo la habilidad de saber que quiere la gente. Yo de chico sabía que quería ser orador, me llevaban a ver charlas de cualquier cosa y yo me queda cautivado mirando lo que pasaba alrededor.

¿En qué estado pensas que esta la comunicador globalmente?

En cuanto a las redes sociales, es más lo que se critica de lo que se opina. Voy a hacer una analogía, digamos que mañana hago un evento y viene de invitado, porque es amigo mío. Bono y viene también Martin Redrado, cerramos los tres el evento y me van a criticar. Van a decir "Viste que bajo que cayó este Bono" o "Cuanta plata tiene Gaby, ¿de dónde habrá sacado la plata?". En la red social es muy difícil que vos tenes una opinión firme y formada, porque la misma gente se distorsiona.

■
YO DE CHICO SABÍA QUE QUERÍA SER ORADOR, ME LLEVABAN A VER CHARLAS DE CUALQUIER COSA Y YO ME QUEDA CAUTIVADO MIRANDO LO QUE PASABA ALREDEDOR.
■

Hablando globalmente la comunicación, creció. Localmente, en Argentina, la gente ya compra la computadora como un electrodoméstico, hoy usar la compu es para Facebook, Twitter, mails y YouTube, todas aplicaciones sobre internet. Esto genera la crítica fácil, porque es muy fácil criticar desde el anonimato, en vez de estar hablando cara a cara. Yo escribo y no me ven, ese es el concepto.

¿Pensas que muchas críticas son infundadas o hay posiciones planteadas?

En los Negocios, vos podés guionar para que la gente pueda hacerse conocidas, las marcas me dicen que quieren más gente en los locales, no vender más.

Si eso impacta en las ventas, mejor, pero todas las visitas que tienen las páginas de las marcas en internet, se pierde en internet. Como influenciador, si trabajas para una marca, no podés estar hablando todo el tiempo bien de la marca, porque la gente no quiere eso, quiere ver los errores de la marca, porque dice que es "normal" como nosotras, es empática con nosotros. Eso genera que la gente se relaje y tome confianza con la marca.

En el campo de la Sustentabilidad, hay mucha información en la red, ¿contribuye a informar o desinforma?

La red social hoy es el único medio donde todos podemos utilizar para promover conciencia para los que vienen, no ya para nosotros. Yo en el TEDx cerré mi charla diciendo que lamentablemente la televisión, la radio no va a hacer nada para hablar sobre los valores, que son para mí el creer, hacer, la familia y el cuidado del medio ambiente. Cada uno en su tiempo, podemos conectar a la familia, sin que sean Los Ingalls, pero vas tirando un mensaje. El único medio que nos queda a los que nos preocupamos es la Red Social, el que quiere leer, lo lee, nadie te obliga. Las personas pueden crear una carpeta e ingresar y cada tanto ver la información que le interesa. Hay un





mensaje que es abierto, que tiene que ver con la práctica, con saber cómo impacta cada acción en el cuidado del Planeta. Hay que ser creativos. Yo invito a la gente a participar, a escribir un blog, para animarse a hablar. Siempre la gente que es más grande, que tiene de 40 para arriba, me dice "yo prefiero tomarme un café con amigos, sentarme a hablar" y yo soy así, apuesto al face to face, al contacto. A esas personas, yo les digo que esto es como el diario y el Ebook, se siguen vendiendo libros, diarios, no desaparecieron, pueden convivir. Si a tu amigo lo puedes ver, anda y habla con él, pero si no puedes ir, tenes Skype. Las redes nos dan la tranquilidad de estar siempre en contacto.

Las grandes marcas, ¿se están volviendo Green?

Podemos dividirla la respuesta en dos, una oficial y una no oficial. Las marcas tienen que hacer cosas para ganar el mercado, toda marca tiene que moverse en el ambiente green para acompañar a la gente, para empatizar con los clientes. Pero esto depende la creatividad del que guiona. Cada marca debería tener un Influenciador, yo tuve la suerte que el año pasado después de mi aparición en lo de Pettinato me llamaron un montón de marcas porque yo generaba

disparadores, y querían algo green para sus campañas.

¿Qué tips le dejarías a los emprendedores?

Yo nunca me consideré emprendedor, porque yo vengo de otro palo, del palo de los años '80, es difícil aclarar esto, he sido odiado por algunos sectores por esto. Cuando me nombraron Evangelizador desde una de las empresas más importantes, fue una clasificación, recorrí EEUU evangelizando un producto, contado situaciones en forma atrapante para que luego la gente decida si comprar o no. Hoy con los costos que se manejan en internet, es muy fácil armar un emprendimiento. Yo admiro de la gente que los hace, que se mandan. Es importante que detrás del emprendimiento, haya algo que lo sostenga, sino es bastardear al mercado. Esta aceleración, hace que se pueda montar rápido, pero luego viene el trabajo más duro. Muchas veces me llaman a charlas de Emprendedores como motivador o líder. Yo pase 16 años en los que dormía engominado, full traje, la corbata era más cara que el traje, pero hoy no importa cómo me vista, como vaya a trabajar, porque con mi experiencia tengo algo que me apoya. Lo primero que tiene que hacer el emprendedor es estar convencido y

juntar armas, las redes sociales e internet, lo que hacen es achicar los tiempos.

