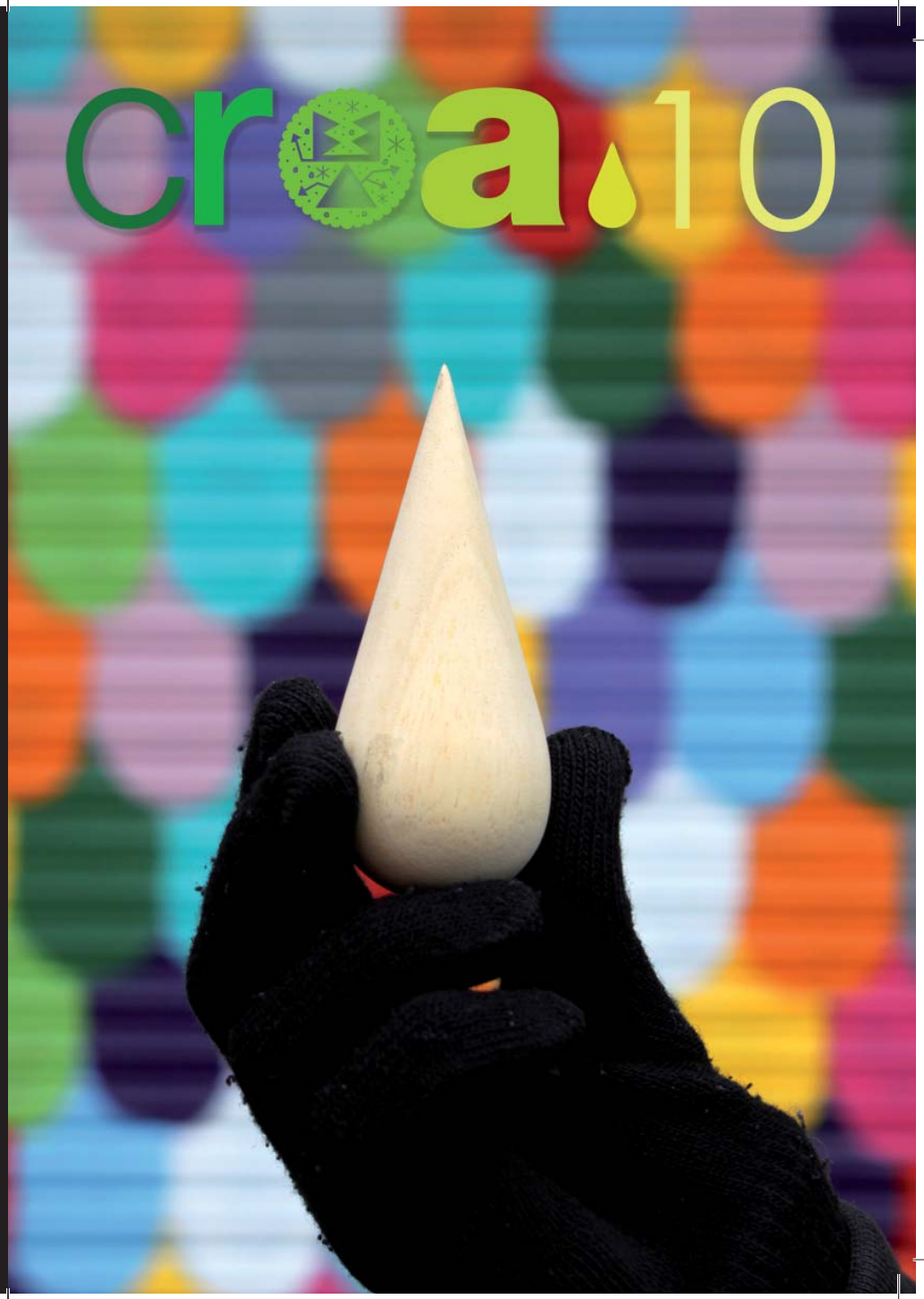
www.croamagazine.com
www.facebook.com/croamagazine
www.twitter.com/croamagazine

eme



CROADORES

Iria F. Mouriz

Sandra González Villanueva

Yago Quintas

Deica Audiovisual

Celeste Conde

Jesús Moreno

EN PORTADA

Marta Villar Cruces

CROADORA

Innovacion Investigacion Desarrollo (Vigo)

Programador/a web creativo – SEO

Agencia de diseño y comunicación selecciona candidatos/as que cumplan los siguientes requisitos:

Conocimientos de HTML y HTML5
Amplios conocimientos de posicionamiento SEO y SEM
Experiencia en programación PHP y MySQL
Experiencia en Flash y Java
Conocimientos en el desarrollo/modificación de plantillas
Alto conocimiento y manejo de Redes Sociales
Gestión de Hosting y servidores
Se valorará desarrollo para plataformas móviles y tablets
Presentar "porfolio" o "demo"
Necesaria experiencia de 5 años en puesto similar o demostrar amplias habilidades y gran destreza. En definitiva "ser un crack"
Ser una persona creativa, positiva, con iniciativa y que le guste trabajar en equipo.

http://www.infojobs.net/vigo/programador-web-creativo-seo/of-i632853764642d99a9b3f5bf0ff83bd

OFERTAS LABORALES

OPORTUNIDADES

BOUTIQUE PRODUCTOS SL. (A Coruña)

Director de comunicación

Puesto de dirección de comunicación. Gestión de un grupo de personal junior en comunicación, marketing online digital, gestión de medios, social media… Mínimo 5 años de experiencia en comunicación, marketing y social media.

http://www.infojobs.net/a-coruna/director-comunicacion/of-if36256c8b046919c6cb8f4e048a6a4

Multinacional Retail Moda (Ourense)

Diseñador gráfico

Empresa del sector textil precisa incoporar un Diseñador/a Gráfico.

La persona seleccionada se responsabilizará de la maquetación y diseño de catálogos, invitaciones, books…

Buscamos a una persona con experiencia demostrable en la maquetación de anuncios para su envío a diferentes medios de comunicación.

Imprescindible nivel alto de inglés.

http://www.infojobs.net/ourense/disenador-grafico/of-iced0db8f6e4d858ac7d37b8f6c72f6

13 El triste olor de la carne
REPORTAJES

23 When Nalda Became Punk
ENTREVISTAS

33 Fresh & Clean
DISEÑO GRÁFICO

36 Click_Creal
WEB

38 Más con menos
PROYECTO FINAL

55 Nuri Llompart Mas
Ariane Góes
No tengo marca
CROADORES

78 Ofertas laborales
OPORTUNIDADES

ARTÍCULOS

ENTREVISTAS

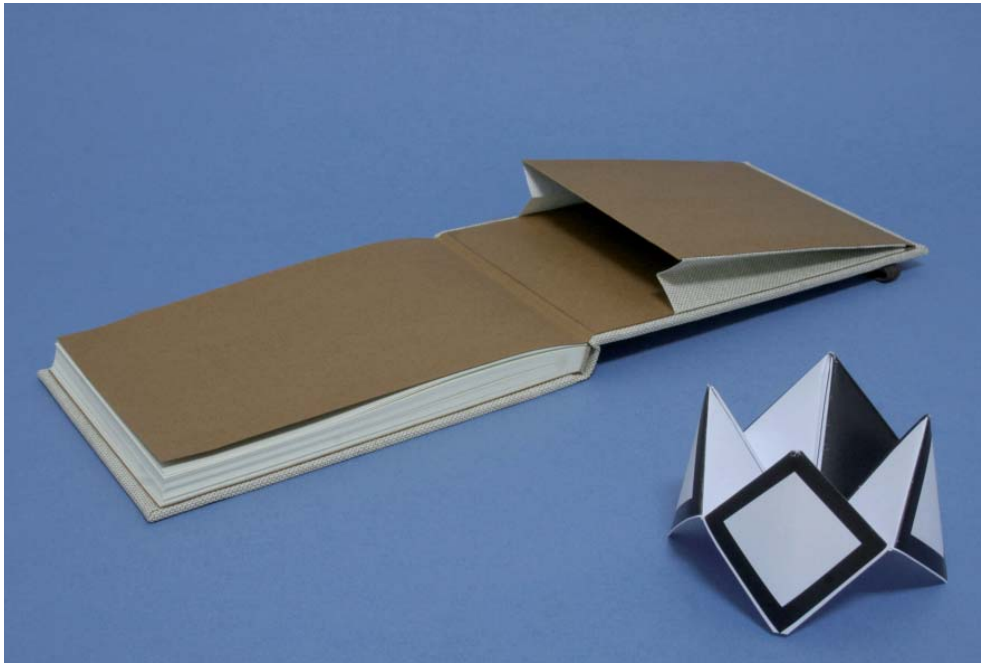
REPORTAJES

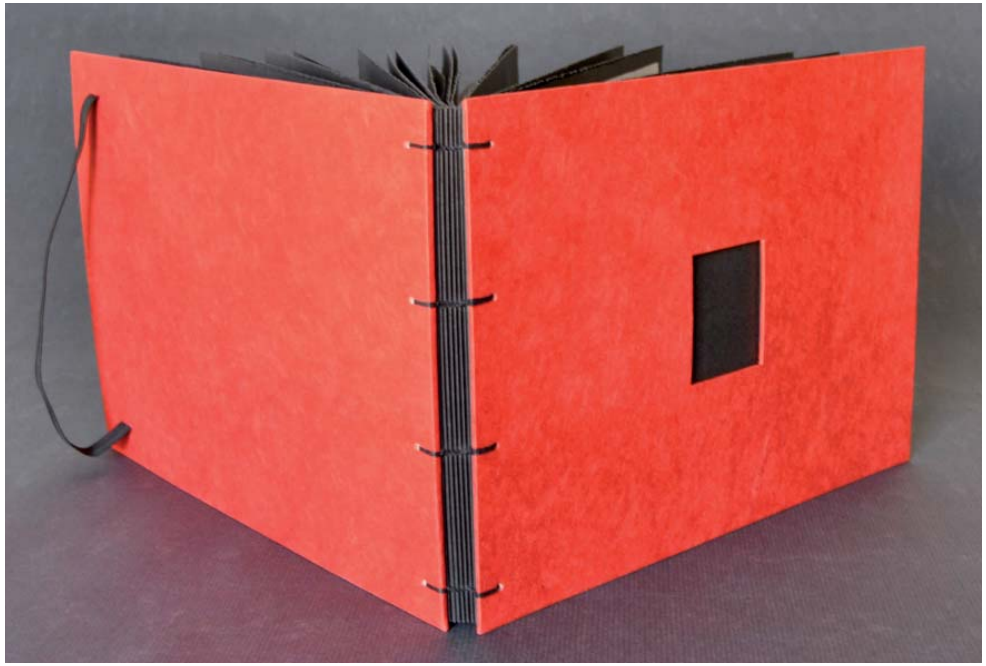
CROADORES

ELIGE LA SECCIÓN QUE
MÁS ENCAJE CONTIGO

PARTICIPA

croamagazine@gmail.com





EDITORIAL

Marta Villar Cruces

Bienvenidos a CROA10, nuestro décimo primer número.

Tras poder compartir con vosotros buen ambiente, muchas cañas y una obra colectiva con un resultado fascinante en CROACTION, regresamos con más ganas que nunca y cargados de nuevos contenidos.

Una brisa reivindicativa se deja notar en este número con temáticas como los desahucios o el consumo abusivo de alimentos enfocadas desde el punto de vista más creativo.

¿A qué esperas? ¡Sumérgete en nuestras páginas y disfruta!

¡Un abrazo y a croar!

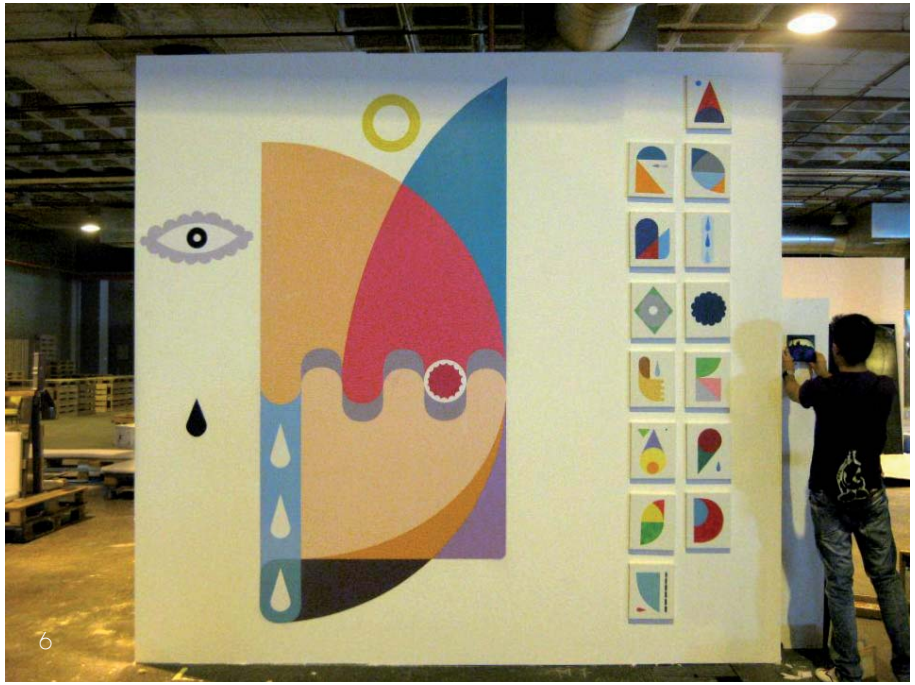
Participa en el sorteo de la OBRA COLECTIVA. Infórmate en facebook.

