

# D+A MAGAZINE

DISEÑO + ARQUITECTURA  
LATINOAMERICA

12



SUSTENTABILIDAD Y EFICIENCIA ENERGÉTICA  
EN EL DISEÑO Y LA ARQUITECTURA





# ESPACIOCASA

Decoración + Diseño + Arquitectura



13 al 16 de agosto de 2009  
Espacio Riesco

Exhibición de proveedores, profesionales y conferencias

contrate su stand al (56-2) 415 18 70

[www.espaciocasa.cl](http://www.espaciocasa.cl)

**DIRECTOR:**  
Walter Junge

**EDITOR GENERAL:**  
Esteban Murúa

**DIRECCIÓN DE ARTE Y DISEÑO:**  
Esteban Murúa  
Walter Junge

**EDITORA DE INTERIORISMO:**  
Sofía de la Barra

**CONSEJO EDITORIAL:**  
Bernd Haller  
Carlos Hinrichsen  
Roberto Contreras  
Cristián Montero

**COLABORADORES:**  
Paola Androvez / arquitecta  
Cristián Aycaguer / arquitecto  
Federico Azubel / arquitecto  
Rafael Bas / arquitecto  
Jordi Castel / Fotógrafo  
Enzo Criado / arquitecto  
Daniel Díaz / arquitecto  
Gonzalo Donoso / Fotógrafo  
Cristián Ferrari / arquitecto  
Susanne Fritsch / diseñadora  
Andrés Horn / arquitecto  
Luis Izquierdo / arquitecto  
Marilyn Lizarraga / diseñadora  
Alessandra Lorca / diseñadora  
René Medel / diseñador  
Alberto Moletto / arquitecto  
Alberto Montealegre / arquitecto  
Alberto Mozó / arquitecto  
Max Petit / diseñador  
Álvaro Poblete / diseñador  
Mario Rodríguez  
Claudio Rojas Palma / arquitecto  
Koryn Rolstad / arquitecta  
Gabriel Schkolnick / Fotógrafo  
Marco Scheihing / arquitecto  
Antonia Tejerina / diseñadora  
Ignacio Trabucchi / arquitecto  
Julius Wiedemann / diseñador

**VENTA DE PUBLICIDAD:**  
contacto@dma.cl

**SUSCRIPCIONES:**  
Flora Arroyo  
suscripción@dma.cl

**REPRESENTANTE LEGAL:**  
Walter Junge

Impresión Quebecor World Chile S.A.  
Distribución: Alfa S.A.  
Precio: \$ 2.500  
recargo por flete a I,II,XI,XII región \$ 1.500

Tel: (56 2) 415 0827 / Fax: (56 2) 415 1870  
Los Diamelos 2878, Providencia - Santiago  
Email: [contacto@dma.cl](mailto:contacto@dma.cl)  
[www.dma.cl](http://www.dma.cl)

## Editorial

D+A Magazine en su número 12 destaca en su portada el afiche elegido por el ICSID para el "Día Internacional del Diseño Industrial" que se celebra el próximo 29 de Julio en todo el mundo. La creación de esta pieza gráfica corresponde a la diseñadora chilena Carla Sapiaín, alumna de diseño gráfico del DuocUC, ganadora del concurso internacional organizado para este propósito. El afiche representa una amalgama de elementos subliminales a favor de la sustentabilidad, desarrollada sintéticamente en torno al concepto del árbol. Van nuestras felicitaciones por este gran logro y mérito del diseño chileno.

D+A Magazine destaca en esta edición especial de Sustentabilidad y Eficiencia Energética, el trabajo de arquitectos y diseñadores que trabajan favoreciendo en sus propuestas estas variables, y que se adelantan a un hecho irreversible, la preocupación por el entorno, el cuidado del medio ambiente, el desarrollo sustentable y sostenible en el tiempo, donde el ahorro de energía, la optimización del recurso natural y el reciclaje se tornan en el eje desde el cual se proyecta.

La crisis económica mundial injusta para muchos, es una oportunidad de revertir el cauce. La crisis se percibe hoy como el reflejo y la acumulación de acciones irresponsables y desbordadas de cómo se enfrenta la "realidad", donde los factores de "crecimiento" están definitivamente desligados de una mirada crítica, del rescate de las buenas prácticas, de la memoria urbana, de la aplicación de criterio y optimización. En este contexto también el aplicar políticas de sustentabilidad y eficiencia que encarecen las propuestas, se descartan de un plumazo, anteponiéndose las urgencias de obtener utilidades a corto plazo, práctica que paradójicamente bloquea y trava todo crecimiento.