MINIBIO

Creador de Acroworld 2.0, Empresa dedicada al tema Gestion Documental orientada al Escenario 2.0, Creador de Squoosh, Capsula de Negocios 2.0, dedicada a acompañar a sus Clientes en distintos Proyectos, Consultor Internacional, Technical Evangelist Adobe Systems / Acrobat & PDF. Fue premiado a nivel Nacional e Internacional con distinciones como el premio al "Mejor Consultor de Latinoamerica" Adobe Systems, mejor Speaker Argentino . 4to puesto en el Ranking Mundial al "Mejor Orador Hispano Parlante". Mejor Consultor Senior de la Region. Actualmente, se encuentra enfocado en Generar Canales de Contenidos entre Grandes Empresas, Proveedores y Clientes Finales
Visitalo en www.gabymenta.com.ar
twitter.com/gabymenta



NoraSusanaParodi

Terapeuta Corporal Master Reiki

Sesiones-Cursos-Seminarios

+info www.noraparodi.com.ar -

info@noraparodi.com.ar

reiki
shantala
reflexologia
shiatzu-zen
metamorfico

El Lujo Austero

por Sil Almada

"Para lograr el conocimiento, añade cosas todos los días. Para alcanzar la sabiduría, librate de cosas todos los días", palabras de uno de los padres de la filosofía de Oriente, Confucio.

Con estas palabras bien podría definir el concepto de austeridad en los tiempos posmodernos. Luego de que el hombre estuviera tan pendiente de los objetos, durante un siglo. Hoy es creciente la cantidad de gente que está en una nueva búsqueda del bien-estar. Para ello fue necesario que confluyeran múltiples corrientes de sentido para darle paso a una nueva sensibilidad, más humana, más sustentable, más conciente, más comprometida con el futuro y el legado a las nuevas generaciones que a través de la responsabilidad hacia el medio ambiente se acercan y permiten crear una nueva manera de entender el la sencillez del lujo austero. Aquí la austeridad es sinónimo de

sinceridad formal y material.

Es una prueba mas de que el fenómeno de la postmodernidad, gran influyente de la arquitectura, no ha tenido el mismo impacto en el mercado del diseño industrial: ir hacia el origen, retornar a la Bauhaus. Su simplicidad es fundamental a la hora de elegir los materiales, no por su lujo; sino por su eficacia y por su fidelidad. Reutilizar y utilizar responsablemente cada material nos acerca, sin dudas, al saber y el sentir, que con el tener.

Pensando en lo que viene, define la vanguardia del lujo: el lujo austero. Percibir que lo austero puede ser hoy valioso y distinguido, exige una sensibilidad aún mayor. Que, por ejemplo, algo ajado exprese historia y calidez, en lugar de viejo y maltratado. Concepción que se nutre de la filosofía oriental del Wabi Sabi, que propone y rescata la belleza de las cosas imperfectas. Wabi se relaciona

***Wabi-Sabi
cree que la
verdadera
belleza se
puede
encontrar en
las cosas
imperfectas,
mudables,
incompletas.***

con la humildad y la simpleza. Sabi se relaciona con la sabiduría y la belleza que trae la experiencia. Tal como lo relato Horacio Wainhaus en su libro Ars Heurística:

Wabi-Sabi cree que la verdadera belleza se puede encontrar en las cosas imperfectas, mudables, incompletas. Concepto central del ZEN. Wabi Sabi considera que es en los detalles, que suelen pasarse por alto, donde se encuentra lo extraordinario; que accedemos a la verdad a través de la observación de la naturaleza.

Wabi connota simpleza rustica, frescura o quietud aplicable tanto a objetos naturales como hechos por el hombre que dotan de elegancia y unicidad al objeto.

Sabi es la belleza o serenidad que aparece con la edad, cuando la vida del objeto y su impermanencia se evidencian en su patina y desgaste, o en cualquier arreglo visible. - Horacio Wainhaus - ARS HEURISTICA

Para el Lujo Austero, "menos es más".

Ir hacia el origen de básico, de lo natural, de lo auténtico, de lo simple, de lo rústico, de aquello que sin pretensiones nos permite relajarnos y conectarnos con nuestro espíritu. La austeridad que desborda de historia, de enseñanza, la austeridad de las arrugas que el artesano muestra en sus manos. De la barrica que contiene un vino. De la madera ajada por el viento, de sus patinas. De lo despojado. Es una nueva manera de mostrarse a los demás desde nosotros, contrariamente a como se muestra en el lujo clásico, bajo los cánones de la mirada y parámetros de los demás. Lo que nos permite mostrarnos auténticos y vincularnos con todo lo que nos complete espiritualmente. Va desde adentro hacia afuera. Nos nutre el alma, no solo el ego. Su anclaje es el "ser", antes que el "tener".

*Wabi-Sabi cree que la verdadera
belleza se puede encontrar en las cosas
imperfectas, mudables, incompletas.*

No se puede llevar todo consigo, ni en la mochila, ni en la cabeza. Identificar lo esencial, organizar lo que necesitamos cerca, resolver la función al detalle para contener lo que quieras, mientras te trasladas de un lugar hacia otro, es el nuevo pensamiento del diseño.

Ese movimiento hacia el origen tras la necesidad de volver al valor que se encuentra en el gen o en el ADN de nuestra identidad, es el que nos moviliza. El olor a vainillas y madera de su cocina, más aun de su mueble es hoy su sello incomparable. Una marca envuelta de identidad 100% pura.