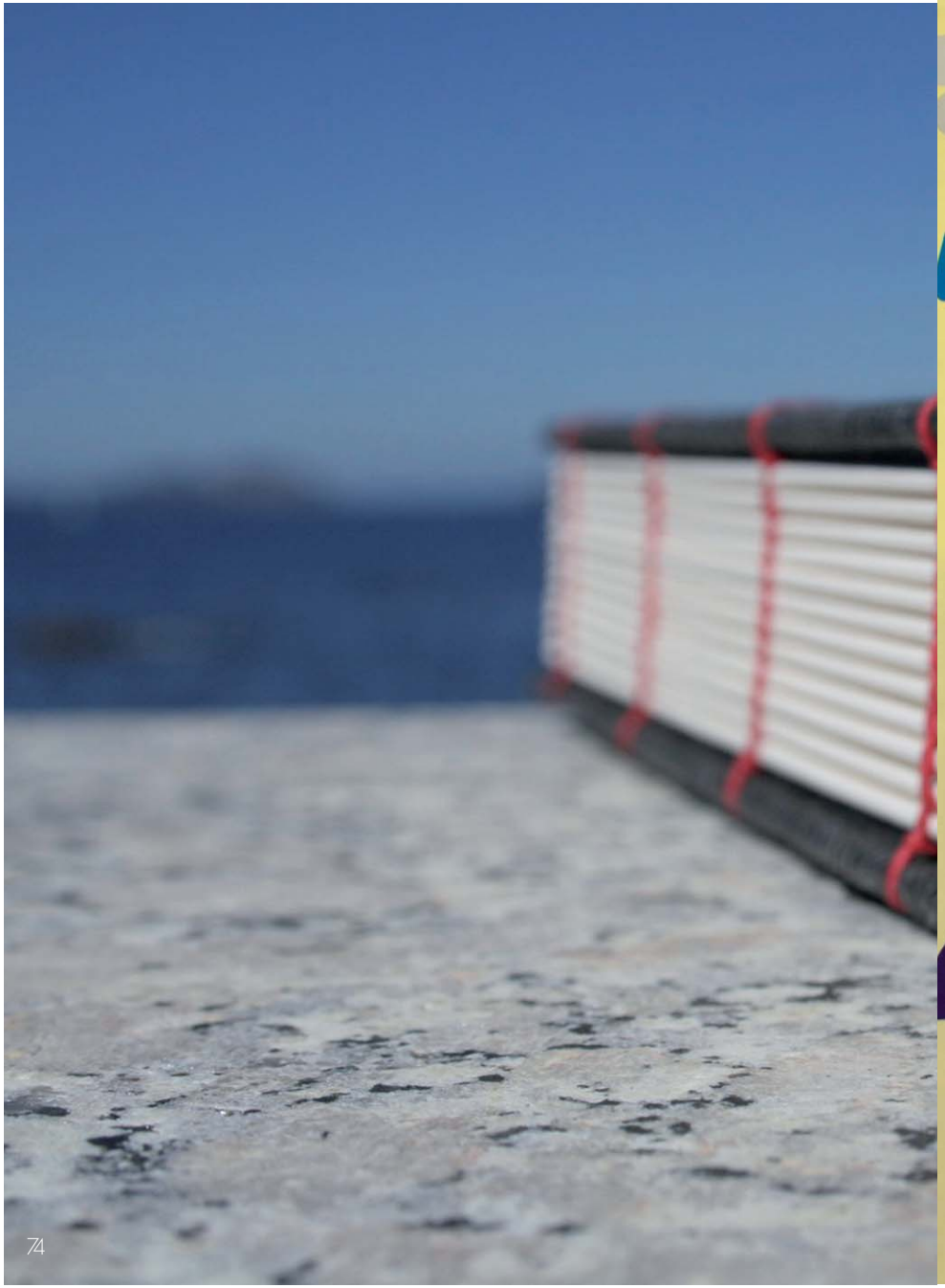
EN PORTADA

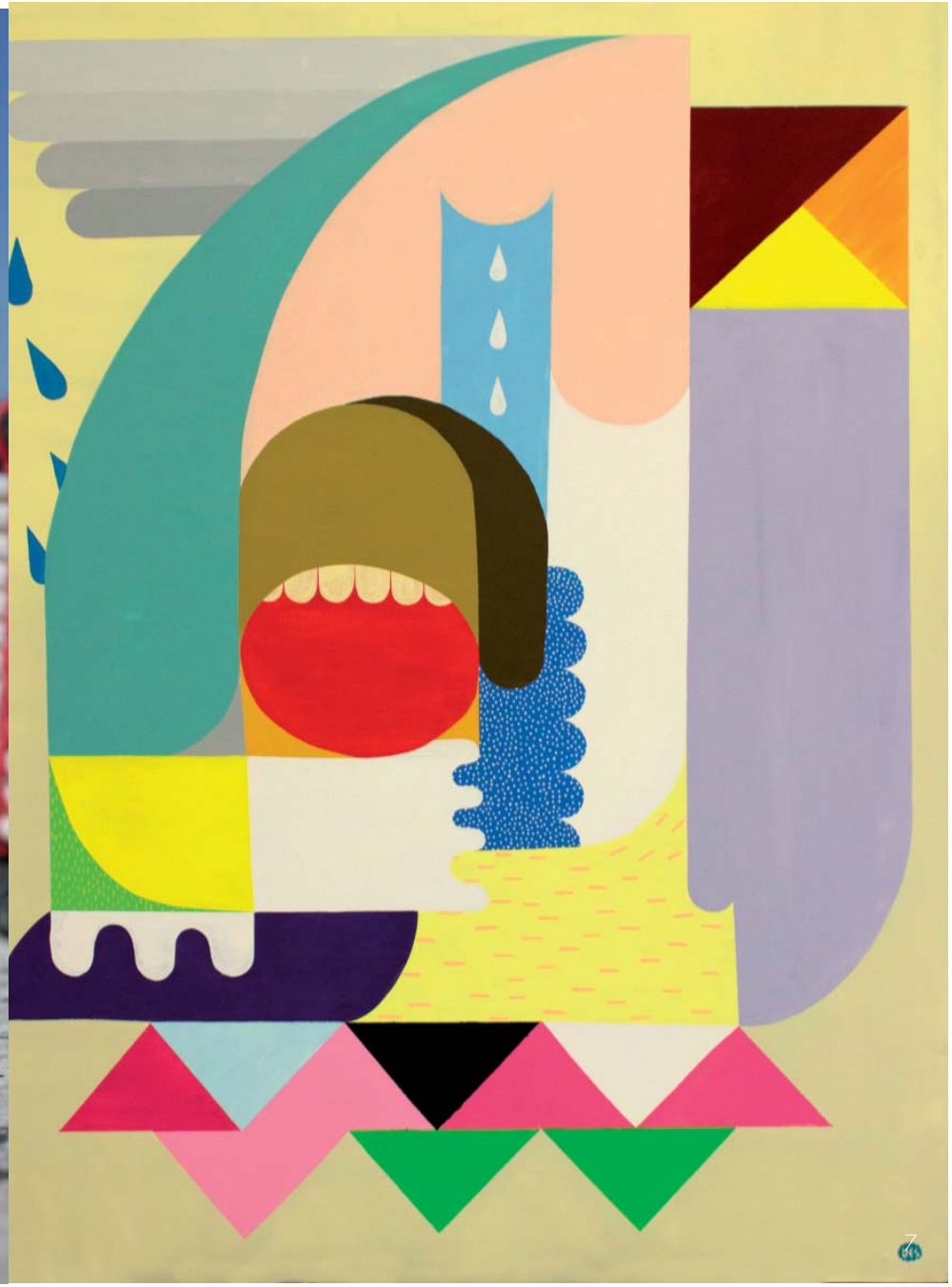
Jesús Moreno

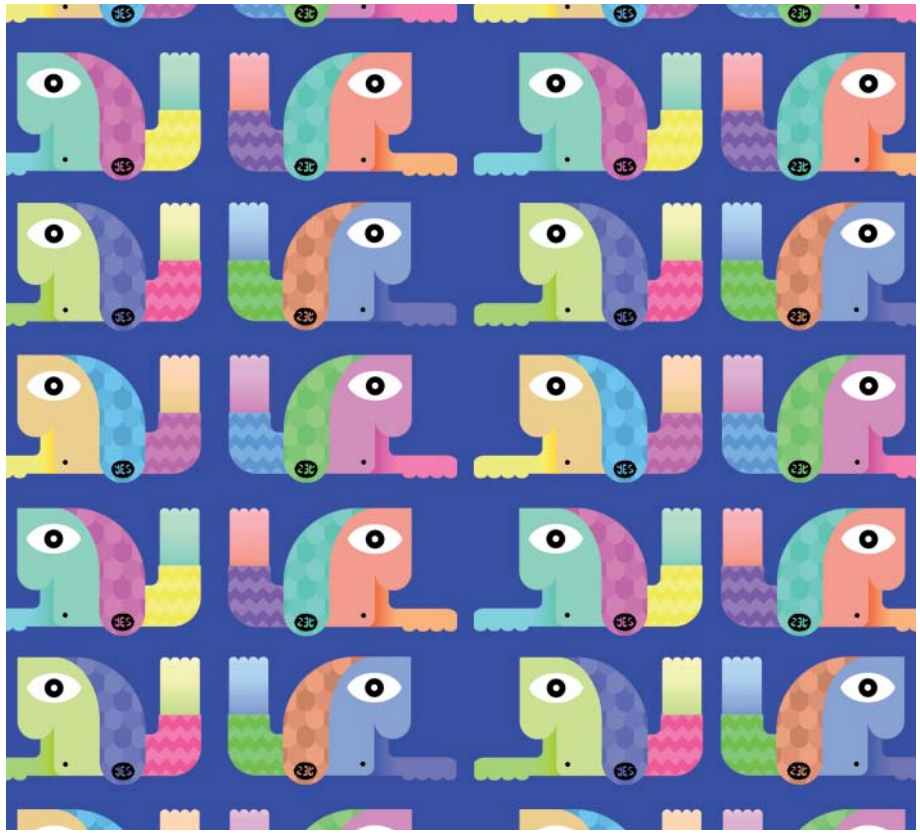
Jesús Moreno nace en Madrid en 1991. De forma autodidacta se inicia pronto en el mundo del graffiti y la personalización de productos, adquiriendo el apodo de Yes.
Pero es mientras cursa el bachillerato artístico en el Colegio Lourdes (Madrid) cuando comienza a formarse e introducirse levemente en el mundo del arte.

En 2009 se matricula en la Facultad de Bellas Artes de la UCM. Actualmente le representa Galería Liebre, y compagina producción y estudios con días de graffiti y otros eventos.





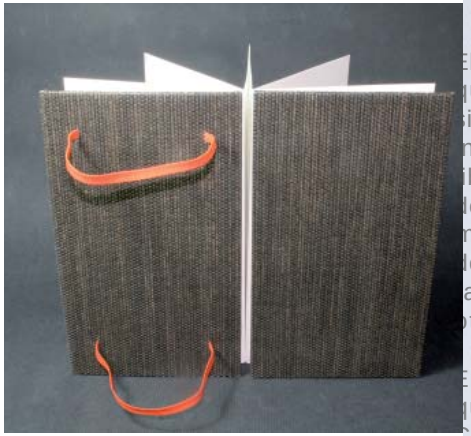


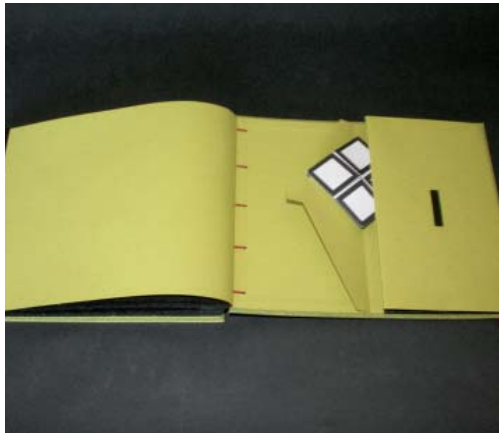


También puedo realizar algún trabajo de restauración y caligrafía artística.

Me gusta pensar que mis creaciones son también un soporte o recipiente para la creatividad de los demás, donde puedan relatar sus historias, experiencias o expresarse de una manera u otra mediante herramientas como el dibujo, la pintura o la fotografía... La simbiosis entre técnica y creatividad, propia o ajena, dan resultados excelentes como por ejemplo una serie de libretas que realicé para la ilustradora viguesa Aida Alonso.

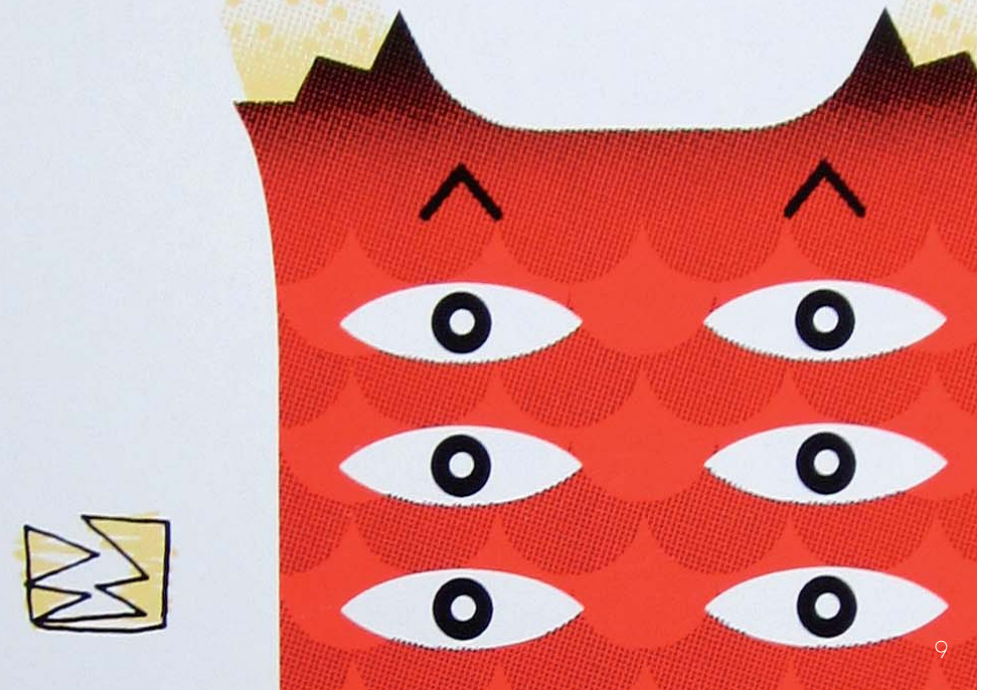
Mientras los demás y yo tengamos imaginación, cuento con que no me falte trabajo.



