

# Las empresas en la Facultad

Estas son algunas de las empresas e instituciones que durante 2008 participaron activamente en la Facultad de Diseño y Comunicación

# Estudiantes premiados por la calidad de sus eventos

Los estudiantes que cursan asignaturas del área de Organización de Eventos de la Facultad crean, producen y organizan eventos al finalizar cada cuatrimestre. Es un requisito obligatorio de las cursadas respectivas que se enmarca en la estrategia de acercamiento al quehacer profesional de la Facultad. Los eventos se organizan en categorías: Desfile, Solidario, Conferencia y capacitación, Presentación de Empresa/Producto, Cultural/Artístico, Cultural/Musical y Cultural/Países.



El 18 de septiembre se entregaron los premios a los eventos ganadores del 7º Ciclo de Eventos Jóvenes realizado a fines de julio de 2008, abriendo el cuarto año de esta modalidad de simulacro profesional (ver recuadro). Fueron cerca de 60 los eventos realizados durante dos semanas en las diferentes sedes de la Facultad.

Las empresas que colaboraron con los premios fueron: LG Life's Good, Palermo Dulce, Bodega Santa Julia, AOFREP, Editorial Ferias y Congresos, Revista Imagen, Revista Invasiva, Complejo Teatral de la Ciudad de Buenos Aires y Expo Tecno show.

Se detallan los Eventos ganadores, con los estudiantes premiados, organizados por categorías. Entre paréntesis se consigna el nombre del docente a cargo de la cátedra:

## CONFERENCIA / CAPACITACIÓN

1º premio: Rediseñate, Styling Rescue (María Carrascal). Guido Sabrina, Nikoniuk Cecilia, Ovejero Paz María Luisa, Rendón Priscilla y Rudy Guido.

2º premio: De la piñata al millón de dólares (Dan Colter). Manuela Casella, Lucía Brey, Verónica Leis, Anabela Larosa, Rocío Lecuona, Eugenia Ruiz, Sofía Viale, Dolores Barski, Natalia Sacchinelli, Rocío Delorenzi, Julia Borgnia, Cintia Tancredo, Ayelen Delgado, Florencia Mc Gough y Ximena Silveyra.

3º premio: Recicla y da más vida (Sol Linares). María Dolores de Achával, Rocío Sosa, Verónica Ardila, María Manuela Badana y Florina Langer.

## CULTURAL / ARTÍSTICO

1º premio: Carrete de oro (Adriana Bruno). Alejandro Jara, Natalia González, María José Calderón, Yanina Orciani y David Páez.

2º premio: La presencia de la ausencia (Pilar Andrade). Fernanda Abad, Valeria Etchevs, Verónica Andrea González, Aldana Valussi y Vanesa Mangeri.

3º premio: Urbanizarte (Adriana Bruno). Daniela Chipparelli, Wendy Dahger, Valeria Etchevé y Giovanna Vásquez.

Mención especial cultural/musical: Piazzola trío (Horacio Sarria). María Paula Fernández, Leticia Casullo, María Victoria Prieto, Denise Ullman y Martín Vasile

## CULTURAL / PAÍSES

1º premio: Pasión Flamenca (María Carrascal). Natalia Assadourian, María de los Ángeles Benítez, Antonella Capaccioli, Andrea Denise Fernández, Felipe Gómez, Verónica Leis y Paola Pérez.

2º premio: Guatemaleando (Adela Sáenz Valiente). María Clara Bidegain, Paula Delgado y Dana Riyo.

3º premio: Delicioso despertar (Silvia Ces). Lucía López, Marianela Tierno, Lucrecia Lizondo, Melisa Chab, Agustina Castellano y Constanza Mardones.

Los eventos ganadores de las pasantías fueron El mundo a tus pies, Sorrisi: Arte circense, Rediseñate: Styling Rescue, Sentidos, Carrete de Oro y Pasión Flamenca.

## DESFILE

1º premio: El mundo a tus pies (María Carrascal). Natalia González, Diana Cornejo Mier, Paula Chaves, Candela Fernández, Diego Ojeda, Gonzalo Ferrari, Juan Cruz Carosella, Ignacio Bianchi, Renata Cronembold y Jimena Aguilera.

2º premio: Moda Urbana (Adela Sáenz Valiente). Malena Álvaro, Verónica Cardella, Candelaria Centeno y Delfina Joaquín.