Hoy la mesa de madera "grande" es un valor de unión y re-uniión. La mesa es un punto de encuentro que convierte al espacio en lugar. Lugar de encuentro: laboral, familiar, de amigos y de vecinos. La madera lustrada al desnudo enriquece el nude de esencia que transcribe

solemnidad concepto de hogar gracias a su cálida sensación de hogar que se despoja de rigidez y relaja su etiqueta. El zinc acompaña a la madera sin barnizar o con patina vintage para darle un toque industrial y cálido, que en Almada Studio Planner hemos denominado "Industrial Chic". El bambú es otro elemento noble que acompaña estilos nórdicos dándoles un perfil oriental con presencia Wabi Sabi, que hemos denominado "Bohemian de Luxe".

La autenticidad lograda en un lugar austero deluxe tiene que ver con lo autóctono cuidado al detalle, respetado y reciclado. El valor a lo natural y a lo ecológico como principio de responsabilidad y estilo.

La huerta hoy es un Lujo Austero que puede verse tanto en la puerta de una casa en Williamsburg como en el jardín de un bar rodeando sus mesas y

comensales para brindarles un té con esencias aromáticas extraídas en el lugar.

El Oficio que se recupera tras la austeridad necesaria que luego de la crisis financiera mundial se rescata el valor que la mano del artesano representa en la condición específicamente humana del compromiso. El carpintero, el herrero, el orfebre, el ebanista, son artesanos porque se dedican a hacer bien su trabajo por el simple hecho de hacerlo bien. Permitirse transitar la vida por un camino con corazón, en palabras de Ilse Crawford - experta en diseño- "El Hogar es donde está el corazón". En definitiva, vivir mejor. Que en el mundo de hoy es un verdadero lujo.



*Sil Almada:
Ambient Planner &
Trends. Transforma
espacios en lugares con
identidad. Combina el
entendimiento humano
con el planeamiento
estratégico del diseño.
Capitaliza el ADN de la
marca con perfil de
negocio utilizando la
estrategia de diseño como
un medio para el cambio y
la revitalización con un
enfoque conjunto.*



www.almacenverde.com.ar



**EL PROGRAMA PARA LOS AMANTES
DE LOS ANIMALES.**

TODOS LOS DOMINGOS POR AM 770 RADIO COOPERATIVA



UN MUNDO DE PECES

Miguel Brea es un artista argentino que se ha dedicado a transmitir a través de su arte visual un concepto de ecología más amplio llamada "Ecología Humana", creador de la obra Un Mundo de peces, Plantea la importancia de

Cómo nace Un mundo de peces?

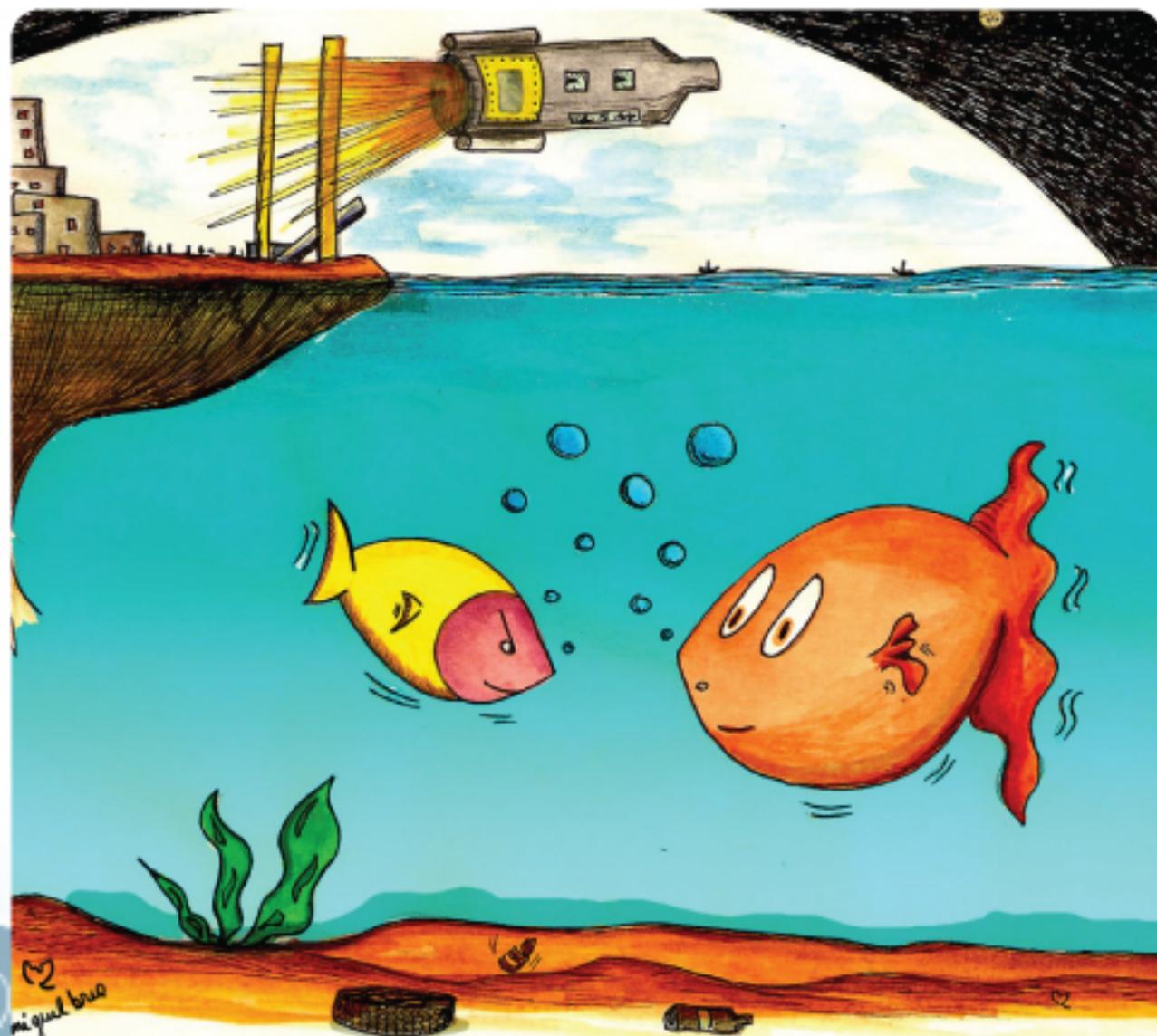
Un mundo de peces nace en el punto de encuentro entre todas aquellas cosas que siempre ame hacer escribir, dibujar y hacer música.