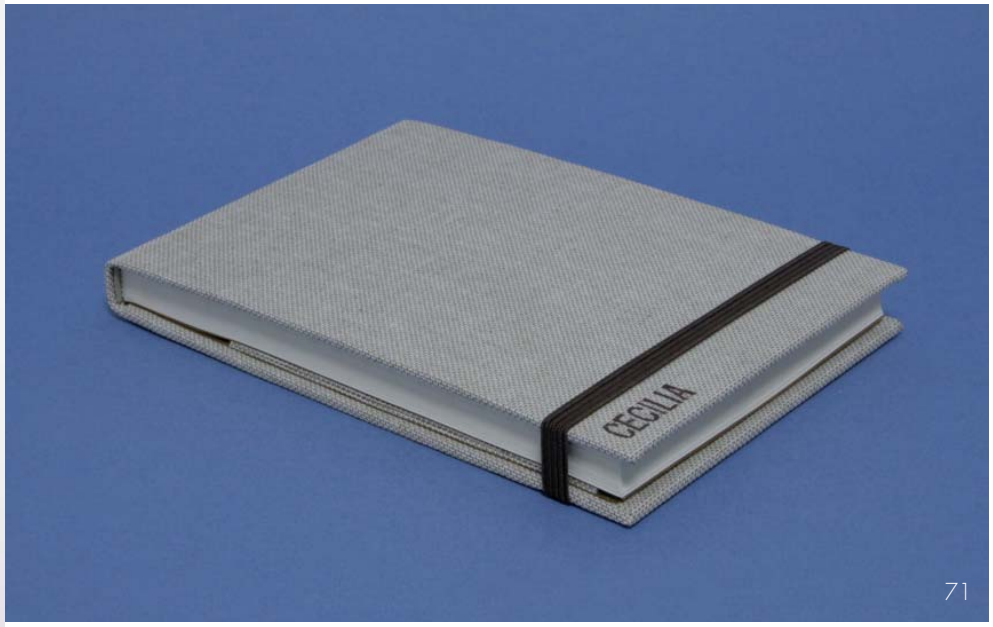


El rasgo principal que caracteriza su obra reside en las formas de color plano que se corresponden entre sí; que conducen y conectan caminos para hacer posibles múltiples lecturas desde diferentes miradas. A través de una simbología inocente y muy personal hace al espectador dueño de toda interpretación. El libre pensamiento y la creencia aleatoria son fundamentales en la observación de sus imágenes. Las superficies planas le permiten entender el color en sí mismo, su funcionamiento depende directamente de los que se sitúan a su alrededor y así, mediante la simplicidad pictórica, con formas frías y estáticas trabaja también el aspecto sublime de los colores y su capacidad para trasladarnos a otras dimensiones magníficas.

Entre sus últimas exposiciones destacan el Road Show de “Imposible de etiquetar” por las ciudades de Madrid, Santander, Bilbao y Barcelona (2013); Colectiva Mínimo en Galería Liebre (Madrid, Noviembre 2012 – Enero 2013); Rebobinar // Compact Cassette Set (IV Edición Desvelarte, Santander, 2012); Simposio Artístico de Rototom Sunsplash (Benicassim, 2012); o la exposición de obra en la sección Arte Inflitrado de Mulafest (Madrid, 2012). También ha sido seleccionado recientemente en diferentes concursos como el XX Certamen de Jóvenes Creadores de la Comunidad de Madrid (2012), OpenWorkshop2012 (Lucagraphics, Madrid) y Premio Joven 2011 (Madrid, 2012).



MARLEN
EVA


CECILIA

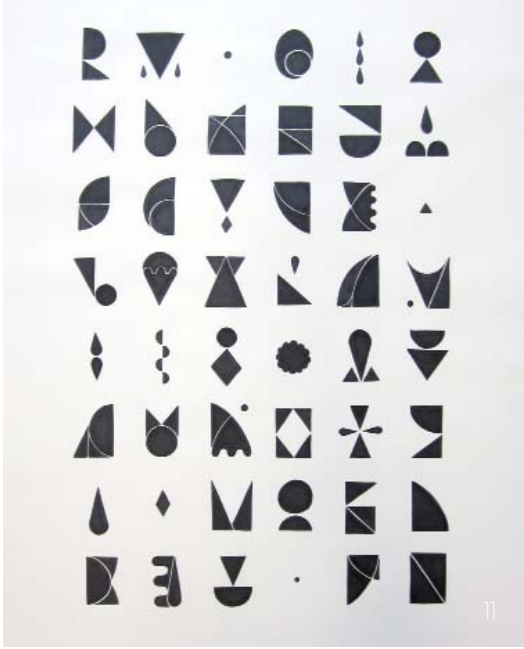
NO TENGO MARCA

CROADORES

Encuadernación artística

Se puede decir que soy neófito en el mundo de la encuadernación. Llevo en ello poco más de un año, pero tengo que decir que mi primer contacto con esta disciplina, y es un vago recuerdo, fue en la EGB hace ya más de veinte años, en una clase de pretecnología, de la cual aún conservo la imagen de estar cortando papel con una segueta y construyendo mi primer cuaderno. No recuerdo bien, pero debió picarme un insecto en aquella clase, depositó sus huevos bajo la piel, y ahora después de tanto tiempo, están eclosionando y catalizando con mi aprendizaje en la EMAO.

Realizo distintos tipos de encuadernación: libros, álbumes de fotos, libretas, cuadernos de dibujo, etc..., todo realizado a mano, de forma artesanal. Utilizo diversos materiales y técnicas. Principalmente son trabajos por encargo, obras únicas, a medida, personalizadas, que no se pueden encontrar en el mercado, pero también tengo mis propias creaciones. Recientemente acabo de hacer una serie de álbumes para fotos Polaroid...

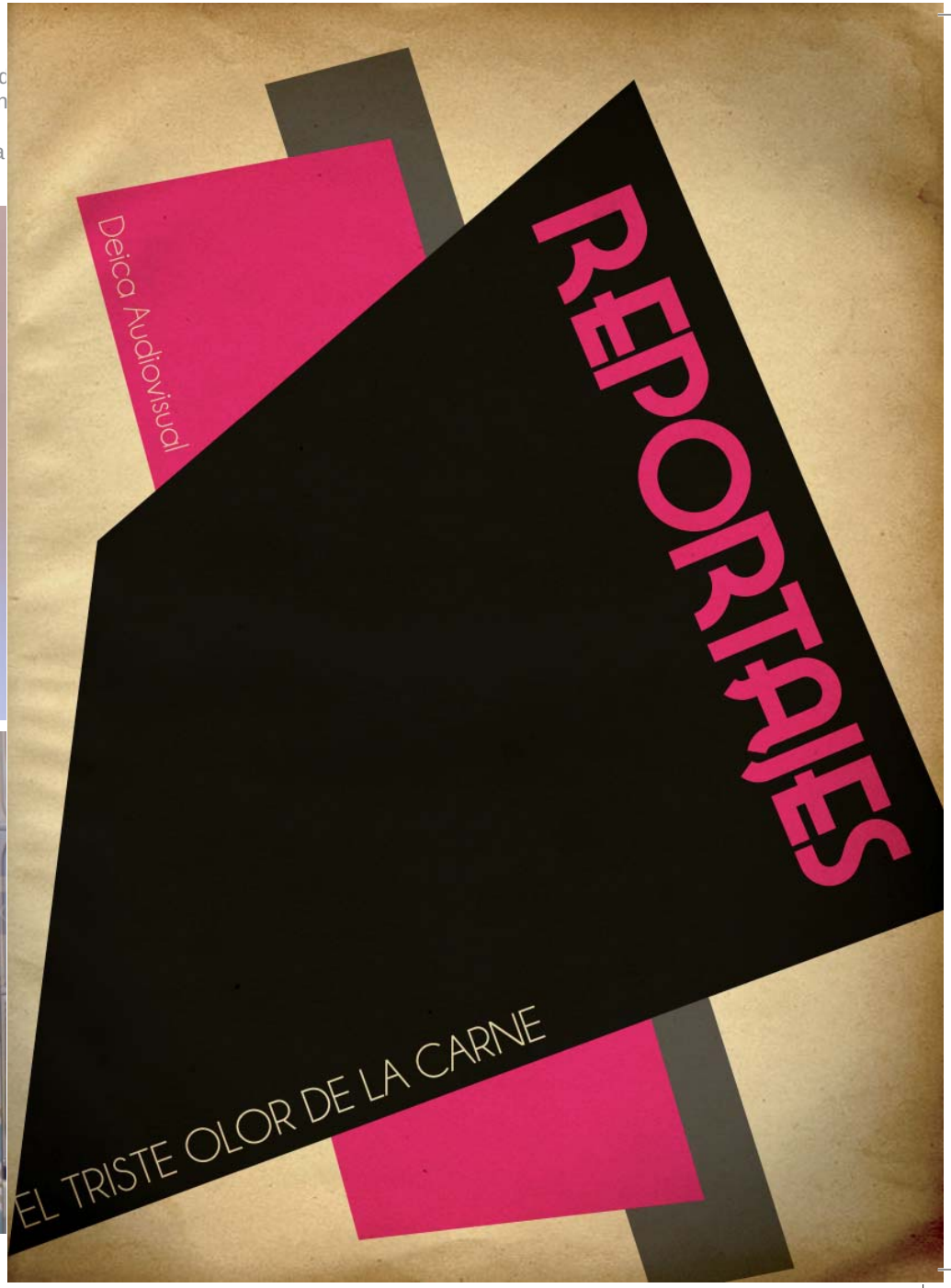


XAN
carajazz
Isabel II (al lado del Fraga)
CONCIERTOS
JAM SESSIONS
CON LA VENIA
facebook/xancarajazz

la a la
es. Es
, dán-
mada.

Estos trabajos los podéis encontrar en mi página web: www.arianegoes.com.
En mi blog (www.soyariane.blogspot.com) podréis encontrar las fotografías, principalmente analógicas, de mi día a día. Algunas de sus favoritas son las siguientes.

“Ausencias” es uno de mis trabajos más actuales y pretende ser una última mirac
vida de una persona recogiendo sus gestos y costumbres reflejados en sus posesion
el rastro, la huella que deja una persona cuando se va brusca e inesperadamente
donos más datos e información que si fuera una desaparición intencionada y progra



EL TRISTE OLOR DE LA CARNE

REPORTAJES

Deica Audiovisual

DEICA AUDIOVISUAL nace en Galicia en el año 2011 de la inquietud por compartir los medios y conocimientos de un grupo de recién titulados técnicos superiores en producción e imagen, buscando desde sus inicios innovar y darse a conocer.

Como grupo realizan todo tipo de proyectos audiovisuales y cinematográficos, como por ejemplo videoclips, spots televisivos, videos corporativos, espectáculos o eventos sociales de todo tipo.

A finales de 2012, este grupo de jóvenes, Paulo Bouzas, Pio Cribeiro y Pablo Kaufmann, se sumergen de lleno en “El triste olor de la carne” de la mano de Cristóbal Arteaga, su director y guionista, contando con las espectaculares dotes interpretativas de Alfredo Rodríguez, su protagonista.

En mi proyecto titulado “Álbumes objetuales” escojo los objetos que aparecían en las fotografías antiguas de mi familia buscando los que aún estaban presentes hoy en día percibiendo que aunque había nuevos objetos dentro de la casa, los antiguos continuaban empleándose y se podían encontrar en numerosas fotografías.

Siendo así, decido hacerles un álbum propio a cada uno de ellos, un álbum en el que el protagonista no es una persona sino el objeto que las acompaña.

Realizo varias series con esta idea, y los objetos que empleo fue en su mayoría mantas y manteles, objetos que ya de por sí nos hacen referencia al hogar, a lo íntimo y personal.

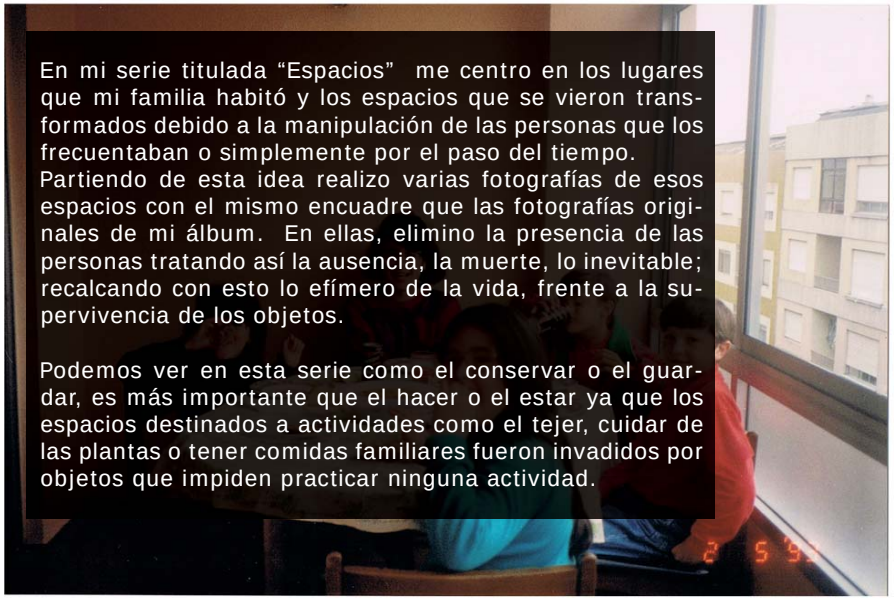
STOP
¡Basta ya!
UNA HIPOTECA
NO VALE UNA VIDA
AAVV
CHANA
ENCINA
ANGUSTIAS

GRIFOLS

GRIFOLS

Nací en Salvador de Bahía, Brasil, y aunque llevo más de 20 años viviendo en Galicia, el lugar dónde nací siempre me ha marcado mucho. Soy graduada en Bellas Artes por la Universidad de Pontevedra y he estudiado un máster en Dirección de Arte Publicitaria. La fotografía es el soporte con el cual trabajo principalmente. Me sirvo de ella tanto a nivel personal día a día, como a nivel artístico a la hora de trabajar temas como el recuerdo y la ausencia.

