

Remix Bicentenario

Federico Eduardo Sánchez Villaseca

Nuestro país se encuentra próximo a cumplir 200 años de independencia y son innumerables los hechos y personas que han moldeado y definido la identidad de nuestro pasado, presente y futuro. Junto con el clima de expectación natural, surgen interrogantes que pese a su aparente simpleza y obviedad siguen instaladas en el debate nacional... ¿qué es lo chileno?, ¿quiénes son los personajes que mejor encarnan los valores patrios?, ¿cuáles son los hitos más significativos de la historia de nuestro país?

La Escuela de Diseño de la Universidad Diego Portales ha querido contribuir a esta discusión trasladando ese espíritu festivo y de cuestionamiento al plano visual, invitando a una treintena de artistas y diseñadores locales y extranjeros a presentar su visión particular de la historia a partir de la revisión de nuestra iconografía patrimonial e imagería pop, intentando de esta forma, dar pistas del futuro de Chile.

Nuestra geografía, flora y fauna; los pueblos originarios; la conquista y la independencia; los héroes patrios, las guerras y los primeros gobiernos; los grandes desastres naturales; la literatura y las artes; los grandes movimientos políticos y sociales; avances científicos y tecnológicos; y todas las figuras que han protagonizado estos hitos son el punto de partida para una experiencia que busca una reflexión visual ad portas de nuestro Bicentenario.

Amparados en la lógica del remix –concepto asociado generalmente a la música electrónica y que se define como la versión alternativa de una pieza musical, reconstruida a partir de fragmentos de la idea original– el proyecto intenta reunir las más diversas expresiones de la gráfica contemporánea en un formato de exposición y libro. La exhibición será desplegada en el Centro Cultural Palacio la Moneda, a mediados del año 2008, bajo diversos formatos (lienzo de gran tamaño, publicidad, etc). El libro por su parte recogerá el trabajo de cada uno de los artistas, además de fotografías de la exposición e imágenes seleccionadas de la convocatoria abierta que se desarrollará a través del sitio www.remixbicentenario.com, plataforma digital que acogerá colaboraciones de todo el mundo.

Esta conferencia fue dictada por **Federico Eduardo Sánchez Villaseca** (Universidad Diego Portales - Chile) el jueves 31 de julio en el Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

Coco Chanel: una diosa del diseño

Blanca Santos

El periodista, historiador y escritor inglés Paul Johnson, en el ensayo titulado 'Balenciaga y Dior: la estética del ojal', que conforma el capítulo XIII de su libro *Creadores*, publicado en 2006, afirma: "Hacer ropa elegante es una de las más efímeras y antiguas formas de arte. La más antigua de todas, y por naturaleza, aún más transitoria, fue el *body-painting*, que precedió a la pintura en cuevas y rocas (...) por muchos siglos."

Gabrielle Bonheur Chanel, más conocida por Coco Chanel, fue la más grande Diseñadora de Modas del Siglo XX. Su espíritu innovador la llevó a crear perfumes, a diseñar sombreros, carteras, alhajas y otros accesorios de la moda que siguen siendo los preferidos por miles y miles de mujeres del mundo entero aún en el Siglo XXI. Ya hacia 1920, Coco Chanel vislumbró lo que vestirían las mujeres del Siglo XXI. Hizo de la elegancia y el lujo el objetivo único de su vida. No se definió a sí misma como feminista pero con sus diseños y creaciones colaboró en gran medida a la liberación de la mujer.