En el 2007 cuando Al Gore estaba armando su recital Live Earth, yo arme un blog que se llamo ProLive Earth e hice un dibujo sobre el recital y el apoyo de todas las especies marinas a la movida. Luego el tema era ver cómo hacer para que Al Gore recibiera mi dibujo. Buscamos en internet con un amigo, en notas de prensa, hasta que encontramos el mail de una mujer que le había hecho una nota a él, y entonces le envié el dibujo.

Paso una semana y nada. Justo yo empezaba a tener mis primeras reuniones para mostrar mi trabajo y cuando menos me lo esperaba, abro mi mail y veo que tenía un correo de la oficina de Mr. and Ms. Gore Office (!!), donde me agradecía por el dibujo, no lo podía creer! Así que imprimí el mail de Al Gore y fui a mi primera entrevista con él!! Imaginate, que yo venía con una carpeta llena de peces, con un tema no tratado en la historieta y con una carta de Al Gore.

Tuve suerte, ya que dos personas del diario La Nación confiaron en mí y así empecé a salir del mar a la superficie.

Un mundo de peces es una



LOS HOMBRES PENSAMOS EN CAMBIAR DE PLANETA..
IR A MARTE, A VENUS..

LOS PECES PIENSAN QUE TENEMOS QUE CAMBIAR
LA ACTITUD FRENTE AL PLANETA, PARA QUEDARNOS..



de comunicar, crear conciencia, y puentes entre grandes, chicos y la naturaleza.

Tenes algún objetivo para alcanzar con esta obra?

El objetivo es llegar a la mayor cantidad de personas posibles, con estas reflexiones que intentan despertar emociones, y sembrar en ellas el pensamiento, la inquietud y una mirada desde otro lugar, para desarrollar una actitud de observar, respetar y cuidar.

Para mí, el mar es la mente del hombre y los peces viven allí; ellos hablan sobre lo que allí sucede. Hablan de la relación del hombre consigo mismo, con los otros y con el medio que lo rodea.

El Concepto general se llama "Ecología Humana", un concepto más esencial de Ecología, que trata de aprender a cuidarse uno mismo, para poder cuidar a otros y al medio ambiente que nos rodea.

Un mundo de peces muestra el Arte como herramienta de

educación ambiental e inclusión social y a la imaginación como un fuente poderosa de cambio y generadora de esperanza, la misma es realizada a través de charlas, talleres, publicaciones en medios, murales, etc.

Qué opinas de la situación ambiental actual en Argentina?

Hace tiempo que mucha gente viene trabajando para aportar ideas, energía, tiempo, dinero; a través de acciones concretas para intentar mejorar nuestra relación con lo que nos rodea. He trabajado con empresas, fundaciones y grupos de personas y artistas que por motus propio generan un proyecto.

Todavía el sector privado y el público no han dado el salto de ocuparse, siguen pre-ocupándose.

La responsabilidad social empresarial de a poquito va creciendo, mucho más como una ventaja para dar un mensaje positivo y que les sirva a la imagen, que como un compromiso real; pero todo

CREO EN LA MIRADA HACIA ADENTRO COMO PRIMERA MEDIDA PARA EXPRESAR HACIA AFUERA EL COMPROMISO.

paso es un avance y hay que celebrarlos y no mirar el lado vacío.

Creo en la mirada hacia adentro como primera medida para expresar hacia afuera el compromiso. Empresas que comienzan un proceso interno de conciencia ambiental con sus empleados y que después salen al mundo a decir nosotros estamos comprometidos. Creo que si no empieza desde la acción, es solo una acción de marketing poco sostenible.

Cuáles son tus próximos proyectos?

Mis próximos proyectos son: sacar un libro sobre todo lo publicado en el diario lanacion.com, donde ya llevo publicado más de

700 dibujos; sacar un libro de cuentos basados en las letras del disco para chicos que termine de grabar este año, donde grave las canciones con letra y música de mi autoría. La idea es hacer un libro con un cd de regalo.

Miguel Brea,
creador de **Un Mundo de Peces**, publica diariamente en lanacion.com y participa en el **Blog Ecológico de lanacion.com**. Ha dado charlas, talleres, pinto murales, también diseño una ecomochila, una remera agroecológica, bolsas reutilizables, y hizo un libro para chicos sobre Emociones: "El Corazón de cefe".
www.unmundodepeces.com.ar

1+1=2
(SUMATE!)