Para muchas de mis obras parto de mi propio álbum familiar, del recuerdo, de los objetos y de los espacios habitados.



En mi serie titulada “Espacios” me centro en los lugares que mi familia habitó y los espacios que se vieron transformados debido a la manipulación de las personas que los frecuentaban o simplemente por el paso del tiempo.
Partiendo de esta idea realizo varias fotografías de esos espacios con el mismo encuadre que las fotografías originales de mi álbum. En ellas, elimino la presencia de las personas tratando así la ausencia, la muerte, lo inevitable; recalcando con esto lo efímero de la vida, frente a la supervivencia de los objetos.

Podemos ver en esta serie como el conservar o el guardar, es más importante que el hacer o el estar ya que los espacios destinados a actividades como el tejer, cuidar de las plantas o tener comidas familiares fueron invadidos por objetos que impiden practicar ninguna actividad.

¿Cuáles fueron sus antecedentes?

La específica crisis económica de 2008-2012 derivada en buena medida de la burbuja y posterior crisis inmobiliaria ha acentuado dramáticamente el número de ejecuciones hipotecarias -desahucios-. Según cifras de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH) se han producido 400.000 desahucios desde los primeros momentos de la crisis -año 2007-. La burbuja inmobiliaria - sobretasación de los bienes inmuebles y concesión indiscriminada de créditos hipotecarios- junto con el incremento del paro en hasta cifras del 25%, los recortes en el desempleo y las ayudas sociales han dejado a amplios sectores de la población excluidos de los circuitos económicos privados o públicos.

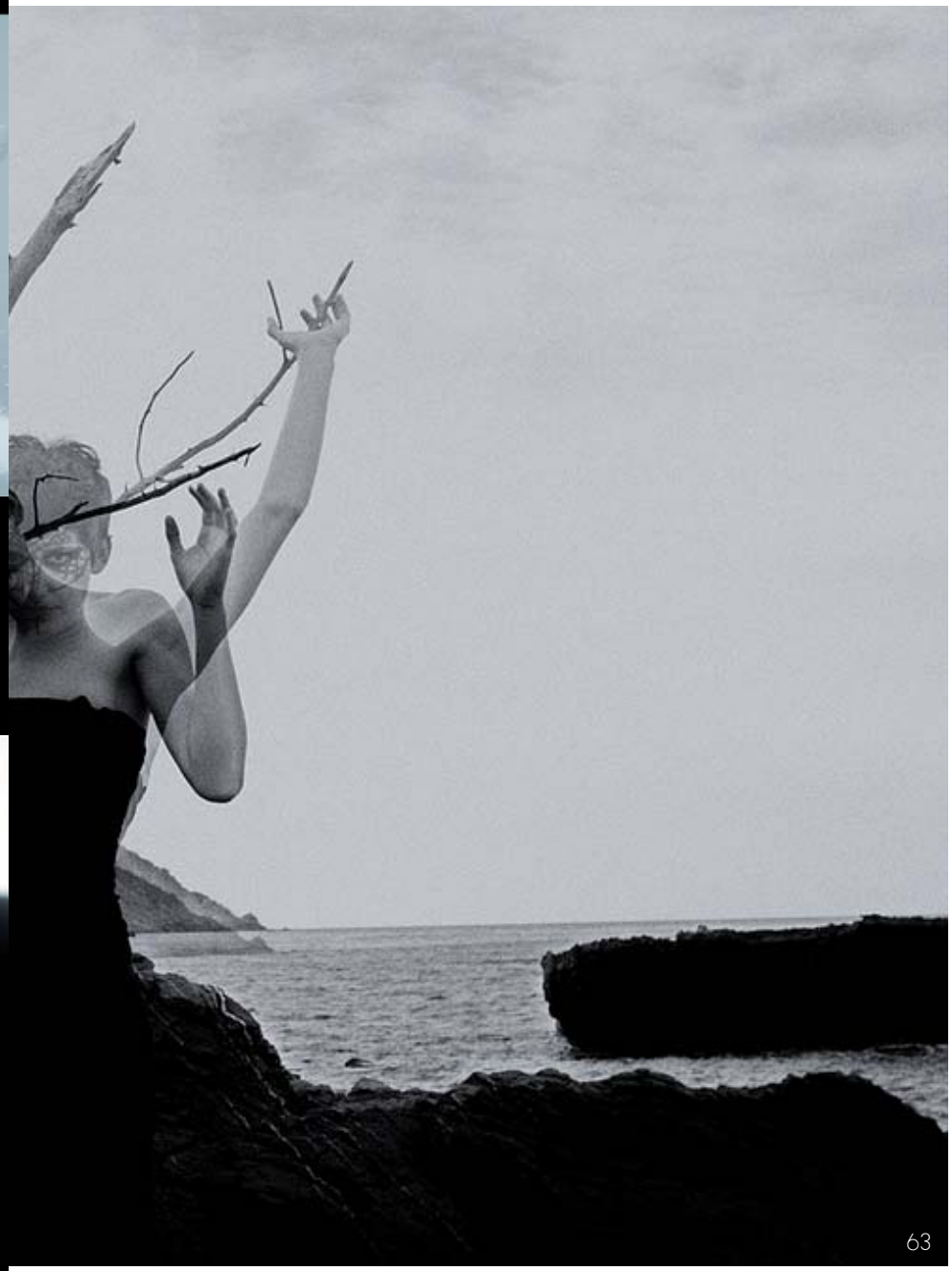
La específica crisis económica de 2008-2012 derivada en buena medida de la burbuja y posterior crisis inmobiliaria ha acentuado dramáticamente el número de ejecuciones hipotecarias -desahucios-. Según cifras de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH) se han producido 400.000 desahucios desde los primeros momentos de la crisis -año 2007-. La burbuja inmobiliaria - sobretasación de los bienes inmuebles y concesión indiscriminada de créditos hipotecarios- junto con el incremento del paro en hasta cifras del 25%, los recortes en el desempleo y las ayudas sociales han dejado a amplios sectores de la población excluidos de los circuitos económicos privados o públicos.

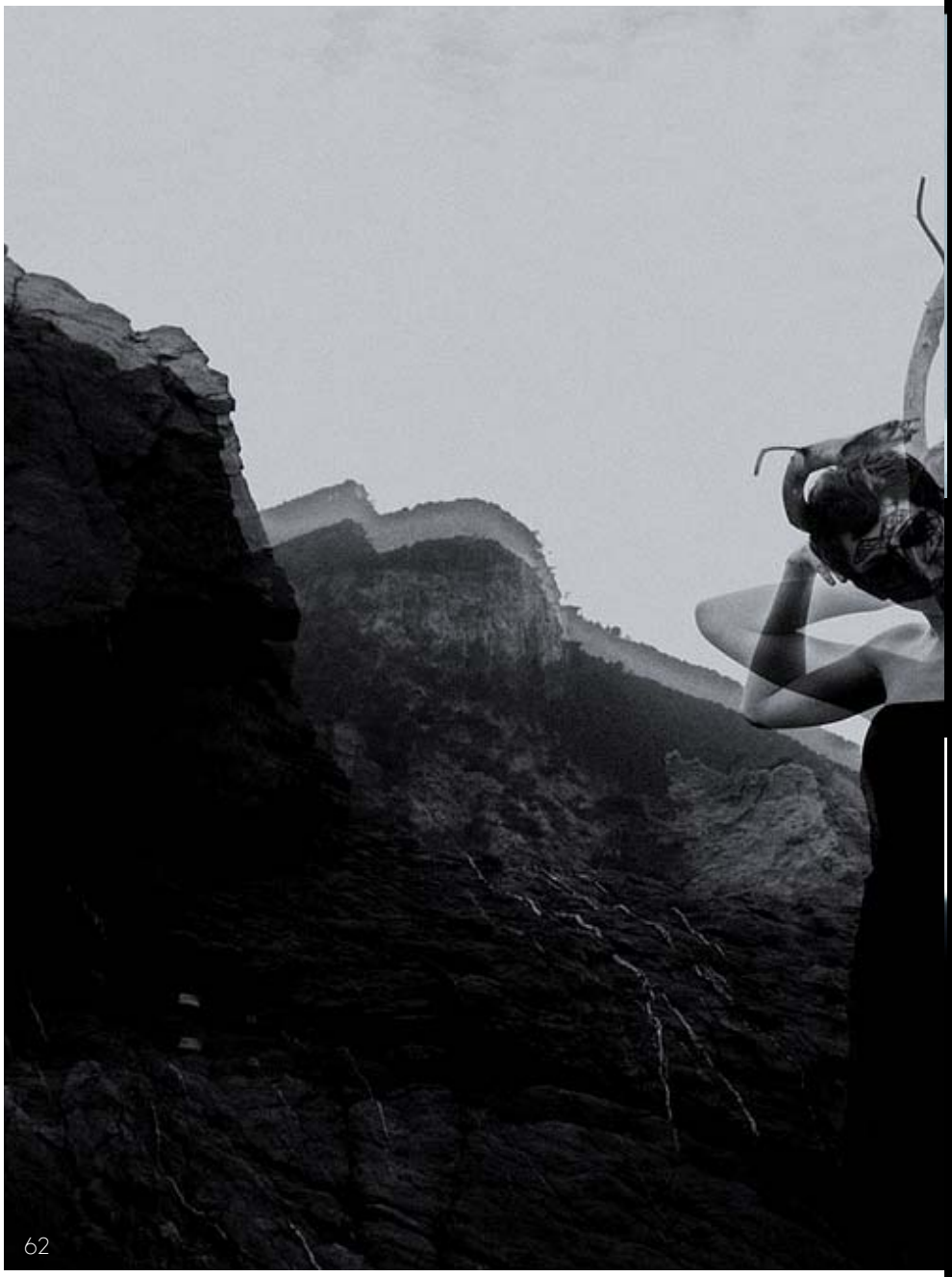
Los responsables directos son las entidades bancarias y cajas de ahorro -quienes ejecutan los desahucios- y los responsables políticos son los últimos gobiernos -del PSOE y de PP- que habrían permitido la creación de la burbuja inmobiliaria como la práctica de lo que denomina genocidio financiero ejecutado por entidades bancarias rescatadas por los gobiernos de José Luis Rodríguez Zapatero (PSOE) y de Mariano Rajoy Brey (PP) con fondos extraídos de las arcas del Estado y por tanto pagados por todos los ciudadanos.

Sólo en el 2012, se han producido cinco suicidios (que han aparecido en los medios). Este ha sido un detonante, junto con las constantes protestas de diferentas asociaciones ciudadanas (Plataforma de Afectados por la Hipoteca, Stop Desahucios -plataforma integrada en la anterior, Movimiento 15M), la publicación del dictamen del Tribunal de Justicia Europea que señala la ilegalidad de la ley de desahucios en el estado español y las numerosas quejas de miembros y asociaciones de juristas.

EL TRISTE OLOR DE LA CARNE

Jueves 30 de Enero, como todas las mañanas, Alfredo Barrera se sube a su coche y lleva a su hija al colegio. Aunque hoy es diferente. Alfredo cambiará su itinerario por primera vez en años. Porque hoy nada es lo que parece. Porque nadie sospecha que en noventa minutos más van a desahuciar a Alfredo. Aunque tampoco saben que Alfredo tiene un plan.





El Triste Olor de la Carne es un película que está desarrollada desde un punto de vista realista, casi documental, que pretende transmitir de manera cercana y poco estilizada, la situación que estamos viviendo. Una cámara al hombro sigue durante noventa minutos la rutina de Alfredo Barrera, un tipo que está a punto de explotar, a punto de perderlo todo. Es así como lo acompañamos sin concesiones, capturando cada detalle, cada respiración, cada gesto, cada paso. Una cámara que se mueve siempre a la misma distancia, cercana, que evita hacer juicios de valor, sólo se queda ahí, como un testigo silencioso, un ojo que podría ser el ojo del espectador, de un espectador que intenta descifrar qué pasa por la cabeza del protagonista.

El sonido también es realista, escuchamos lo que escucha la cámara. La idea es obtener un sonido “imperfecto” donde se ocultan frases y palabras, dependiendo del entorno, un sonido que suena a la vida, ajeno a concesiones estéticas.

El Triste Olor de la Carne es una vuelta a la contemplación brutal de la naturaleza, es un paisaje urbano donde el espectador puede posar su mirada intentando descifrar lo que no está a la vista, intentando comprender la naturaleza humana.