La conclusión es que hablamos de una actitud, de un comportamiento y de una manera de hacer las cosas que arrojan los resultados conocidos. Si el mundo esta tan globalizado, si reconocemos los efectos mariposa sobre nuestras decisiones, entonces podemos inferir positivamente que toda crisis replantea, y es una oportunidad para introducir nuevos elementos de reordenamiento a partir de otra instancia, de otro orden más conciente de las acciones y sus resultados, desde cualquier rincón del planeta.

### El Director

### Contenidos

- Alberto Montealegre / Los edificios, la obra humana más contaminante > 6
- Las elecciones de Alberto Mozó > 8
- 332 Arquitectos / Construyendo con lógica ecosistémica > 14
- A+F Arquitectos / Sosteniendo el patrimonio intelectual de Chile > 20
- Izquierdo y Lehmann / Máximos requerimientos, mínimos medios > 26
- MINVU / Primer Concurso de Arquitectura Eficiente > 32
- ATV Arquitectos / Nueva sangre argentina > 38
- Claudio Rojas Palma / Silla Julia > 41
- Oficinagalileo / Tecnología aeroespacial para diseñar lo cotidiano > 42
- Alberto Moletto / Las soluciones están muy cerca > 48
- Mario Rodríguez Cobos / El campo y las ciudades > 50
- Leitfaden-Design / Ozeaneum > 54
- Jallpanina / Con el barro en las venas > 60
- Koryn Rolstad Studios / Arte para espacios públicos > 64
- Primer Concurso de Diseño Sustentable PUC > 66
- Tools ID / Lo sustentable como herramienta de diseño > 68
- Julius Wiedemann / La diferencia entre ser bueno y ser mejor > 71
- Adoro Estudio de Diseño > 72
- Nueva tienda de Javier Pinochet > 73



PATROCINAN



AUSPICIAN



ORGANIZAN



EQUIPAMIENTO





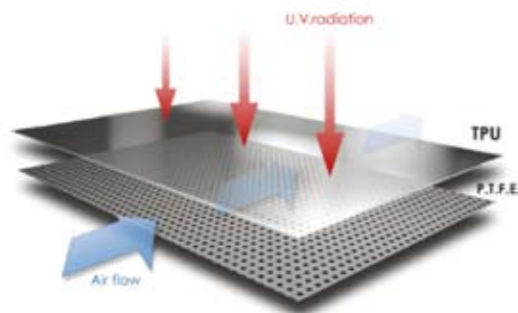
# TOOLS ID, LO SUSTENTABLE COMO HERRAMIENTA DE DISEÑO

Por René Medel / Imágenes gentileza de Álvaro Poblete



## Dual layer construction

An aromatic thermo plastic urethane film offers high clarity and environmental resistance while a special P.T.F.E. membrane pattern provides U.V. blocking and vapor absorption rendering into low air flow and effective isolation.



## Capacity and Weight

A special compartment was designed to stock up to 80 lbs of gear and connect both areas of this 3.8 kg single user tent.



A main back air entrance together with adjustable height front vents were designed to cool the interior of the tent and renovate the air cycle.

Propuestas innovadoras y con base en investigación y desarrollo con uso inteligente de tecnología disponible es lo que propone Tools ID. Con una postura sólida y a la altura de un mercado global, esta joven oficina de diseño formada por Álvaro Poblete, presenta proyectos de implementación orientada al usuario y siempre enfocados a responder a un mercado en constante evolución.

## OUTLIFE

Este proyecto consiste en una carpa de montaña que ofrece la posibilidad de disfrutar el entorno desde su interior, a partir de un material altamente transparente llamado Termo Poliuretano (TPU).

Para dar respuesta a los desafíos que impone introducir la transparencia



como cualidad, se desarrolló un concepto de "capa dual" que permite generar privacidad cuando ésta se requiere, sin sacrificar la visibilidad desde su interior.

El diseño esta compuesto básicamente por paneles de TPU y una membrana de P.T.F.E. expandido de alta respirabilidad, ambos compuestos plásticos que pueden ser reciclados.

Otro aspecto interesante desde la perspectiva de la sustentabilidad, es el hecho de que al momento de sufrir algún daño, este producto puede fácilmente ser reparado y puesto a prueba inmediatamente, extendiendo su ciclo de vida y generando menor impacto sobre el medio ambiente.

Quizás la característica más trascendente de este tipo de artículos sea la manera en que orientan la investigación y desarrollo (I+D) de tecnologías hacia actividades de esparcimiento más saludables y sustentables.