3º premio: M.R. Badini Design 2008 otoño-invierno (Pilar Andrade). Ignacio Propato, Angelina Razetto, Alexis Le Bourgeois, Johanna Marchese Ragona, Mariela Malizia, María Sol Baudoin y Gabriela Deras.

## PRESENTACIÓN EMPRESA / PRODUCTO

1º premio: Sentidos (Silvia Ces). Marcelo Larnas, Florencia Masri, Andrés Palacios y Vanesa Karuchek.

2º premio: Secretos de una Diva (Mariano Napolitani). Magdalena Badie, Isabella Carranza, Julieta Lobato, Constanza Mariño, Jimena Monzón, Lourdes Moyon, Maureen O'Byrne, Sofía Ramos Adot, Carolina Saponare, Gabriela Skeef, Albertina Zucaro Brondo y María Virginia Saucedo.

3º premio: ¿Vos por qué te jugás? (Mariana Dommarco). Fernando Arguelles, Clementina Botheatoz, María de la Paz De Luca, María Liften Gómez, María Pía León Masson, Genoveva Loyudice, Maité Marcarelli, María Emilia Pastorini, Gastón Payo, Guido Rudy y Lucía Tabanera.

## SOLIDARIO

1º premio: Sorrisi: Arte circense (Adela Sáenz Valiente). Giselle Antuano, Lucía Becker, Romina Soria y Belén Sánchez Noya.

2º Premio: Ayúdanos a ayudar (Silvia Ces). Franshelly De la Zerda, Leticia Forte, Milton Gareca, Nicolás Gentile, Juan Pablo Hollman, Bianca Quiroga, María Fernanda Ruiz y Cristina Tejeira.

3º premio: Cara a cara con el cabezón Ruggeri (Alicia Del Carril). Nadina Montani, Tamara Lata, Fernanda Haisner, Daiana Ruggeri, Agustina González y Florencia Dopazo.

Durante el ciclo el jurado seleccionó los eventos que obtuvieron una pasantía rentada de las siguientes empresas auspiciantes: Bárbara Diez, Silvia Amarante, Énfasis Eventos, Ilustres: Eventos a Medida, Epicúreo Eventos y Jauja Eventos Corporativos.

## “Hicimos poca publicidad, pero no hay quien no sepa que abrimos”

Dijo Diego Paolini, egresado de la Facultad de Diseño y Comunicación UP y Gerente General de Starbucks Argentina, en la Facultad

La presentación de Starbucks formó parte del 6º Ciclo de Eventos Jóvenes (ver nota estudiantes premiados ciclo Eventos Jóvenes junio 2008)

En el evento de Starbucks estuvo presente Diego Paolini, Gerente General de la empresa y egresado de la carrera de Relaciones Públicas de la Facultad de Diseño y Comunicación UP. La empresa desembarcó en Argentina este año, en un local en el Alto Palermo. Paolini comenzó su presentación contando sobre el lanzamiento de la marca en Argentina: “Hicimos poca publicidad, pero no hay quien no sepa que abrimos. La prensa nos ayudó mucho”. Explicó que una de las ventajas que tuvieron es que en el país el consumo de café está muy arraigado, a diferencia de otros países: “México no era un buen lugar para abrir. Todo era negativo: el clima, las costumbres. Hoy es un éxito, hay 215 locales abiertos”. Uno de los temores de abrir en Argentina era

el rechazo a la multinacional por ciertas diferencias de gustos: “Nos decían que el perfil del argentino no se adaptaría a nuestro producto, hoy tenemos fila en el local”.

Diego habló de los aprendizajes en la carrera de Relaciones Públicas: “La Universidad me dio muchas cosas. Uno mientras hace la carrera se queja de las cosas negativas, pero después te das cuenta de las ventajas que tiene. Por ejemplo, te da muchos casos prácticos para trabajar. Todo eso me sirvió muchísimo. Vi al final lo que significaban los profesores y las charlas que nos dieron. Nos mostraron casos de emprendedores y ahí aprendí pasos para generar cosas. En cuanto a la organización de eventos, hicimos 4 o 5 para la apertura y lo visto en la Universidad me fue de mucha utilidad”.

En la empresa trabajan dos egresados UP en puestos directivos y otros en el staff.