EQUIPO TÉCNICO

Aporta tu

Productores Ejecutivos:
Paulo Bouzas
Pablo Kaufmann
Pío Cribeiro
Cristóbal Arteaga

Guión y dirección:
Cristóbal Arteaga

Jefe de producción:
Paulo Bouzas

Dirección de fotografía y cámara:
Pablo Kaufmann
Pío Cibeiro

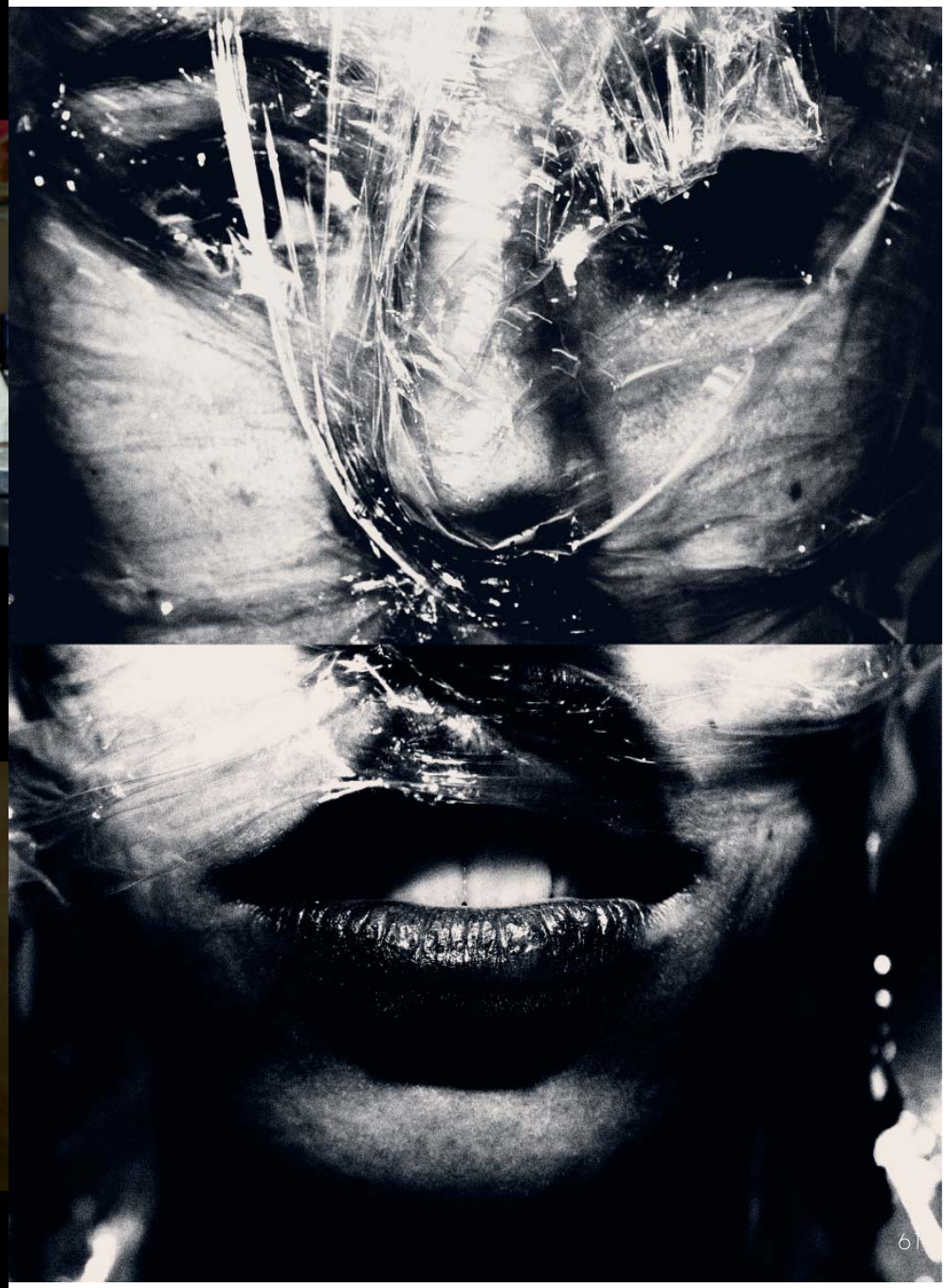
Directora de arte
Iria Vázquez

Casting:
Xoana Baz

Montaje:
Paulo Bouzas

Jefe de sonido:
Alberto Blanco

Actores:
Alfredo Rodríguez
Ruth Sabucedo
Sabela Vázquez
Alfonso Miguez
Soraya Paradela
Quique Fernández
Aroa Berjón
Anna Cañadillas
Neves Costas
Miguel Borines
Manuel Polo
Manuel Paz



Quisiera tener una segunda piel
para volcarla en la naturaleza
recubriéndome de ramas, troncos y sal
para surgir intacta, desnuda,
como un soplo de brisa en una noche cálida.

Quisiera recubrir mi rostro
con lagrimas artificiales
risas de cartón
gestos como puñales.

Quisiera amar mi sexo
como flor recién regada
para regalarla al amante
a la amante que hiciera
del lecho una constelación callada
del mapa de los deseos:
cartografía ofrecida,
simiente no sellada.

Quisiera fotografiar lo que existe
más allá de las trampas y los juegos
cercano a mi yo, ajeno a la desdicha,
fotografía sellada y cómplice
de una realidad introvertida
que se destila a si misma
para dársela a los demás:
comunión visual
espejo del dharma
puñal de mi alma
tatuaje revelado
analógicamente dado.

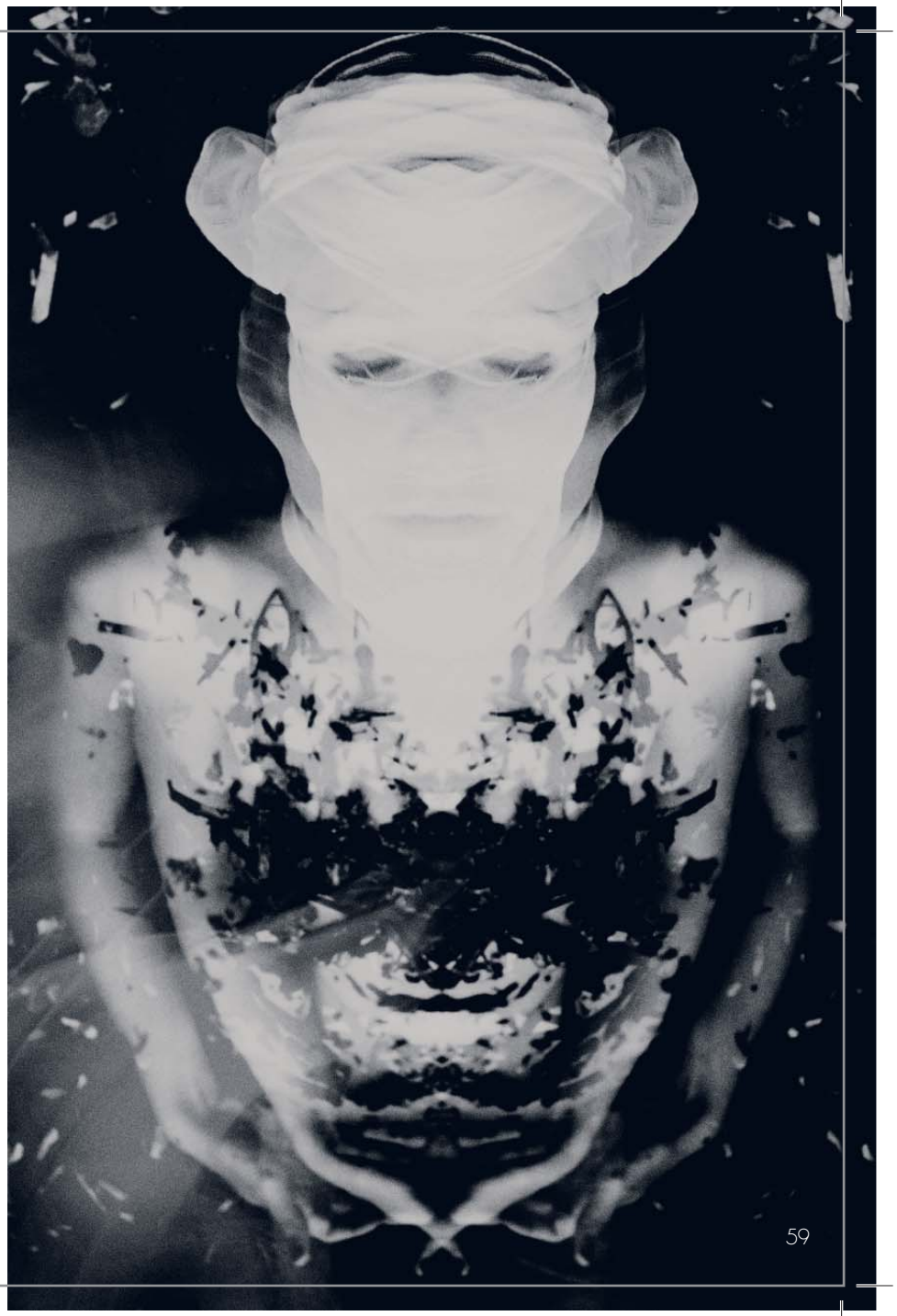
granito de arena para que iniciativas como esta salgan adelante

APOYA ESTE PROYECTO EN VERKAMI
verkami.com/projects/4184-el-triste-olor-de-la-carne

El triste olor de la carne
vimeo: https://vimeo.com/user15500593

Deica Audiovisual
http://www.audiovisualdeica.com/
facebook: http://www.facebook.com/deicaudiovisual.deica

WWW.GALICIAFLOW.COM



www.figurarchivo.com
www.lalibretanoy.blogspot.com
www.cosmostika.org/portfolios/fernando_se

ENTREVISTAS

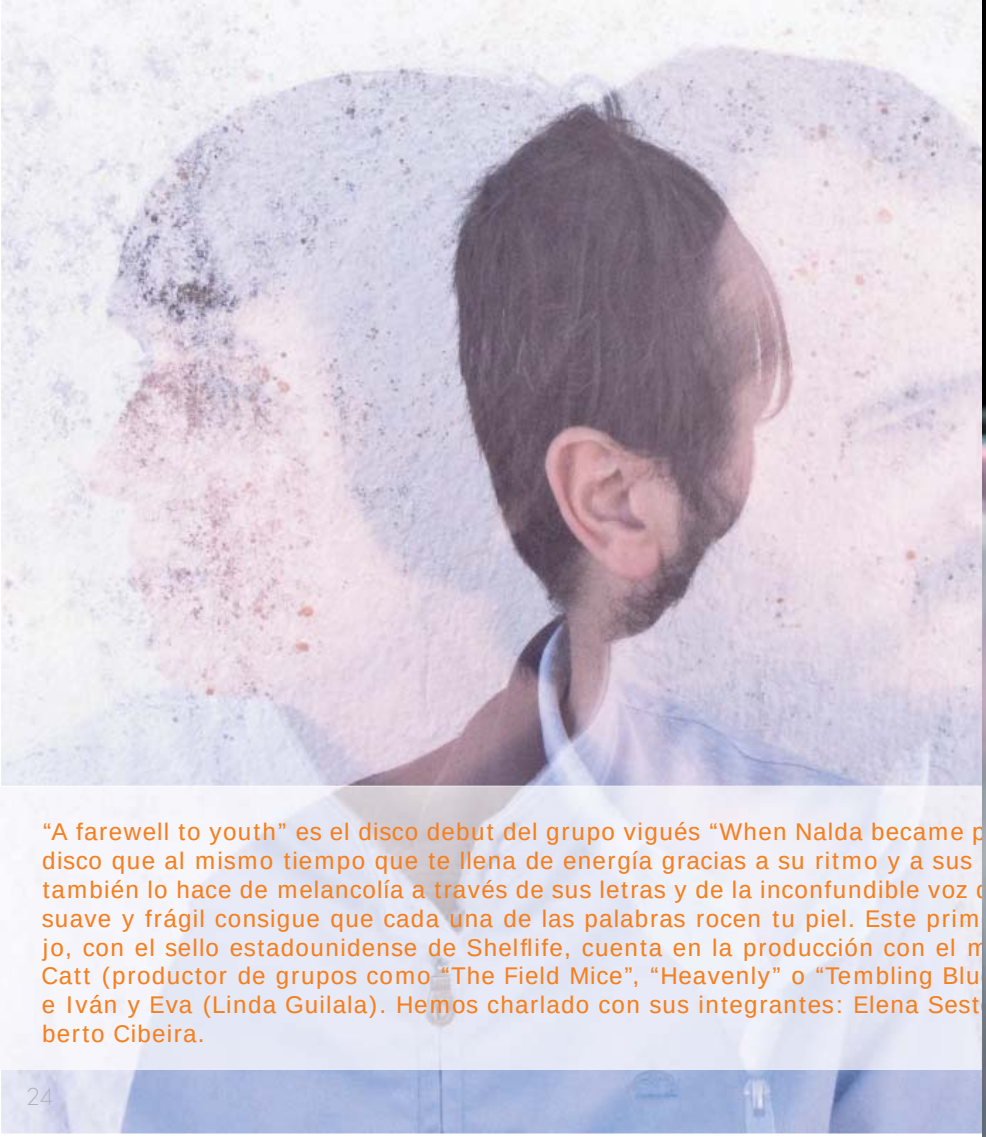
When Nalda Became Punk

Celeste Conde

WHEN NALDA BECAME PUNK

ENTREVISTAS

Celeste Conde



"A farewell to youth" es el disco debut del grupo vigués "When Nalda became p
disco que al mismo tiempo que te llena de energía gracias a su ritmo y a sus
también lo hace de melancolía a través de sus letras y de la inconfundible voz d
suave y frágil consigue que cada una de las palabras rocen tu piel. Este prim
jo, con el sello estadounidense de Shelflife, cuenta en la producción con el m
Catt (productor de grupos como "The Field Mice", "Heavenly" o "Tembling Blu
e Iván y Eva (Linda Guilala). Hemos charlado con sus integrantes: Elena Sest
berto Cibeira.

