

Banderas en alto por los retos sociales - iF PUBLIC VALUE AWARD 2016!

Un campo verde, rectangular. Un rombo amarillo. Un disco azul y un cielo con estrellas blancas cortado por una franja con el lema nacional. Sí, sabes de qué se trata - es la bandera de Brasil. Originalmente, la bandera posee los colores de la Casa de Bragança y de la Casa de Habsburgo y presenta las estrellas en el lugar y en la hora de la declaración de "Río de Janeiro", el 15 de noviembre de 1889, y el lema nacional "orden y progreso". Por un lado, la bandera rinde un homenaje a la situación política de la época, presentando veintisiete estrellas -representando los veintisiete estados y el distrito federal desde 1992-; el verde representa la agricultura y la rica vegetación del país y el amarillo, los abundantes recursos minerales.

El hecho de los revolucionarios que derrocaron la monarquía haber usado "orden y progreso", el lema del francés Auguste Comte (1798-1857), fundador del positivismo y padre de la sociología, como su propio lema, lo hace aun más actual que nunca. Aunque su filosofía, derivada del empirismo y fundamentada en descubrimientos científicos y en una evaluación de la realidad basada en hechos, todavía enfrente considerables críticas, o, además, sea totalmente negado hoy en día (el propio Comte lo rechazó más tarde), su real visión lleva a la creencia de que las acciones de la humanidad tiene por finalidad el desarrollo de la sociología, en otras palabras, la coexistencia de personas para mayor beneficio de todos, o sea, la discusión sobre "valor público": bienestar para el beneficio de la sociedad.

Los dilemas más urgentes de la era industrial fueron sustituidos por los retos de la era de la información, los cuales tenemos que seguir enfrentando actualmente. El diseño desempeña un importante y revolucionario rol sobre todas las formas por las cuales entendemos desde el concepto hasta el proyecto de productos, sus interfaces digitales, sus embalajes y comunicación visual, la arquitectura (interior) y, por último, pero no menos importante, sus servicios -en otras palabras, todas las categorías que estuvieron presentes en el iF DESIGN AWARD durante muchos años, siempre ajustadas y siempre actualizadas.

El buen diseño puede cambiar el mundo -¡y buenos proyectos pueden moverlo!
Con la introducción del iF PUBLIC VALUE AWARD 2016 y el iF PUBLIC VALUE STUDENT AWARD 2016 para estudiantes, el iF International Forum Design se dedica al tema del valor social agregado para proyectos que encuentren soluciones creativas para problemas locales, regionales y globales de la actualidad, o sea, para el valor público y de uso de una empresa, institución u organización añade la calidad o mejora de vida. Sea sobre cambios climáticos o transiciones políticas, escasez de recursos o beneficios en términos de conocimientos o de movilidad y vida para adultos mayores, biotecnología y cambios en el mercado de trabajo -las personas y su coexistencia son tan diferentes como las soluciones creativas necesarias para tratar los problemas que afligen la coexistencia en nuestro planeta. Y es evidente que una competencia con un enfoque tan fuerte sobre el potencial de innovación de los proyectos inscritos exige una evaluación muy cuidadosa y detallada. Es por ese motivo que las sesiones de evaluación en ambas competencias están basadas en el "*Public Value Scorecard*" (Ficha de Evaluación de Valor Público) y en el "*Gemeinwohl-Atlas*" (*Public Wellbeing Atlas* – Atlas del Bienestar Público), creados por la Universidad de St. Gallen, nuestra aliada en el iF PUBLIC VALUE AWARD. Eso garantiza que el proyecto no sea evaluado con una escala universal, pero sí que sea apreciado con base en la conexión entre valores como beneficio, estético, moral y sus dimensiones políticas. Existen cinco cuestiones básicas que nos llevan a cinco dimensiones de evaluación diferentes para suministrar un perfil de los proyectos inscritos -y volverlos comparables con base en la sistemática. Cada juez también está muy consciente que también es necesario llevar en consideración aspectos culturales y geográficos específicos, no apenas su experiencia personal.

Los proyectos pueden ser inscritos en once áreas diferentes, incluyendo un enfoque geográfico principal, las cuales son dirigidas hacia las once grandes tendencias para el futuro:

01. **P**: Desplazamientos Globales del Poder
02. **U**: Uso Inteligente de Recursos
03. **B**: Mejora de Vida en las Ciudades
04. **L**: Coexistiendo en el Siglo XXI
05. **I**: Internet, Medios y Datos
06. **C**: Cambios Climáticos
07. **V**: Vehículos y Movilidad para el Futuro
08. **A**: Envejecimiento de la Sociedad
09. **L**: Cambios en las Relaciones de Trabajo
10. **U**: Promoción de la Bioingeniería
11. **E**: Empoderamiento del Individuo

Tenemos plena convicción que los nuevos iF PUBLIC VALUE AWARD e iF PUBLIC VALUE STUDENT AWARD ofrecerán un reto considerable. La amplitud, las categorías y demandas exigen de los participantes que trabajen intensamente con los incontables problemas y valores sociales o relacionados. Pero también estamos convictos que los diferentes ejemplos -pensadores experimentados, así como jóvenes y personas de acción- mueven el mundo, O, como dijo Auguste Comte: "El verdadero espíritu positivo significa ser capaz de anticipar el futuro, ver qué es posible, investigar y descubrir la base del teorema de la invariabilidad de las leyes naturales." ¡Nos sentimos ansiosos y esperamos conocer sus proyectos que reflejen "valor público"!

iF PUBLIC VALUE AWARD 2016: http://www.ifdesign.de/publicvalue_index_e

iF PUBLIC VALUE STUDENT AWARD 2016: http://www.ifdesign.de/publicvalue_student_index_e