Tal como un hada madrina, ayudó a las mujeres a abandonar prejuicios y empezó por liberarlas del opresor corsé en 1916. Fue la gran creadora de un estilo que depara a la mujer una sensación de lujo y elegancia íntima y sutil a través de un guardarropa práctico y universal. Combinó con gran libertad elementos de la moda femenina con elementos de la moda masculina. Utilizó texturas, formas y prendas que hasta entonces estuvieron solamente reservadas para los hombres. Adaptó la ropa deportiva para todos los días. Rechazó la arrogancia de la ostentación enseñando a las mujeres a combinar lo falso con lo auténtico y a lucir esa combinación con naturalidad y alegría. Recortó las faldas proponiéndolas apenas por debajo de las rodillas. En 1920, impuso el pelo corto 'a lo muchachito' y el pantalón. En 1924, cansada de los colores brillantes y los colorines, impuso el vestido negro con originales detalles de blanco. Convirtió al negro, al blanco, al beige y al azul marino en categorías, algo más que colores. Impuso el jersey, el traje sastre de *tweed*, el blazer, el *trench-coat*, los botones dorados, las perlas y las piedras de fantasía, la cartera colgante, tipo bandolera, y los zapatos chatos y de dos colores. La camelia llegó a ser tan emblemática del estilo Chanel como el collar de perlas de varias vueltas y los brazaletes laqueados con incrustaciones de piedras de colores. Para Coco Chanel elegancia significaba sencillez y libertad de movimientos. Eligió el encaje y el *crêpe* por su delicada textura y su excelente caída para los vestidos de noche.

Entre sus clientas más famosas pueden citarse Marlene Dietrich, Brigitte Bardot, Elizabeth Taylor, Marilyn Monroe, Grace Kelly, Katherine Hepburn, Romy Schneider, Jeanne Moreau, Lauren Bacall, Ingrid Bergman y Jackie Kennedy.

Coco Chanel fue la primera Diseñadora de Modas de alta costura en crear un perfume. En 1920, trabajó con Ernest Beaux, químico y ex perfumista del zar Nicolás II y, en 1921, lanzó el Perfume Chanel N. 5, elaborado con

exquisitas esencias y presentado en un frasco de formas depuradas y de excelente diseño.

En pleno Siglo XXI el Perfume Chanel N.5 sigue siendo uno de los favoritos y uno de los perfumes femeninos de precio más elevado. En 1959, el envase del Perfume Chanel N. 5 fue premiado por su diseño y comenzó a integrar la Colección Permanente del Museo de Arte Moderno de Nueva York.

En 1970, Coco Chanel firmó con su apellido un nuevo perfume, el Chanel N. 19, nombre inspirado en su fecha de nacimiento.

Coco Chanel tuvo una vida de contrastes. Nació bajo el signo de Leo, el 19 de Agosto de 1883, en Saumur, un pueblecito de Francia de tradición ecuestre, a orillas del Río Loira, casi en su confluencia con el Río Thouet, en la región del Loira Occidental. Tuvo una infancia y una adolescencia desdichadas. Su madre murió en 1895, cuando ella era una niña y, su padre, un humilde vendedor de baratijas, abandonó a sus 6 hijos: Julie, Gabrielle, Alphonse, Lucien y Agustín. Gabrielle vivió hasta los 18 años en el orfanato de la Abadía de Aubazine sometida a una estricta disciplina y a la oración. Vistió durante esos años el uniforme del establecimiento: pollera negra, camisa blanca y medias negras. Años más tarde, esta vestimenta austera, se convertiría en fuente de inspiración para uno de sus diseños de mayor éxito: el vestido negro.

La soledad y la falta de amor acompañaron a Gabrielle durante toda su vida. Tuvo numerosos amantes y compañeros de cama con los que también compartió sus negocios pero no fue una mantenida. En 1909, se inició diseñando y haciendo sombreros en París, en un apartamento del Boulevard Malesherbes.

Un domingo, el domingo 10 de Enero de 1971, después de un paseo en automóvil por las calles de París, cuando Coco se tendió en su cama de la suite que ocupaba en el Hotel 'Ritz' fue sorprendida por la muerte. Tenía 87 años.