## Handling transparency

3 collapsible inner panels, guided through zipper paths provide the user with control over opacity, gaining privacy and making the product adjustable to each outdoor condition.



## Available configurations



left rear panel folded



left rear and roof panel folded



all 3 panels folded

Vitrinas virtuales



Un atractivo diseño puede crear conciencia en los consumidores respecto al valor de la naturaleza e invitarlos a redescubrirla, abriendo mercados y categorías de productos más orientados a lo sustentable y de menor impacto.

#### VITRINAS VIRTUALES

Es un proyecto que consiste en la implementación de escaparates comerciales a partir de elementos virtuales generados por computador.

Lo interesante de esta tecnología nacida en Dinamarca, es la posibilidad de generar contenidos que expresen de manera fiel y atractiva las cualidades y

valores de una marca en un contexto de retail.

El producto consiste en un conjunto de piezas modulares que se ensamblan e instalan en el interior de los escaparates comerciales, para funcionar como estructura y soporte de los contenidos virtuales.

El diseño adquiere un carácter viable y sustentable en el momento en que se decide desarrollar un conjunto de piezas ensamblables y reutilizables, para dar respuesta a los requerimientos dimensionales de cada cliente. La elección de materiales reciclables como el acero para la totalidad de

la estructura permite minimizar el impacto total del producto en todo su ciclo de vida.

Quizá lo más interesante en un producto como este, sea el hecho de que finalmente la tecnología permite dematerializar los medios comunicacionales (sustratos, corpóreos, telas e impresos), prescindiendo físicamente de ellos, e integrándolos de manera virtual y coherente a la decoración y diseño del mismo escaparate. ■

Más información en:  
<http://www.toolsid.com>

Julius Wiedemann, Editor de Taschen par Latinoamérica

## LA DIFERENCIA ENTRE SER BUENO Y SER MEJOR

Vuelo con gran frecuencia y, en consecuencia compro muchos boletos en línea, por lo que puedo decir que en los últimos años tengo cierta experiencia en el tema. Al trabajar para una empresa europea el tener gente como una secretaria o alguien para resolver estas pequeñas burocracias es todo un lujo. Por lo tanto, somos todos responsables de gestionar el presupuesto, y debemos hacer más con menos.



Me gustaría tomar las compañías aéreas como ejemplo, propongo el siguiente ejercicio: una visita a dos sitios de compañías aéreas, el Germanwings ([www.germanwings.com](http://www.germanwings.com)) y a Ryanair ([www.ryanair.com](http://www.ryanair.com)). La primera página habla por sí misma del cómo algunas empresas piensan en el diseño, la otra de cómo algunos insisten en hacer caso omiso de que no sólo la belleza, sino también la funcionalidad y "pleasurability" dependen de organismos profesionales; la gran mayoría está lejos de comprender el valor de ese diseño.

Recientemente, haciendo una visita a la agencia de diseño Landor, considerada la más grande del mundo (parte del grupo WPP), en una conversación muy franca que surgió con el Director de Desarrollo para el conjunto de Europa y África, Peter Knapp, hablamos de la razón de por qué se entregan algunas empresas al diseño más que otras, cuando todas tienen el mismo nivel de inversión. Peter me dijo claramente que la mayor virtud de la relación de una empresa con un proveedor de material creativo (publicidad, diseño, etcétera) era cuando se producía la plena comprensión y el respeto por el trabajo de otro, y más allá de todo, en la comprensión de las capacidades de cada una de las partes. Existe una tendencia a crear una competencia entre el cliente y el proveedor de servicios, y esta es una de las principales causas de los problemas.

Knapp, también me dijo que recientemente una de las mayores compañías de bebidas en el mundo lo invitó a un taller de un día, junto a todos los organismos que le prestan servicios. La idea era hablar de cada uno de sus trabajos

y tener acceso a la cartera de los competidores. Al final del día, sin embargo, se le pidió hacer un informe de cómo era esta empresa como cliente, sin ningún reproche, esto con el objetivo de convertirse en mejores clientes.