Revista Atrapasueños

La revista Atrapasueños es una publicación bimestral de distribución gratuita que brinda información y un espacio de participación para las personas con discapacidad.

Está especialmente dirigida a las familias con niños y jóvenes discapacitados y constituye también una herramienta útil para profesionales y estudiantes de la salud y la educación, quienes podrán encontrar en esta guía información sobre capacitación y actualización de sus áreas.

Con una trayectoria profesional de más de veinte años en el área de la discapacidad y en el área de la comunicación, quienes hacen Atrapasueños, piensan en la mejor forma de colaborar para

que las personas con discapacidad tengan una mejor calidad de vida, favoreciendo la equiparación de oportunidades.

Atrapasueños se hace, fundamentalmente, acompañando a los protagonistas, creando una cadena solidaria entre familias e instituciones, brindando un espacio de acción y reflexión donde compartir vivencias, producciones, información e historias de vida.

Su directora es Verónica Cher y su editora Valeria Álvarez Cachés

Cuenta con secciones como Familia Atrapasueños, espacio reservado para que los lectores puedan acercarse a otras familias con el objetivo de

compartir vivencias; Tiene la palabra, sección con entrevistas o notas escritas por personalidades destacadas en la temática de la discapacidad; El Mural, donde se ofrece la información más relevante con relación a actividades culturales, educativas, talleres especiales, paseos y salidas, lugares y propuestas de recreación y esparcimiento.

Datos sobre donde conseguirla y como participar en www.atrapasue.com.ar



COMPROMISO SOBRE RUEDAS BRIDGESTONE

Liliana Nasiff - Jefe de Relaciones Corporativas y Comunidad nos cuenta el compromiso que Bridgestone tiene con el Medio Ambiente.

¿Cuáles son los pilares que tiene Bridgestone en cuanto a RSE?

El compromiso asumido con nuestros diferentes grupos de interés queda reflejado en el trabajo que venimos desarrollando desde hace ya varios años centrado básicamente en cinco ejes fundamentales:

Seguridad Vial:

Teniendo en cuenta que nuestro negocio está íntimamente relacionado con la industria automotriz y ante la ineludible realidad del tránsito en el país y sus gravísimas consecuencias, focalizamos el trabajo en la Seguridad Vial

como una de nuestras acciones clave de la RSE.

Las iniciativas y programas están dirigidos a diferentes públicos sean o no conductores de vehículos. Se incluye a hombres, mujeres, familias, adolescentes y niños.

Medio Ambiente

A partir del 2009 comenzamos a implementar en Argentina la campaña internacional Por una conducción + ecológica (Make Cars Green). La misma está destinada a concientizar a los usuarios sobre 10 puntos claves que contribuyen a disminuir la emisión excesiva de dióxido de carbono, cuidando de este

modo el medio ambiente.

La acción, centrada en el control de la correcta presión de inflado, ayuda a promover no sólo una mayor vida útil de los neumáticos sino también una mayor conciencia sobre la seguridad vial, ya que una deficiente presión de inflado disminuye hasta en un 40% la estabilidad de cualquier vehículo.

Educación

La filosofía de nuestra Cultura es construir sobre la Credibilidad, el Orgullo y la Calidad. Conscientes de que ello es imposible de materializar sin el conocimiento, a través de la Escuela de Negocios

Bridgestone trabajamos activamente en programas destinados no sólo a nuestros empleados sino también a familiares directos, representantes comerciales y alumnos de la comunidad.

Salud

Impulsamos programas especiales de salud para empleados y familiares destinados a preservar su calidad de vida. Una prueba de ello es la fuerte actividad de prevención desarrollada con motivo de la última pandemia de fiebre A1H1 o la prevención del Dengue.

Comunidad

Estamos permanentemente

atentos a los problemas de la comunidad. Por eso es que desarrollamos acciones tendientes al desarrollo y actualización de la Escuela de Enseñanza Técnica N°4, vecina a la Planta, brindando no sólo apoyo material sino también humano.

A su vez, implementamos iniciativas para mejorar o aliviar la situación de los niños de nuestra área de acción. También apoyamos actividades solidarias de ONG's y trabajamos activamente ante situaciones imprevistas como desastres naturales tanto nacionales como internacionales.



La filosofía de nuestra Cultura es construir sobre la Credibilidad, el Orgullo y la Calidad.

abarca desde sus empleados, clientes, accionistas, comunidad y la sociedad misma. Desde nuestra visión la estrategia de los negocios debe orientarse a mantener una balanza equitativa entre alcanzar objetivos económicos y el impacto social y ambiental del negocio. Es por esto que: necesitamos invertir en nuevos productos y servicios (lo piden nuestros clientes), pagar dividendos (lo esperan nuestros accionistas), contribuir con el estado (cumplir con nuestras obligaciones impositivas) y generar fuentes de trabajo (fortalecer la cadena de valor: empleados y proveedores).

¿Cuáles son las próximas acciones que tiene planeada la Empresa?

Lanzamiento Reporte Social

Bridgestone ha estado trabajando en el desarrollo de su primer reporte social a lo largo del año pasado. El mismo se presentará el 27 de abril con toda la información de la compañía. La elaboración de este reporte se ha basado en la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (Global Reporting Initiative – GRI), utilizando el nivel de aplicación C.