Mis obras más recientes tratan de una investigación de la fragmentación del rostro, una nueva expresividad a través del fragmento "la expresividad que tiene el fragmento en si", una búsqueda de mi propia identidad y de una personalidad fotográfica. Estás obras se pudieron ver el año pasado durante el verano en dos exposiciones realizadas en Palma de Mallorca, Palma Photo 2012 y Galería la Real.

Actualmente estoy estudiando fotografía artística en la Escuela Superior de Diseño de las Islas Baleares, a su vez estoy trabajando en un proyecto personal que consiste en plasmar fotografías sobre nuevos soportes y en un colectivo en relación con " fotografía, madera i dibujo " que más adelante se mostrará al público.

NURI LLOMPART MAS

CROADORES

Arte y Fotografía

Nací en Palma de Mallorca en 1989. A los 7 años me regalaron mi primera cámara analógica y a partir de ese día empezó todo... Mi interés por la fotografía despertó cuando observaba a mi padre manejar sus cámaras, aficionado a la fotografía desde prácticamente toda la vida, aunque no se haya dedicado a ello es un excelente fotógrafo y gracias a el he aprendido a manejar una cámara y lo que conlleva hacer una buena fotografía. Más adelante he ido experimentando y buscando que mis imágenes transmitan al espectador un universo simbólico i sugerente, algunas con un mensaje crítico y otras que transmitan una especie de ensoñación de otro mundo. El estudio del cuerpo desnudo sobre la naturaleza, crear una unión entre el cuerpo y su entorno, es algo que también me interesa transmitir. Utilizo distintas cámaras analógicas y digitales.

punk". Un
guitarras
de Elena:
er traba-
nítico Ian
e Stars")
elo y Ro-

Elena, tengo entendido que has sido tú la que, en solitario, dio vida a "When Nalda became punk" antes conocido como "Nalda". ¿En qué año nació Nalda y por qué?

Elena: En realidad llevo haciendo canciones desde hace un montón de tiempo, prácticamente desde que aprendí a tocar la guitarra pero no me decidía a enseñárselas a nadie. Luego apareció MySpace, allá por 2006, y me pareció una buena herramienta para darlas a conocer sin ninguna presión. Nunca había pensado en un nombre para el proyecto y necesitaba uno. En ese momento acababa de leerme "Lo que Nalda decía" de Stuart David y me pareció una buena opción.

¿Por qué Nalda se hizo punk?

Elena: Primero escribí la canción "When Nalda became punk", en la que la chica se hace punk por un desengaño. Estaba un poco cansada de que la gente me llamase a mi Nalda, y quería dar a entender que era un grupo, así que me quedé con ese nombre.

Y ahora, haciendo un poco de retrospectiva... desde los inicios hasta ahora... ¿Ha evolucionado vuestra música? ¿Cómo?

Elena: Sí, en cuanto a sonido mucho. Al principio eran canciones con un sonido más limpio, guitarras sin distorsiones, y mucho más lo fi. En realidad la idea sigue siendo la misma, pero las canciones tienen más fuerza.

¿Por qué el inglés en las canciones?

Elena: Ya sé que quizá es un poco artificial siendo española, pero es que la mayoría de grupos que me gustan y me gustaron siempre cantan en inglés. Al final me resulta más fácil hacer las melodías en inglés.

El disco parece una oda al buen rollo... ¿eso queréis transmitir?

Elena: Por un lado sí, la intención era que fuese un disco que transmitiera energía, pero por otro lado muchas de las letras de las canciones, e incluso el título del disco continuamente hacen referencia a situaciones o momentos melancólicos así que buscábamos una mezcla de sensaciones.

Roberto: Las melodías que hace Elena tienen ese punto triste que combina muy bien con el buen rollo del que hablas.

Si no me equivoco, Elena, eres la encargada de escribir las letras. ¿De dónde sale la inspiración? ¿Observas a la gente? ¿De tu vida, tal vez?

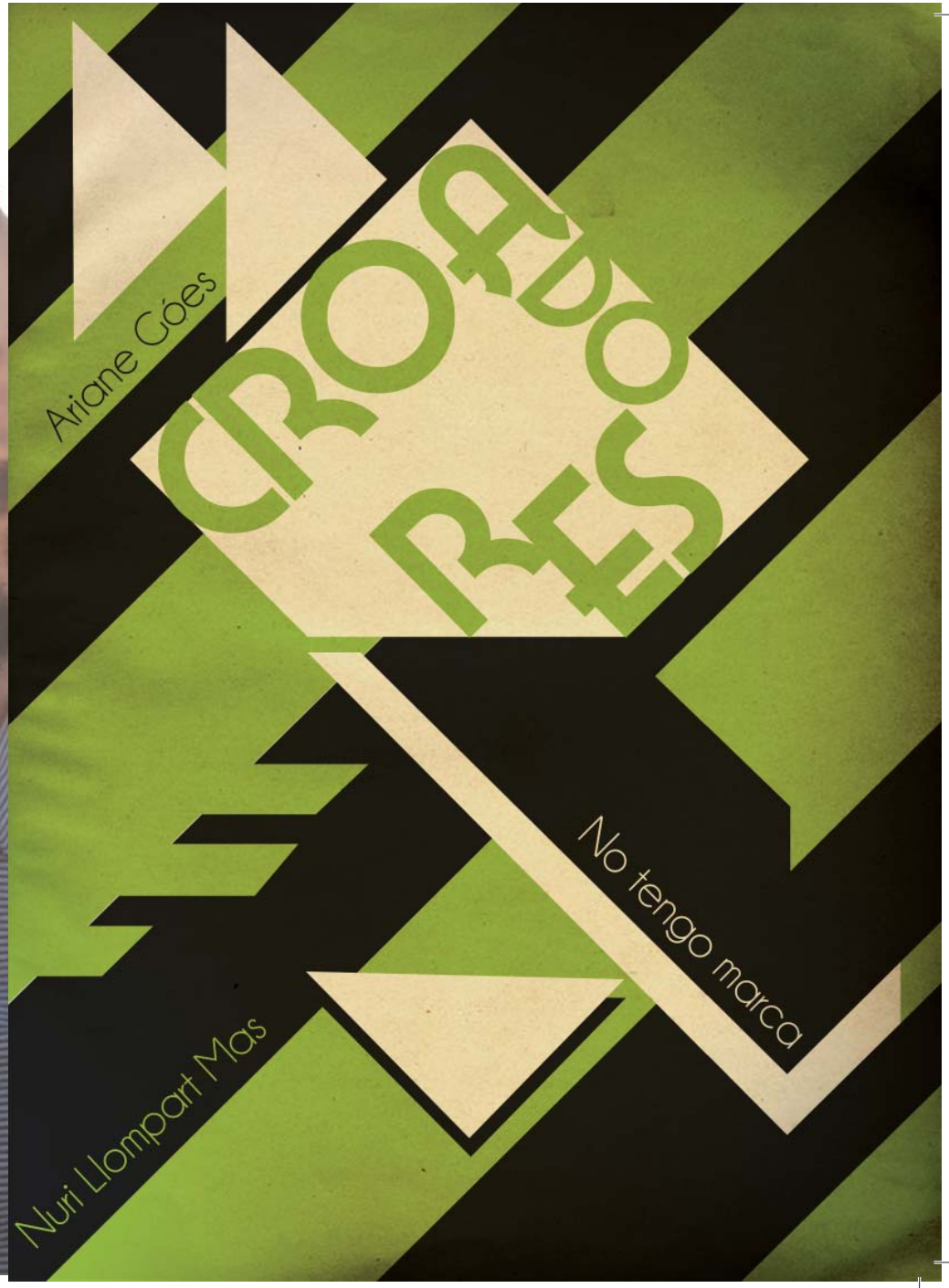
Elena: Hay un poco de todo, hay veces que son cosas inventadas, otras que me pasan a mí o a gente de mi alrededor. Sobre todo busco que sean temas cotidianos que le podrían pasar a cualquiera.

Otra de las cosas de las que te ocupas es del diseño de las portadas...

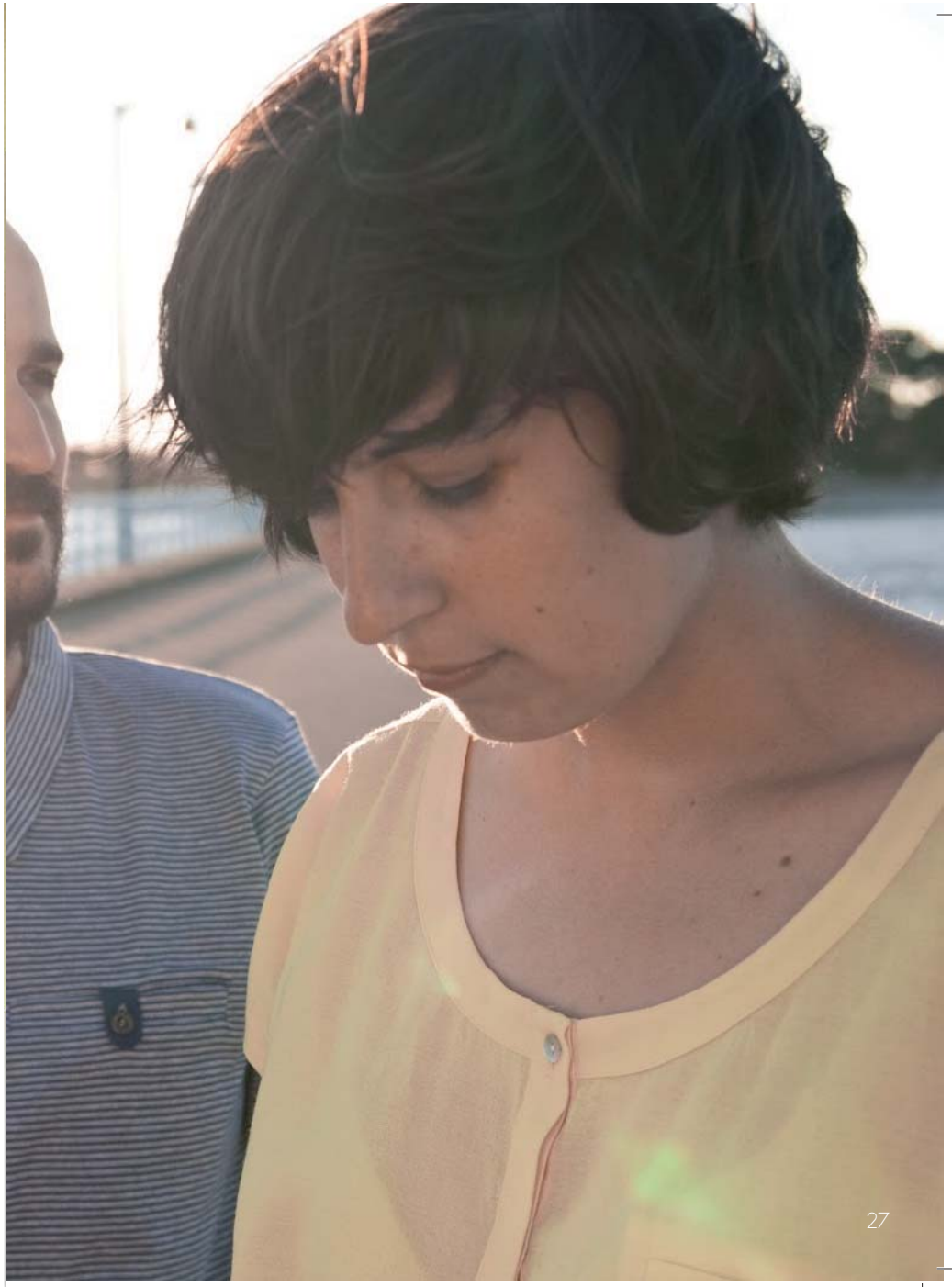
Elena: Sí, es que soy diseñadora gráfica y la verdad es que es un aspecto del grupo que me gusta cuidar y además disfruto mucho haciéndolas.

Roberto ¿Cómo conociste al grupo y por qué decidiste unirte?

Roberto: A Elena ya la conocía desde hacía tiempo, por amigos comunes. Pero fue en 2010, en una comida donde coincidimos los dos, cuando me comentó que estaba pensando en buscar gente para poder dar conciertos y grabar. Inmediatamente le dije que me apuntaba. Me apetecía mucho la idea. Luego Elena me pasó una maqueta con cinco canciones, “Time to meet your family” que me sorprendieron y me encantaron.



FEBREIRO
MARRUCHO
VENRES 1
MICROTEATRO
(Obras ao estilo Tarantino)
INTRO LIBRE HORA: 23:00
SÁBADO 2
CEA POPULAR BERRA
(Organizada polo C.Berra!)
PREZO LIBRE HORA: 21:30
THE SKARNIVALS
(Presentación do Festival Taiña)
INTRO 3€/5€+CD HORA: 23:00
XOVES 7
MAGO ANTONIO ANDÉVALO
(Maxia con humor)
INTRO 4€ HORA: 22:00
VENRES 8
GANJAHR FAMILY
& WEST ROCKERS BAND
(Reggae)
INTRO 5€ HORA: 23:00
MARTES 12
FESTA DE ENTROIDO
(Festa temática de "Deportes")
INTRO LIBRE HORA: 23:00
VENRES 15
GPS GIRANDO POR SALAS
D´CALLAOS
(Flamenco fusión dende BCN)
INTRO Ant.6€/8€ - Taq.10€ HORA: 23:00
VENRES 22
GPS GIRANDO POR SALAS
THE MAMZELLES
(Cabaret Pop dende Catalunya)
INTRO Ant. 6€ / Taq. 8€ HORA: 23:00
SÁBADO 23
NIÑO Y PISTOLA
(Presentando o seu novo disco)
INTRO 3€ HORA: 23:00
TABERNA MARRUCHO
RUA DA PERCEBILLEIRA Nº10 / BAIONA



REGALO PROMOCIONAL:

Másconmenos usa lo lúdico para fomentar una actitud. Buscando concienciar al público en la toma de una actitud responsable con el medio ambiente y de "educar" en temas relacionados con actitudes cotidianas que podemos cambiar, el regalo promocional consiste en un juego para calcular la Huella ecológica y de esta forma saber en qué recursos somos menos sostenibles y qué podemos modifi car en nuestros hábitos diarios.