Tengo que aceptar que esta palabra, "diseño", que se utiliza para describir muchas actividades, que se extienden desde la arquitectura al diseño de turbinas para aviones, puede ser en realidad un término que se ha vuelto tan genérico que ahora se considera algo banal: por lo que se relaciona principalmente con algo que es hermoso, pero no necesariamente útil. Podemos simplificar el momento de la evaluación de un sitio con sólo dos o tres parámetros. En los últimos años he intentado muchas competencias en línea y de modo presencial. A menudo me preguntan sobre sitios específicos. Mis informes tienden a tener por lo menos dos páginas para un tiempo de una hora que pasé navegando por el sitio. Esto se debe a que las pruebas que hago se basan en la estética de marca, uso del color, arquitectura de la información, la funcionalidad dentro de la browsers, utilidad, facilidad de uso, y así sucesivamente. Trato de ser breve, porque no me gusta en lo personal leer informes largos, sin embargo genero una lista de control para una enorme cantidad de necesidades siempre de un modo exacto.

Entiendo que los sitios se hacen con poca consulta, lo cual es una lástima. Los defectos están a la vista. Después de iniciados, los sitios (en contraposición a los libros, que son producto de mi investigación en curso) siempre pueden ser corregidos casi de inmediato, pero especialmente si los problemas son pequeños; sin embargo, de todas

maneras se trata de una inversión en fuga. Me suelen decir los expertos que la diferencia entre un sitio muy bueno y uno muy malo en general es del 10% de esfuerzo, que a menudo la razón no es el costo, pero si la planificación y la consulta. La gran experiencia de un autor del diseño de sitios o su equipo le ayuda a saber dónde están los problemas de diseño. No es necesario tener en cuenta el 100% de las observaciones que se hacen acerca de un producto, ya que los usuarios son los que realmente importan, pero si es esencial y preferible tener más de una opinión profesional.

En este tiempo de desarrollo de la comunicación y sofisticación es el momento de enseñar a las empresas a comprar servicios de los profesionales del diseño. Por supuesto, todos quieren y necesitan resultados, incluidos los diseñadores. Y esto es sin duda el retorno de inversión en aprendizaje. Hay una diferencia entre ser bueno y ser mejor. También hay una diferencia entre el cambio y la diferencia de cambio para mejorar. En el momento en que el diseñador piensa mejores instrumentos para medir su trabajo, se abre a una conversación con sus clientes. En empresas como Apple, Método ([www.methodproducts.co.uk](http://www.methodproducts.co.uk)) y Germanwings, por citar tres muy diferentes áreas de negocio, se puede ver que hay también una clara comprensión de la posición y liderazgo sobre el tema. Una mayor libertad de creación es fundamental para el nivel de aplicación de conceptos de diseño que permitan la revolución que queremos. El liderazgo es tan importante, ya que cualquiera que entre en un avión de Ryanair pronto notará que no era la mejor opción y que la reserva fue mal hecha. ■

Briggs



Fanaloza y Briggs

## SOCIOS PARA LA ARQUITECTURA

**Bajo consumo pensado para beneficiar el medio ambiente junto al ahorro energético es la propuesta que exhiben Fanaloza y Briggs al mercado nacional con una renovada oferta en sus sanitarios y griferías que agregan conciencia ecológica de la mano del diseño. Descubra sus beneficios a través de esta entrevista realizada a Ignacio Toro Gerente de Marketing.**

**I**gnacio, ¿Cuáles son las innovaciones que han introducido en el último tiempo en torno al desarrollo de sistemas más eficientes respecto al ahorro de agua?

Hemos desarrollado sistemas como Dual Flush para Sanitarios y Dual Flow para Griferías, como también Aireadores de Bajo Consumo. La tecnología DUAL FLUSH para los sanitarios contiene un pulsador de doble descarga, uno de 4,1 LITROS el cual se utiliza para desechos líquidos y el segundo de 7 LITROS para desechos sólidos. No disminuye la potencia de la descarga, sino que optimiza el uso del agua garantizando un eficiente funcionamiento a toda prueba, permitiendo un ahorro de hasta un 42% efectivo en el consumo de agua, siempre en armonía con el Medio Ambiente.

Es importante destacar que estos mecanismos están regulados para utilizar eficientemente el agua, evitando el uso de sistemas caseros como por ejemplo introducir una botella o piedra en el estanque del WC, lo que no sólo hará funcionar incorrectamente su inodoro, sino que también tendrá que descargar hasta 3 veces, produciendo un sobreconsumo de agua (en vez de 7 litros, serían 7\*3 = 21 litros gastados).

Además tenemos sistemas domiciliarios de tratamiento de aguas grises del lavamanos para utilizar en los WC, como griferías electrónicas y temporizadas para optimizar el gasto de agua. Esto quiere decir que podemos reciclar el agua que gastamos para lavarnos los dientes, manos o para afeitarse, tratando las aguas y filtrándolas para poder reutilizarlas en las descargas de nuestro WC.