Bridgestone posee una estrategia de RSE a largo plazo, un compromiso social real. Para esto entendemos que es fundamental contar con un informe anual,

¿Crees que las empresas están cada vez más comprometidas con acciones para mejorar la calidad de vida?

Desde Bridgestone entendemos que el crecimiento de la empresa necesita estar acompañado por el de la sociedad que está inserta. Por lo que el desarrollo sostenible de la compañía esta inexorablemente vinculado con la RSE, la rentabilidad y la ecoeficiencia. Así se puede observar cómo se fue delineando una relación diferente pero más comprometida con los grupos de interés, reforzando la reputación de la empresa y logrando un involucramiento real que

¿En que se basan los programas de conducción segura y la concientización ciudadana de Bridgestone?

La Argentina es uno de los países del mundo con mayor índice de accidentes de tráfico. Los siniestros de tránsito no deben ser considerados como accidentes sino como consecuencia de una sumatoria de factores predeterminados y evitables, entre los que se encuentran principalmente el descuido y el mal uso.

Es por ello que, siendo la seguridad un valor fundamental de la marca Bridgestone, decidimos impulsar acciones tendientes a ayudar a corregir este problema. Participamos en comités de seguridad de vial de organizaciones como la Cámara de Comercio de los Estados Unidos de América en Argentina y en la Agencia de Seguridad Vial del Ministerio del Interior de la Nación. A su vez, buscamos educar a quienes, conduciendo vehículos, circulan por las calles de nuestro país, a través de una Campaña de Seguridad Vial que abarca las siguientes iniciativas:

✓ Piensa antes de Conducir

La Empresa está convencida que esta iniciativa internacional, desarrollada junto a la FIA (Federación Internacional del Automóvil), contribuye a incrementar la concientización en la Seguridad Vial.

✓ Simulador de Impacto

Con el fin de poder demostrar claramente las consecuencias de un choque, la Empresa decidió construir en el país un dispositivo destinado a simular las sensaciones que siente una persona ante un impacto a una velocidad variable de entre 10 y 15 km. por hora.

✓ Campaña Mujer

Bajo el nombre de "Solo para mujeres que aman la seguridad", desde hace dos años Bridgestone viene desarrollando acciones exclusivas para el público femenino.

Las mismas van desde charlas y chequeos de seguridad en los vehículos de las participantes hasta la entrega de material especialmente desarrollado para ellas.

✓ TC2000 va a la Escuela

Estas originales conferencias sobre la seguridad son brindadas a alumnos de escuelas primarias y secundarias a lo largo y ancho del país. El objetivo es inculcarles a los chicos la importancia que tiene el estudio para el desarrollo del individuo. Se relacionaron ocho materias de la escuela primaria y secundaria con una actividad específica: el automovilismo deportivo.

✓ Bridgestone junto a "Toyota y Vos"

Este programa fue diseñado con el objetivo de ayudar y educar a jóvenes de entre 17 y 23 años que ya cuenten con registro de conducir.

Para aumentar más aún el compromiso de estas acciones, los participantes deben asistir junto a sus padres. Luego de amenas charlas explicativas, los jóvenes realizan sesiones prácticas en las que, sobre un vehículo, pueden ejercitar maniobras de frenado en recta y en curva, variados ejercicios de slalom y sentir las sensaciones que se producen ante diferentes tipos de distracciones.

✓ Por una conducción + ecológica

Bridgestone acaba de lanzar, junto a la FIA (Federación Internacional del Automóvil), la segunda edición de esta exitosa campaña fuertemente vinculada con la ecología y el medio ambiente. Su objetivo central es reducir el impacto de los efectos nocivos de los motores en nuestro planeta.

Basada en los principios de la declaración "Por una conducción + ecológica" y adoptada en forma unánime por la Asamblea General de la FIA, esta nueva campaña especifica de qué manera las políticas de los constructores, de la industria y de los consumidores, pueden jugar, en el futuro, un rol favorable al medio ambiente.

entendemos que es fundamental contar con un informe anual, permitiéndonos poder analizar las acciones desarrolladas hasta el momento y sus resultados. Esto nos permite planificar hacia dónde vamos y si estamos en el camino correcto.

Chequeos de seguridad

Esta acción se centra en chequeos de seguridad desarrollados en distintas ciudades del país. El objetivo es controlar el estado del vehículo, de sus neumáticos y la medición de la profundidad de estría de los mismos. Está comprobado que el correcto mantenimiento de los neumáticos, a través de acciones que llevan unos pocos segundos, no sólo salva vidas sino que también contribuye a ahorrar dinero y a evitar la generación de emisiones nocivas al medio ambiente.

La campaña tiene como protagonistas a conductores de vehículos livianos (autos, camionetas y SUV), a quienes les entregamos un folleto con el diagnóstico de los neumáticos del vehículo analizado junto con una explicación de los pasos a seguir para solucionar posibles inconvenientes.

El objetivo central es reducir el impacto de los efectos nocivos de los motores en nuestro planeta.

Escuela de negocios Bridgestone

La Escuela de Negocios Bridgestone tiene como objetivo facilitar el acceso al conocimiento haciendo realidad la capacitación de los individuos con el fin de que logren desarrollar su máximo potencial. Por eso, a través de ella, buscamos impulsar no sólo el desarrollo del capital intelectual de nuestra gente sino que al mismo tiempo hacemos foco en la comunidad, brindándoles a las personas oportunidades para crecer y avanzar. En este sentido apostamos al desarrollo social y trabajamos de cara a la comunidad en distintas iniciativas educativas.