Además, con la compra de productos "másconmenos" se ofrece la posibilidad de comprar, por 50 céntimos, la bolsa reutilizable "másconmenos" (el dinero recaudado se empleará para mantener la iniciativa). La bolsa está hecha de tela de saco (arpillera), un tejido totalmente natural, sin ningún tratamiento industrial ni químico. Se estampará con la logomarca por medio de un sello, con tintas sin metales pesados.

CAMPAÑA DE PUBLICIDAD:

La campaña de publicidad tendría 2 fases. Al estar el proyecto en la línea entre estar dentro del sistema pero ir contra él, se utilizan 2 estrategias diferentes: la primera fase consiste en una intervención urbana, más de guerrilla, en la que se pegarán distintos carteles que irán cambiando en contenedores de basura que se pintarán de negro (pintura al agua que iría desapareciendo con la lluvia), para que llamen más la atención. Los mensajes estarán escritos como si hablara el contenedor e informarán- concienciarán sobre las diferentes repercusiones que tiene el hecho de desperdiciar alimentos. El hecho de usar soportes alternativos es también una declaración de mostrarse contrario al sistema.

Una vez que ya se conoce la iniciativa (1ª fase) la 2ª fase consiste en una campaña más formal, más institucionalizada, en la que se contará con el apoyo del ayuntamiento. Se concretará en marquesina (comunicación exterior) y anuncio para revista dominical (prensa). En esta parte de la campaña más formal, la carga recae más en las imágenes que en las palabras, mostrándonos situaciones exageradas de derroche (mediante el uso de hipérboles), equiparando nuestras acciones cotidianas y el sistema en el que vivimos con el absurdo. Esta parte de la campaña pretende hacer refl exionar sobre la inefi ciencia del sistema capitalista, no sólo en el tema de los alimentos, sino también en los demás aspectos, basado en comprar y tirar (el 99% de lo que producimos va a parar a la basura en 6 meses) y en la asombrosa efi ciencia que si tenemos para destruir el planeta y aumentar la brecha entre países ricos y pobres. Asimismo, el uso del término "efi ciencia" despersonaliza al individuo que aparece en la fotografía y a la sociedad en general, criticando con ello también que el sistema nos ha convertido en máquinas de trabajar, comprar y tirar. Hoy en día las personas, a menudo denominadas trabajadores o desempleados, se miden por su efi ciencia, los países por su PIB, pero nadie se molesta en medir el bienestar.

¿Tenéis alguna canción favorita dentro del disco? ¿Cuál?

Elena: Va por días... Ahora mismo te diría que a nivel musical me gusta mucho como ha quedado "Satellites", Iván de Linda Guilala hizo un gran trabajo con las bases y me parece que es una canción muy distinta a las demás.

Roberto: Es complicado escoger una... "Modest Circus", "Songs of love", "Before 5"... pero quizás diría "The young artist"; desde que la escuché en la maqueta ya me enganchó...la melancolía de la melodía, la letra... y en el disco creo que ha quedado muy bien.

¿Cuáles son los referentes musicales de "WNBP"?

Elena: Sobre todo el pop británico de los 90 que fue lo que hizo que me enganchara a la música y quisiera hacer mis propias canciones. Grupos como "Blur", "Ash", "Heavenly", y otros más recientes como "Helen Love" o "The Pains of being pure at heart".

Y aparte de vuestra música, que me da que ya os escucháis bastante entre ensayos, videoclips y conciertos... ¿Cuáles son vuestros impres cindibles musicales?

Elena: Un poco los que te comenté antes y últimamente escucho mucho a "This many boyfriends", "Fanfarlo", "Cats on fire", "Allo Darlin'", "Vampire Weekend", "Burning Hearts"...

Roberto: "Arcade Fire", "Sigur Ros", "The Pains of being pure at heart", "Fleet Foxes", "Los Planetas", "Beatles", "The XX", "Smiths"... ¡Y muchos más!

MÁS CON MENOS
CONSERVAS / ATÚN
GALLETAS
MÁS CON MENOS

MÁS CON MENOS

MÁS CON MENOS

MÁS CON MENOS

EL PACKAGING Y LAS PEGATINAS:

Para el reenvasado de productos se crean una serie de formatos estandarizados de packaging teniendo en cuenta cuáles son los productos cuyo envase con mayor frecuencia se suele romper (cajas de cereales, de galletes, paquetes de pasta, harina, azúcar, arroz, etc). Este packaging, además, está realizado con un cartoncillo obtenido del bagazo de la caña de azúcar, en cuyo proceso se utiliza menos agua y energía que en la elaboración del papel tradicional. En su proceso de elaboración no se utilizan además sustancias químicas ni blanqueantes, resultando un producto 100% biodegradable. Además conseguimos convertir un residuo (el bagazo de la caña de azúcar) en un recurso que nos evita además la tala de árboles para fabricar papel.

Los envases no llevan ningún tipo de impresión; únicamente se estampará la logomarca mediante un sello de caucho y se pegará una etiqueta con la información nutricional, tipo genérico de producto (cereales, pasta, arroz) y la fecha de caducidad. Esta etqiqueta se generará de forma automática al pasar el producto original, con el envase roto o defectuoso, a través de un lector de código de barras. De este modo se accederá a una base de datos y se generará automáticamente el etiquetado nutricional en un papel térmico autoadhesivo (sistema similar a la generación de los tickets de caja en el supermercado).

La uniformización, estandarización y aparencia aséptica, fría y racional del packaging, debida al material biodegradable del que está realizado y a la ausencia de ningún tipo de grafi smo o impresión, es una estrategia para gastar menos recursos (energía y tintas que se utilizarían en el proceso de imprenta) y garantizar que el producto resultante es 100% biodegradable (la presencia de tintas lo difi cultarían, ya que contienen metales pesados altamente contaminantes). Asimismo, esta apariencia aséptica pretende transgredir las estrategias de marketing que utilizan las marcas en la apariencia de sus productos y "educar" al consumidor haciendo hincapié en que lo que está comprando es alimento y no ningún otro valor asociado a la marca. Se busca, por tanto, la funcionalidad (la forma sigue la función), eliminando todo lo superfl uo que pueda redundar en costes extra o en daños para el medio ambiente, y la estandarización.

Las pegatinas que se utilizarán para marcar los productos con fecha de caducidad próxima y los productos frescos que deben ser vendidos en ese día. Las pegatinas se ofrecen en 3 tamaños y dos colores (blanco o negro) para que, dependiendo del tamaño del producto y de su color, ésta sea más visible.

Asimismo en la zona outlet de Másconmenos tendrán cabida frutas y verduras que habrían sido descartadas por su aspecto, ofreciéndolas, como todos los productos de la iniciativa, a menor precio.

Son tiempos difíciles para la música... ¿Cómo veis el futuro? ¿Os veis viviendo de ella?

Elena: Sinceramente no. Ojalá pero no es nuestro objetivo porque no nos parece muy realista tal y como está el mercado musical hoy en día. Nos lo tomamos como un hobby, para pasarlo bien y todo lo que salga será bien recibido pero sin aspiraciones más allá de eso.

Roberto: Creo que debemos disfrutarlo al máximo y tratar de aprovechar todo lo que esta experiencia nos aporte, pero sinceramente a nivel económico no veo muchas opciones, más bien lo entiendo como una afición que te da muchas cosas pero no dinero.

¿Y qué proyectos tenéis en mente para los próximos meses?

Elena: Hacer conciertos de presentación del disco y componer y grabar nuevas canciones.

Roberto: Y además, en breve nos pondremos con un segundo videoclip después del que hicimos nosotros mismos para "When it´ll come".

YA!
FRESH I CLEAN
BLOG DE DISEÑO GRÁFICO,
ARTE URBANO E ILUSTRACIÓN
*
freshiclean.blogspot.com
*

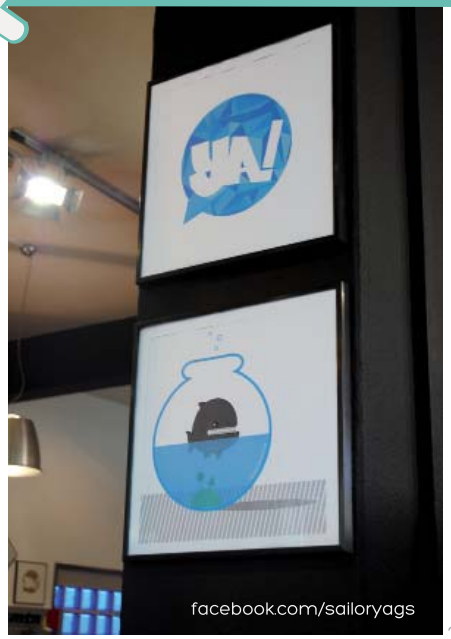
CONSERVAS / ATÚN
CEREALES

De esta forma el ciudadano consigue cambiar el sistema saliéndose, en cierto modo, del mismo. Para cambiar este sistema hay que salirse de él, porque los que tienen el poder para hacerlo, no están interesados ya que son los únicos benefi ciados, sin importarles los costes sociales y medioambientales que implica. Sin embargo salirse del sistema no quiere decir ir en contra de él, sino que puede burlarse. Resultaría irreal y hasta inocente pensar que podemos acabar con las grandes corporaciones de la industria alimentaria o los supermercados, pero si podemos adoptar su estrategia y "venderles" como negocio algo que va a redundar en benefi cio de todos y que es nuestro objetivo: conseguir que dejen de tirar alimentos en buen estado aún aptos para el consumo.

Los beneficios conseguidos por esta iniciativa se reflejarían en varios niveles: en el planeta, porque generaríamos menos residuos, consumiríamos menos recursos, reduciríamos el transporte y las emisiones de CO_2...es decir, obtendríamos MÁS CON MENOS; en el tercer mundo, porque al aprovechar mejor los países desarrollados los recursos, reduciríamos la presión sobre los recursos naturales de los países subdesarrollados favoreciendo su acceso a ellos y por lo tanto un mayor acceso a la comida; en la sociedad, porque conseguimos que el ciudadano participe del cambio de modelo; se podría adquirir algunos productos más baratos y se podrían crear puestos de empleo (creación de la zona outlet, reenvasado, etiquetado, etc); en los supermercados y grandes superfi cies, porque aunque en la actualidad ya tengan calculado en el precio de los productos que sí venden, el 30% que se tira, podrían además sacar un benefi cio extra de algo que antes no podían vender. Además aquellos que se adherieran a la iniciativa adquirirían una RSC, y un valor añadido de cara a los consumidores; además de ventajas fiscales.

WEST PEAK

- Pequeña exposición obra gráfica YA!
West Peak Avda Camelias 20 Vigo



facebook.com/sailoryags

- Naming I Identidad I Interiorismo. Atractiva y elegante identidad visual para Canalla, un local característico cuya especialidad son los tacos y burritos.
Diseño. Manifiesto Futura - Monterrey, Mexico.

- Imponen normas estéticas y de “calidad” a los productores obligándoles a producir muy por encima de lo que van a vender para cumplir con sus requisitos, además de que les imponen precios que no retribuyen justamente su trabajo. Con sus descartes estéticos, maleducan al consumidor, además de que le privan de conseguir una soberanía alimentaria ya que para conseguir esos alimentos “perfectos” es necesario usar pesticidas y desechar parte de la cosecha. También les privan de la soberanía alimentaria al importar frutas y verduras de países del sur, ya que privan de alimento a sus habitantes, que no pueden pagarlo al mismo precio, les obligan a practicar el monocultivo, poniendo en peligro su biodiversidad y economía, contaminan el ambiente al tener que transportarlas y evitan el desarrollo del mercado local, que no puede equiparar sus precios a los de estos países.

- Además de tener esta fi losofía de empresa, los supermercados todavía desperdician alimentos por 3 vías diferentes: alimentos con envases rotos o defectuosos; alimentos a punto de caducar, pero que aún no lo han hecho, y son retirados para dejar sitio a nuevos pedidos con fecha de caducidad posterior; y productos frescos que no han sido vendidos en el tiempo estimado pero que aún son aptos para el consumo.

Para poner remedio en parte a esta situación, mi propuesta consiste en crear una línea de packaging y etiquetado para todos estos productos con la intención de crear un apartado “outlet” dentro de los supermercados, para vender a menor precio lo que de otra manera acabaría en el vertedero, desperdiciando recursos, tanto alimentarios como naturales, y contaminando el medioambiente. Se crearían diferentes formatos estandarizados de packaging para reenvasar productos de envase roto o defectuoso y pegatinas para marcar aquellos productos con fecha de caducidad próxima o productos frescos que deben ser vendidos en el día.

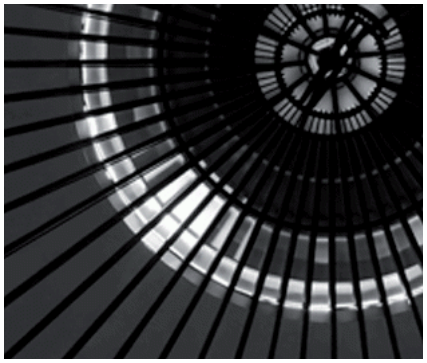
No habría ninguna empresa, ni ánimo de lucro, detrás de la marca “másconmenos”; sería una “licencia libre” que se instauraría en todos aquellos supermercados concienciados e interesados, dándoles una RSC y un valor añadido de cara a los consumidores conscientes y preocupados por cuestiones sociales y medioambientales. Permitiría a los ciudadanos, con sus acciones, en este caso con sus decisiones de compra, participar en el cambio de modelo, conseguido de la suma de las acciones de los ciudadanos.