¿Qué líneas de artefactos han introducido al mercado actualmente que cuenten con dichos adelantos?

Hemos desarrollado líneas de Grifería Briggs y Fanaloza tales como Zelta y Savex, como también mejoras en líneas actuales como la Moon. Estas griferías poseen un sistema de doble apertura, a través de las cuales tenemos dos tipos de salida del agua, permitiendo un flu-

(Continúa en pag. 80)



**BRIGGS**  
by Fanaloza

DEMUESTRA  
TU ESTILO

DEPARTAMENTO DE ESPECIFICACIONES  
ALONSO DE CÓRDOVA 5 | 51, LAS CONDES  
02-3515725 / 08-8290967 / 08-8290968

jo medio para ahorrar y uno completo. También tenemos griferías electrónicas y temporizadas que optimizan el uso de agua, pues sólo se produce el flujo cuando ponemos nuestras manos o el objeto frente a la grifería.

Se han desarrollado también los inodoros Dual Flush con el sistema de doble descarga que mencionábamos antes, con productos Briggs tales como Mallorca y Milano, recientemente con los modelos Andalucía, Century y Segovia en Fanaloza, y próximamente con los nuevos y exclusivos diseños Malibu de Fanaloza y Bali de Briggs.

**¿Cuáles son las mayores preocupaciones de la empresa hoy, en un mercado que apunta hacia una mayor satisfacción del cliente final?**

Estamos muy enfocados en entregar productos de altísima calidad, y por lo mismo a informar a los clientes que compran productos que cumplan con la exigente Norma Chilena para Sanitarios. Es por eso que los consumidores deben EXIGIR productos certificados, ya que aseguran un correcto funcionamiento, evitando un alto consumo de agua, filtraciones que dañan el hogar, sin la necesidad de comprar repuestos. Esta norma (NCh407) indica, entre otras cosas, que un inodoro debe consumir máximo 7 litros de agua en una sola descarga, lo cual es muy importante, ya que para una familia típica chilena de 4 integrantes el ahorro puede llegar a ser de \$74.000 en la cuenta anual de agua. Si comparamos un producto certificado por la Norma Chilena v/s un producto de doble descarga importado, el chileno considera 7 lts en la descarga completa y 4,1 lts en la descarga media, reduciendo los 11 y 6,5 lts del producto importado. Por ende, estamos hablando de un ahorro considerable en la cuenta de agua y además, del orgullo de tener un producto de fabricación chilena que exporta a EE.UU. porque cumple con sus altísimos estándares de calidad.

**¿Cómo está abordando la empresa el tema de la especificación de grandes proyectos para generar una diferencia respecto de su más cercana competencia?**

En Fanaloza nos hemos transformado en socios para los arquitectos, pues tenemos un Departamento de Especificación muy potente que trabaja codo a codo con ellos y los asesora íntegramente hasta entregar los planos con los bloques CAD incluidos junto a las especificaciones requeridas. Nos pueden contactar al (02) 3515 725 y solicitar una visita.

Hoy estamos apoyando a las constructoras y dando una certificación en obra que valida la instalación. Este servicio busca disminuir los reclamos postventa en proyectos inmobiliarios, que generalmente se producen por malas instalaciones. En muchos edificios se tercerizan las instalaciones sanitarias y depende de los mismos trabajadores tener los conocimientos necesarios para instalar los productos y por desinformación no se preocupan de detalles tales como drenar las cañerías para limpiarlas, provocando que cualquier producto instalado a la red de agua comience a fallar al poco tiempo debido a la suciedad y residuos propios de la construcción.

**¿Desde un punto de vista global, en qué pie se encuentra la empresa en términos de desarrollo e innovación técnica?**

Existe un equipo de desarrollo especialmente dedicado a la investigación de nuevos diseños estéticos y técnicos para hacer nuestros productos más ecológicos bajando considerablemente el consumo de agua, acompañado de un equipo de calidad especializado para que cada producto tenga un altísimo nivel en cuanto a sus especificaciones técnicas.

**Según la Norma un inodoro debe consumir máximo 7 litros de agua en una sola descarga, lo cual es muy importante, ya que para una familia típica chilena de 4 integrantes el ahorro puede llegar a ser de \$74.000 en la cuenta anual de agua.**

Fanaloza



# Fanaloza



## Hemos sido Siempre Parte de Tu Vida



GRIFERÍAS · SANITARIOS · MUEBLES

ENCUENTRA EN GRANDES TIENDAS DEL RUBRO Y FERRITERÍAS