En 1983, Karl Lagerfeld, un alemán, nacido en Hamburgo en 1938, asumió la Dirección Creativa de la Maison Chanel. Merced a su autoridad, a su capacidad y a su talento como Diseñador, el estilo Chanel sigue vigente en el Siglo XXI. El número de boutiques Chanel ha crecido de una manera sorprendente. A las secciones de alta costura, *prêt-à-porter* y accesorios se suman las secciones de perfumería, maquillaje, joyería, relojería y anteojos que hacen que la marca Chanel acumule año a año, miles y miles de millones de euros en ganancias. Jaques Polge, perfumista de la Maison Chanel, creó en el año 2001, 'Coco Mademoiselle', una deliciosa fragancia joven. Ya en 1984, había creado la fragancia 'Coco' como homenaje póstumo a esa diosa del diseño que fue Coco Chanel. En París, en uno de los lugares más distinguidos, a metros de la Place Vendome, en la Rue Cambon, la Maison Chanel sigue siendo uno de los grandes centros de la moda mundial.

Esta conferencia fue dictada por **Blanca Santos** (Argentina) el miércoles 30 de julio en el Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

Inteligencia emocional aplicada al diseño

Nicolás Javier Sarquis

Durante mucho tiempo las habilidades intelectuales y/o técnicas del diseñador lo relegaron a una limitación inconsciente en su rol como comunicador, dando como resultado un profesional incapaz muchas veces de comprender filosofías, ambientes, realidades o conceptos necesarios a la hora de trabajar en el proceso creativo.

Una manera de reivindicar el rol y la posición profesional de diseñador es proponiendo la adaptación y apropiación de nuevas habilidades que han sido utilizadas con éxito en diversas áreas laborales y/o relacionales.

La inteligencia emocional se presenta como una herramienta capaz de cubrir el bache cognitivo y promover nuevos caminos de pensamiento que produzcan nuevos resultados creativos, pero por sobre todas las cosas resultados positivos en la comunicación. La inteligencia emocional es un conjunto de talentos o capacidades organizadas en cuatro dominios: capacidad para percibir las emociones de forma precisa (es decir, capacidad de percepción), capacidad de aplicar las emociones para facilitar el pensamiento y el razonamiento, capacidad para comprender las propias emociones y las de los demás (empatía), y capacidad para controlar las propias emociones. El concepto de inteligencia emocional tiene un precursor en el concepto de inteligencia social, del psicólogo Edward Thorndike quien en 1920 la definió como "la habilidad para comprender y dirigir a los hombres y mujeres, muchachos y muchachas, y actuar sabiamente en las relaciones humanas".

Una vez que una persona entra en una organización o para que pueda dar lo mejor de sí, hacer bien su trabajo, que no sólo de su talento sino que además lo haga con entusiasmo y compromiso, se necesita primero, que sepa qué es lo que tiene que hacer. Segundo, que sepa cómo hacerlo. Tercero, que sienta que lo que está haciendo tiene un valor significativo, que él esta contribuyendo y que se le reconozca por ello. Es necesario a su vez conocer cuáles son las competencias emocionales que propone Coleman y apropiarlas a la práctica profesional del diseño.

El mismo Goleman y demás autores definen el éxito de gerentes líderes y trabajadores en personas de alto nivel de desempeño, destrezas, habilidades técnicas y emocionales, bien desarrolladas alcanzando capacidad de dar sentimientos que cada vez se hacen más competitivos y necesarios en la familia, la gerencia y la sociedad. Algunas de las competencias emocionales.

- Auto-conciencia: La habilidad para reconocer y comprender los propios estados emocionales, sentimientos, rasgos, así como su efecto en las demás personas. Las competencias que se miden y desarrollan en esta categoría son: la auto-confianza, la capacidad para despertar estados emocionales que generen un clima creativo que será productivo y estético para el diseñador.
- Auto-regulación: La habilidad para controlar y redireccionar impulsos y estados emocionales negativos, unido a la capacidad para suspender juicios y pensar antes de actuar. Las competencias que se miden