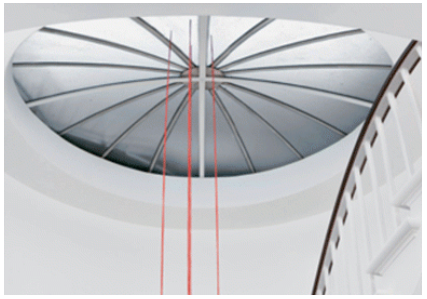
Click_Crea!

Iria F. Mouriz

masdearte.com

¡Madearte.com es uno de mis portales favoritos! Completo a más no poder, con críticas, reportajes, lecciones de historia y un importante apartado de convocatorias. Un clásico entre los clásicos que no os podéis perder.





Y el nombre del proyecto es “másconmenos” ya que resume en su propio signifi cado su mensaje: el hecho de que podemos vivir mejor con menos, que podemos obtener más con menos recursos, que debemos despilfarrar menos (sobre todo comida) y que demos salir de este sistema absurdo en el que expoliamos, producimos y contaminamos para acabar tirando la mayor parte.

Partimos del hecho de que se tira 1/3 de lo que llega a los canales de distribución y venta. Está claro que hay muchos puntos intermedios en la cadena hasta llegar al consumidor donde se va produciendo este desperdicio. Sin embargo, aunque en los hogares se desperdicie comida, no cabe duda de que, en gran medida, los culpables de esta situación son los supermercados no sólo porque desperdicien grandes cantidades de comida, sino tb por otra serie de motivos:

- Los países desarrollados abastecen, por norma, un 130% sus necesidades alimentarias para poder hacer frente, en caso de que ocurriera, a una situación de emergencia o a una huelga de transportes. Sin embargo, los estudios sobre la dieta indican que en estos países se consume mucho menos que la cantidad de alimentos disponible creando un excedente innnecesario que acaba en la basura. Vivimos en la sociedad de la opulencia y este sobreabastecimiento es, en parte, debido a las políticas de empresa de las cadenas de distribución de alimentos que quieren dar una imagen de abundancia para no perder clientes por falta de género. Por lo tanto, no sería necesario ese sobreabastecimiento, ya que acabamos desechando el 30%

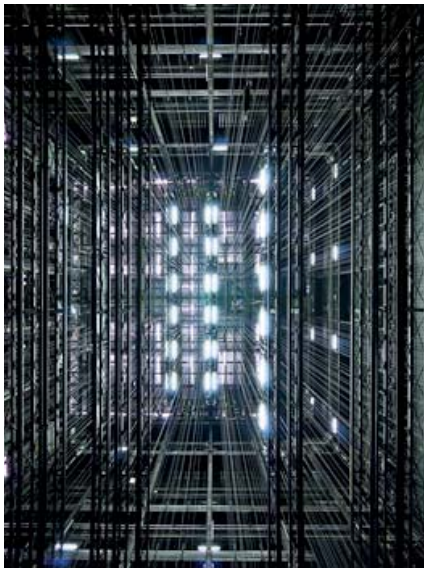
- Acaban decidiendo qué va a consumir el ciudadano, haciendo de la aparente variedad una falacia, ya que detrás de lo que parece una gran variedad de marcas se esconden 2 ó 3 grupos que monopolizan el sector, imponiendo normas y precios a los agricultores y poniendo en peligro la biodiversidad, todo en aras del máximo benefi cio de esas corporaciones.

La búsqueda de la soberanía alimentaria y el poner medidas al despilfarro también debe partir de la propia ciudadanía. Cada individuo puede poner en práctica distintas medidas en este sentido tales como hacer la lista de la compra para comprar sólo lo que necesitas y evitar dejarnos seducir por el marketing; medir las raciones al cocinar y no preparar de más; utilizar las sobras para preparar otra comida; comprar en mercados locales, tiendas de barrio, cooperativas de consumo o, a ser posible, directamente a los agricultores; comprar frutas y hortalizas desiguales o "feas" ya que así se maximiza la efi ciencia de la producción agrícola, siendo una medida de protesta, desde la bolsa de la compra, a los descartes estéticos, además de que pueden ser más baratas y contener menos pesticidas; separar los residuos orgánicos y optar por el compostaje doméstico para evitar tirar los residuos biodegradables en el vertedero.

En este punto de la investigación conocí el movimiento freegan, formado por personas que llevan un estilo de vida ecologista, antiglobalización y anticonsumista que emplea estrategias alternativas para vivir, basadas en una participación limitada en la economía convencional y en un mínimo consumo de recursos. Una de esas estrategias es la recuperación de alimentos de los contenedores de restaurantes y supermercados, no por necesidad, sino por motivos ideológicos y de conciencia social. Acabé contactando y conociendo a un chico de Tomiño que lleva este estilo de vida y lo acompañé un día a "a reciclar", como él llama al hecho de ir a buscar lo que tiran los supermercados a los contenedores a la hora de cerrar. Lo que ví ese día, lo que me contó y lo que leí sobre el tema, fue crucial para que fi nalmente decidiera que mi propuesta de diseño debería ir encaminada a paliar, aunque sólo fuera en parte, el problema del desperdicio innecesario de alimentos en buen estado, buscando burlar, sin atacar directamente, ya que haría el proyecto inviable, el sistema que lo permite y mantiene.

talentyart.com

Y en este número, la propuesta va de portales. TalentyArt es un portal, si, pero se acerca más a ser una plataforma donde podemos encontrarnos obras de los artistas presentes en ella. Además de noticias, selección de escuelas de arte, etc.



MÁSCONMENOS

Sandra González Villanueva

Ante la actual situación tanto económica, como política, como social, el proyecto “másconmenos” surgió de mi interés personal por buscar teorías y modelos alternativos al actual sistema en crisis. Una de estas teorías alternativas es el Decrecimiento, bastante afín al movimiento slow.

Vivimos en un modelo obsoleto, a punto de entrar en cataclismo no sólo en lo económico, sino también a nivel medioambiental, social y de bienestar individual. Este modelo obsoleto es la sociedad de consumo de masas en la que la publicidad nos incita constantemente a comprar, tirar y comprar, cuando no lo hace ya la obsolescencia programada creada por el sistema capitalista al término de la 2ª Guerra Mundial. Ello pudo tener su razón de ser en aquel momento, en el que hacía falta revitalizar la economía mundial después de la guerra, pero en la actualidad sólo nos lleva a un escandaloso despilfarro, a la acumulación de bienes materiales, a un agotamiento de los recursos y a un aumento de los residuos en tal proporción que, el 99% de los objetos que pasan por el sistema (extracción, producción, distribución) van a parar a la basura en 6 meses; datos que dejan claro que esto no es sostenible.

La vida del individuo trabajador de este modelo a menudo se convierte en un biodigestor que metaboliza el salario con las mercancías y las mercancías con el salario, pasando del trabajo al centro comercial y viceversa. Trabajamos más horas que nunca, cuando a comienzos de la Revolución Industrial nos prometieron que trabajaríamos menos, y las 2 actividades que más hacemos en nuestro tiempo libre, cada vez más escaso, son ir de compras y ver la televisión, cuyos anuncios nos incitan a seguir comprando, metiéndonos en una espiral de comprar-trabajar-comprar.

El crecimiento ha sido el objetivo de todas las políticas económicas capitalistas desde la Segunda Guerra Mundial, (razón por la cual, se “creó”, como ya mencionamos, la obsolescencia programada), dándose por sentado que por sí solo generaría beneficios sociales. El principal indicador que utiliza este modelo para medir el bienestar económico es el Producto Interior Bruto (PIB), el cual contabiliza la producción de bienes y servicios en un país durante un determinado periodo de tiempo, sin embargo no refleja el agotamiento de los recursos naturales utilizados para producirlos, dándose paradojas tales como que una catástrofe como la del Prestige aumentan el PIB al tener que contratar servicios y personal para las labores de limpieza y recuperación.

Recogida freegan

Dentro de todos los aspectos negativos del sistema actual uno de los peores es, s duda, el despilfarro y la mercantilización que se hace con los alimentos; lo peor q podemos desperdiciar es la comida, por las implicaciones sociales y humanas q tiene, además de las económicas y medio ambientales. Debido a esta actitud, al que debería ser un derecho fundamental, el acceso a la alimentación (recogido cor tal en el artículo 25 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos), aca siendo un bien al que acceden unos pocos. Y el problema es que la alimentación se convertido en una industria más, manejada por intereses económicos en manos unos pocos. Esta industria también se ha globalizado de tal manera que la producció transformación y transporte de los alimentos representan casi el 50% de las emisi nes de gases de efecto invernadero.
Además, esta industria despilfarra, en parte, por falta de efi ciencia, ya que desper cia el 50% de lo que se cultiva (descartes estéticos y pérdidas durante el transport y el 30% de lo que llega a ponerse en los canales de distribución y venta. Con lo q tiramos a la basura los países desarrollados, se podría dar de comer al tercer mun 4 veces; por lo tanto el problema del hambre en el mundo no es un problema de fal de alimentos.

Vivir en la paradoja de producir casi el doble de los alimentos que necesitamos y tir casi un tercio del total tiene sus consecuencias. La primera es ética, ya que en mercado global donde los alimentos se comercializan a escala internacional, todo tanto países ricos como pobres compramos alimentos esencialmente de las mism fuentes. Si los ricos compran toneladas de alimentos a un precio más alto del q pueden pagar los pobres y acaban tirándolos a la basura, están retirando gratuit mente del mercado alimentos que podrían haber permanecido en él a disposición otras personas para haberlos comprado y consumido.

La segunda consecuencia es medioambiental ya que destrozamos con sorprende te efi ciencia el planeta, perdemos biodiversidad, convertimos la agricultura en u amenaza, etc. Y todo para que una gran parte de los alimentos acaben en el cubo la basura. Y en este mercado global, tirar comida en un punto del sistema signifi que tenemos que producir más en otro; estamos subvencionando la extensión de agricultura en los bosques, los humedales y las praderas naturales; el agotamien del agua, la erosión del suelo, la contaminación de los vertederos, el hambre en mundo...

Por tanto, urge poner medidas en los distintos puntos de la cadena para evitar es despilfarro y para buscar la soberanía alimentaria. Ésta se centra en garantizar derecho de los pueblos a mantener sus comercios locales y biodiversidad; el derec a que los productores obtengan un pago justo por su trabajo; el derecho de los ci dadanos a poder elegir una alimentación saludable y a saber lo que comemos; y derecho a la búsqueda de la calidad alimentaria por encima de los benefi cios de l corporaciones. Derechos que en la actualidad están siendo vulnerados por el sister de la industria alimentaria. Asimismo la soberanía alimentaria apuesta por el cons mo de proximidad y de temporada, reduciendo de esta manera el transporte y l emisiones de CO_2.

Desechos estéticos

Recogida freegan

A pesar de la paradoja que encierra el PIB como medidor de crecimiento y de su inutilidad para que sus datos positivos repercutan en la felicidad y calidad de vida de los seres humanos, todos los países están obsesionados con crecer al menos un 1% del PIB anualmente; no se sabe muy bien hacia dónde, pero el objetivo es no parar de producir y crecer, sin importar las consecuencias.

Uno de los indicadores más usado para entender el impacto ambiental que las políticas de crecimiento tienen es el de la Huella ecológica, el cual mide en hectáreas el espacio utilizado por una persona, comunidad o país para obtener sus recursos y deshacerse de sus residuos. Hoy la humanidad ya está usando 1,5 Tierras y se prevee que para 2050 usaremos 2,5 Tierras. Además este reparto, al igual que la riqueza, es desigual; los países del norte tienen más huella ecológica que los del sur, por lo que los recursos que les faltan, los obtienen, y los residuos que les sobran, los mandan, al sur. Si todos los habitantes del planeta viviesen, a día de hoy, en las mismas condiciones que los europeos, necesitaríamos 3 Tierras; y para vivir como los estadounidenses, 7.

Esto es así porque este sistema de producción y consumo opera de manera lineal indefi nidamente en un planeta fi nito, sin tener en cuenta, además, que en todos los puntos de la cadena interacciona con sociedades, culturas, economía, medio ambiente... y a cada paso se topa con límites. Es prioritario, tanto por calidad de vida, justicia social, cuidado del medio ambiente y sostenibilidad del planeta, transformar este sistema lineal en algo nuevo; un sistema que se acerque más a los tiempos de la naturaleza, cíclicos, y que no deseche recursos ni personas.

Las personas crearon el sistema actual, que está poniendo en peligro la vida en el planeta, por lo tanto las personas podemos cambiarlo. El cambio puede y debe venir desde la propia ciudadanía. El consumo de las sociedades occidentales se hace a costa de las materias primas y de la mano de obra insufi cientemente pagada de los países subdesarrollados. Mientras en el mundo desarrollado sigamos con el mismo sistema capitalista depredador, expoliando los recursos en el sur, mandándoles nuestros residuos y violando sus derechos no podremos salir de este modelo de dependencia del consumismo que genera tantas desigualdades y es tan nocivo para el planeta. De forma que el hecho de enviarles ayuda, aunque sea valiosa, se queda en una mera anécdota ya que perpetua esa dependencia y ese modelo que crea y mantiene esas diferencias.

El modelo actual se basa en el crecimiento y para conseguirlo necesita mantener constante el consumo. Por ello, aunque el consumo no es la única palanca desde la que poder articular el cambio necesario, si que tiene una importancia especial por ser la dimensión donde las mayorías sociales pueden poner en práctica transformaciones, tomando conciencia de sus propias capacidades y oportunidades para mejorar su entorno y ejerciendo un rol responsable y activo, conscientes de su papel como agentes de cambio social.