



ECOLOGIA DE DISEÑO

Cada año se realiza el EI EVER (siglas que hacen referencia en inglés a los Vehículos Ecológicos y las Energías Renovables). Se trata de una muestra de vehículos con características ecológicas. La más reciente se organizó en Mónaco en 26 de Marzo de 2009. Se busca mostrar el interés por crear autos que respeten el ambiente sin dejar de lado el diseño y la performance ¿Y qué mejor que llevarlo a cabo en un sitio donde se respira glamour y exclusividad por todas sus calles? Así, los automóviles más "verdes" del mercado tomaron la Ciudad, algunos circulaban por las calles y otros llevaron a cabo pruebas. También se realizaron una serie de charlas y seminarios para educar sobre los temas pertinentes: energías renovables, desarrollo sostenible y combustibles menos contaminantes.



Llamaron especialmente la atención el Citroën Cactus, el Nissan Nuvu, el Toyota Prius y el Honda Insight. Estos se caracterizan por utilizar energías sostenibles o energías alternativas que dañan menos el ambiente y que tratan de entrar en el mercado con precios competitivos. Miralos en acción...



RECICLAR y DECORAR

Tu auto ya recorrió muchos kilómetros? Es poco dinero el que te dan por venderlo? RECICLALO!! Usalo como parte de la decoración de tu casa!! Así nacieron estos muebles, contruidos a base de puertas de los antiguos coches.

Sorprendente!!!! Heineken. La botella WOBO, predecesora del “reciclado”

Ahora, que está tan de moda, el reciclado, lo ecológico, lo sostenible, vemos como hace casi 50 años, el señor Alfred Heineken, propietario de su famosa fábrica de cerveza, se le ocurrió la idea, de darles una segunda oportunidad a la inmensidad de botellas que se desechaban en los países africanos y latinoamericanos. Heineken, junto con el arquitecto John Habraken, se propusieron diseñar un ladrillo de cristal que contuviera cerveza. Así nació la botella WOBO.



El diseño de la botella duró unos tres años. Se planteó en forma rectangular y en dos tamaños, la de 350 ml y la de 500 ml, para poder realizar los cantos de los muros y los huecos de las ventanas, ya que las botellas no se pueden partir como los ladrillos.

A pesar de la genial idea, el proyecto no terminó de cuajar, al no lograr convencer a los directores de marketing, de sus ventajas y atributos. Los directores pensaron que la botalla podría arruinar la imagen de Heineken.

Solamente se fabricaron unas 100.000 botellas, que actualmente se han convertido en un preciado elemento de colección. En la actualidad, se puede ver un muro de botellas WOBO, en el museo Heineken de Ámsterdam.

Es una Lástima que por adelantarse a su tiempo, las ideas geniales difícilmente puedan llevarse a cabo cuando son concebidas.

De Florencia Ruiz para Ecomujeres