+info
www.firestone.com.ar

MUNDO PRÍMULA
COSMÉTICA SENSORIAL

AROMATERAPIA + ESENCIAS FLORALES
EQUILIBRIO ESENCIAL

www.mundoprimula.com.ar / info@mundoprimula.com.ar /  
Tomamos tu pedido por internet. Entregas a domicilio.
Tel.: (011) 3535-5725 Capital Federal

columnista
invitada

Katja Alemann

En este número nuestra columnista invitada es Katja Alemann, actriz, performer, una mujer activamente ocupada del cuidado del Planeta.

¿Por qué el medio ambiente no le importa a nadie?

Casi nadie se toma muy en serio los problemas ambientales. Parece ser más una moda para diletantes o hippies trasnochados que algo de lo que hay que ocuparse, fundamentalmente. Y la resistencia radica ahí, en que pocos están dispuestos a ocuparse, más que a preocuparse.

Los cambios no suelen suceder solos. Por lo menos los cambios de hábitos son consecuencia de un ejercicio casi neuróticamente obsesivo para erradicar o modificar la más mínima conducta. Siempre cuento con cierta gracia y algo de desesperación

que a mí me tardó como un mes incorporar el hábito de ir a hacer compras con la bolsa de las compras, para evitar esta terrorífica acumulación de bolsitas de plástico con las que nadie sabe bien qué hacer después y que terminan causando tragedias inimaginables, por ejemplo, en los mares, el ahogo de un delfín que se las come pensando que son agua vivas.

Ahora cuentan que hay bolsitas que se degradan con mayor rapidez, 5 años, dicen. Y yo pienso, ¿tuvimos que esperar hasta estar al borde del desastre para evitar el daño? Claro que 5 años tampoco es la gran solución, pero al menos aliviana el problema. Muchos delfines seguirán confundiendo la bolsita con aguas vivas y no

Ahora cuentan que hay bolsitas que se degradan con mayor rapidez, 5 años, dicen. Y yo pienso, ¿tuvimos que esperar hasta estar al borde del desastre para evitar el daño?

podrán esperar 5 años para desatorarse, pero después de ese tiempo la bolsita adentro del delfín finalmente se habrá transformado en otra cosa. No sé muy bien qué será de la bolsa. Pero algo degradado según informan los que saben. Mientras tanto millones de bolsitas perdurarán por cientos de años en el fondo de los mares, los ríos y la tierra.

Termina siendo un paisaje natural. Las banquinas, las acequias, los terrenos baldíos, hasta las calles y las esquinas están regadas de botellas, envases, papeles, cartones, latas, bolsitas, con marcas y colores diversos, como una enorme proliferación de este consumo despiadado del que nos hemos vuelto adictos. Un paisaje degradado.

La urbe, espejo de nuestros hábitos y pensamientos. Consumo y descarto, total, por estos 4 días locos que vamos a vivir. Y sobre todo, como la culpa siempre la tiene el de al lado, el de arriba o el de abajo, que revienten, yo no me hago cargo de nada. Así vivimos. Rodeados de nuestras propias miserias.

Hasta algunos lugares remotos, agrestes y salvajes, son decorados indiscriminadamente con envases plásticos de todo el mundo, que llegan ahí vaya a saber uno cómo, tal vez por la turbulencia en el fondo del mar y las crecientes de los ríos. El agua así como trae, deja parte y se lleva el resto, para dejarlo otra vez en otro lugar. Un vaso comunicador entre todas las

Uno de los grandes desafíos alquímicos, amparado por el fuego espiritual, es justamente lograr la transformación de la materia desechable en materia de riqueza...

culturas de descarte del mundo, la basura globalizada. Pero como siempre la cultura genera el antídoto. Ya muchos se percataron que la basura puede ser un buen negocio. ¡¡En hora buena!! Así es. Muchos tesoros residen en ella para los que saben reciclar o re-usar. Sólo hay que estar dispuesto a transformar la mierda en oro. Uno de los grandes desafíos alquímicos, amparado por el fuego espiritual, es justamente lograr la transformación de la materia desechable en materia de riqueza, ascender de las tinieblas de la mierda hasta la luz del oro.

Tal vez el cartonero de hoy sea el sacerdote de mañana. El dinero es una escalera sagrada. El valor de intercambio por excelencia. El

valor de intercambio por excelencia. El dinero que doy y que recibo me dignifica, le da valor a lo que hago a cambio y me hace parte de todo. Por eso es tan pernicioso la acumulación. Porque allí el dinero se estanca y se torna estéril. Tanto los que acumulan como los que dilapidan, los que reniegan o desprecian, no honran el valor sagrado del dinero que en definitiva será lo que de una forma u otra, salvará a la civilización del desastre que insistimos en no prevenir.

Dicen que sólo con multas la gente aprende a cambiar sus hábitos. Que la conciencia no alcanza para transformar la conducta. Lo que duele es el bolsillo...

A mí lo que me duele es

la inconsciencia del derroche que hacemos de nuestros recursos sin pensar en las generaciones venideras, ser parte de una generación atrofiada por el consumo y el confort, incapaz de pensar en nada más que en su propia satisfacción, desesperada, vanidosa y víctima del binomio tener o no tener como último sentido de la existencia.

Me resisto. Creo en el arte de reciclar las ideas, creo en la responsabilidad de nuestros hechos y desechos y creo que el cambio depende de cada uno y el futuro es de todos.

Katja Alemann
columnista invitada



www.reciclararte.com

Consejos Verde para pasar el Invierno!

Comienza el frío intenso y subimos rápidamente la calefacción del hogar. Te dejamos 3 consejitos para calefaccionar el hogar y cuidar al Planeta.

- *Mantené cerradas las puertas del ambiente que se está climatizando, evitaras el desperdicio de energía en ambientes vacíos.
- *Al ausentarte de tu hogar, apaga los equipos o reduci el termostato a 15°C (temperatura correspondiente a la posición economía de algunos modelos de equipos)
- *Manteniendo un correcto mantenimiento de los equipos (convenientemente al inicio de la temporada de calefacción) se puede ahorrar hasta un 15% de energía. Por ejemplo la purga de radiadores y la limpieza periódica de filtros de aire.





Un hombre nuevo para un consumo nuevo

Nota de opinión

por Ruth Carnevale

Dentro del panorama del diseño sustentable en nuestro país, vemos que muchas de sus iniciativas comerciales aun no se sustentan. Se considera que el público argentino todavía no está preparado, sin embargo no ignora la importancia de cuidar el planeta y no es insensible al valor que hay detrás de un sello de "comercio justo"

Acabamos de celebrar más de diez años de desarrollo del diseño independiente en Argentina y sin dudas hay lugar para nuevas propuestas. Una característica de esta innovación es que pretende salir de la masividad apuntando a productos personalizados.

A fines del 2010 el INTI y la Fundación Pro tejer publicaron los resultados de una investigación sobre el diseño de autor en nuestro país. De las conclusiones se puede considerar que los emprendimientos de diseño sustentable, por tratarse de

iniciativas también independientes, comparten varias características y dolencias.

El análisis enumera como principales problemas la falta de financiación y de formación empresarial de sus líderes. De hecho, la mayoría son emprendimientos unipersonales que avanzan "a puro pulmón;" ni siquiera entran en la categoría de PYMES. Hay un déficit por lo tanto desde los productores del diseño, que sin dudas, contribuye a la poca rentabilidad de sus negocios.

Según la socióloga Susana Saulquin los productos sustentables, como los de autor, estarían sobre el camino indicado por las macro-tendencias. "La moda va a reordenar su campo de acción y abandonar por innecesarias la organización piramidal y las series masivas"- comenta en su libro La muerte de la moda. El día después.- y añade que llegará a ser un fenómeno personal, creativo y original. Habla

La ideología que anima a los proyectos sustentables no se basa en los mismos parámetros que obedecen a rituales de representaciones sociales colectivas.

de un hombre que ha empezado a descubrir el impacto de sus despreocupadas acciones, por lo que se verá impulsado a cambiar su relación con los objetos y con la manera de apropiárselos.

La ideología que anima a los proyectos sustentables no se basa en los mismos parámetros que obedecen a rituales de representaciones sociales colectivas. Según Saulquin, estas sociedades, plenamente vigentes hasta mediados de los '90, se excitan con las diferencias y pretenden saciarse con las homogeneidades. Los verdaderos diseñadores sustentables apuntan al hombre del futuro, creen en las individualidades, buscan satisfacer más las necesidades específicas que los deseos colectivos. La opción es entonces devenir una fuerza para que todos los que vivencian así su relación con las cosas y con las personas, puedan encontrar un nuevo lugar de identificación.

La asociatividad sería la alternativa, formar redes, hacer más ruido y armar un discurso convincente ante todo teniendo estima del consumidor, es decir creyendo en su capacidad de cambio.

Algo de esto nos está faltando en Argentina todavía. ¿Qué tenemos?: Creatividad, productos sustentables, espíritu comprometido en los que miran al futuro, entusiasmo y ganas. ¿Qué falta?: capacitación en gestión empresarial de los diseñadores, políticas de estímulo. Consolidación de las redes, mayor comunicación de los beneficios de la sustentabilidad. En la población, formación al espíritu comunitario y sobre todo sentido del valor de las individualidades. En definitiva, todos queremos ser únicos, y lo somos.



Guía Verde

www.almacenverde.com.ar

+info

www.almacenverde.blogspot.com



5^{de} JUNIO

Día del

Medio Ambiente

ALMACEN
VERDE LIMA

Pedí el afiche GRATIS info@revistalima.com.ar

JUNIO/JULIO

DOM	LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

DOM	LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

5 de Junio: Día mundial del medio ambiente

8 de junio: Día Mundial de los Océanos

17 de junio

Día Mundial de Lucha contra la Desertificación y la Sequía

8 de junio Día Mundial contra la Incineración

1º sábado de julio

Día Universal de la Cooperación

7 de julio

Día Mundial de la Conservación del Suelo

11 de julio

Día Mundial de la población

14 de julio

Día de Acción Global contra la Incineración

hastaPRONTO

SI QUERÉS RECIBIR LIMA, ENVÍANOS UN
CORREO A
SUSCRIPCION@REVISTALIMA.COM.AR
MÁS INFORMACIÓN EN NUESTRA PÁGINA
WWW.REVISTALIMA.COM.AR



HASTA LA PRÓXIMA
LIMA!
AGOSTO!