# Asistentes Académicos DC 2008

**El próximo 9 de diciembre se entregarán las constancias a los estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación que completaron exitosamente el XIV Programa de Asistentes Académicos 2008. Este Programa se dicta en forma ininterrumpida desde el año 1995. Muchos de los egresados del mismo son actualmente profesores regulares de nuestra Facultad y de otras instituciones educativas.**

El Programa de Asistentes Académicos que se desarrolla en la Facultad desde hace más de diez años, bajo la coordinación de la profesora Victoria Bartolomei, está dirigido a los estudiantes y egresados de nuestra Facultad interesados en una experiencia formal de capacitación docente. Los participantes trabajan en una cátedra o colaboran con tareas académicas mientras realizan un taller de capacitación. El programa es anual y se desarrolla en dos niveles. El nivel 1 es la etapa destinada a la construcción del rol del asistente y el nivel 2 contempla el aporte de las habilidades básicas para poder planificar una clase, desarrollar una clase teórica, diseñar un trabajo práctico. El asistente académico, no sólo se forma en lo inherente a su instrucción pedagógica básica, sino también afianza y profundiza los conocimientos de contenido propios de la materia en la que realiza su asistencia.

## ¿Como se organiza? ¿Quiénes pueden participar?

El Programa de Asistentes Académicos se convierte en un programa de dos asignaturas electivas que puede ser cursado por todos los alumnos de la Facultad interesados en las cuestiones pedagógicas del Diseño y la Comunicación. Para aquellos que realicen el Programa y cumplan con los requisitos académicos de la cursada y el final, tendrá validez como asignatura electiva de su plan de estudios. Es importante señalar que el Programa de Asistentes Académicos sigue abierto para todos los alumnos y egresados que quieran realizarlo sin optar por su reconocimiento como asignatura electiva. Al culminar el programa, realizando las dos asignaturas, se otorga el certificado de Asistente Académico. A continuación, los alumnos y egresados que realizaron el curso. Entre paréntesis, la carrera a la que pertenecen y el/los profesor/es al cual asistieron:

**Josefina Aguirre** (Producción de Modas - Gisela Gulli) • **Christian Cárdenas Espinosa** (Comunicación Audiovisual) • **Sebastián Caro** (Diseño Gráfico - Victoria Bartolomei) • **Paola Castillo Beltrán** (Maestría en Diseño - Alejandra Cristofani) • **Andrés Emilio Cuk** (Comunicación Audiovisual - Alejandro Fernández) • **Natalia Di Salvo** (Diseño Industrial - Víctor Peterle) • **Julián Dorado** (Diseño Gráfico - Diego Pérez Lozano) • **Santiago Duhalde** (Diseño de Interiores - Antonio Tecchia) • **Juan Carlos Ferrero** (Diseño Textil e Indumentaria - María Eugenia Biagioli) • **Andrea Leticia Fragueyro** (Diseño Textil e Indumentaria - Yanina Oro) • **Paola Gallarato** (Diseño de Interiores - Alejandro Abaca) • **María Florencia Goncalves** (Relaciones Públicas) • **Juan Pablo González Cabrera** (Diseño de Imagen y Sonido - Daniela Di Bella) • **Sofía Gutierrez** (Diseño Gráfico - Diego Pérez Lozano) • **Xavier Jimenez** (Maestría en Diseño - Gustavo Valdez) • **Paula Masciangioli** (Diseño Gráfico - Diego Pérez Lozano) • **Soledad Mendez** (Diseño Gráfico - Victoria Bartolomei) • **Rita Silvia Mildiner** (Diseño Textil e Indumentaria - Carla Desidero) • **Florencia Mollo** (Diseño Gráfico - Diego Perez Lozano) • **Marcos Morales** (Diseño Gráfico - Victoria Bartolomei) • **Natalia Rossi** (Diseño Gráfico - Adrián Candelmi) • **Mariángeles Ruiz Diaz** (Comunicación Audiovisual - Carla Argañaraz) • **Paula Luciana Rusconi** (Diseño Gráfico - Victoria Bartolomei) • **Gustavo Sassi** (Dirección Teatral - Catalina Artesi) • **Virginia Serrano** (Diseño Gráfico - Diego Ostrovsky) • **Julia Solier** (Diseño Industrial - Víctor Peterle) • **Pamela Tito** (Diseño Gráfico - Victoria Bartolomei) • **Francisco Vazquez Andreoli** (Diseño Gráfico - Carlos Caram) • **Federico Yoshizato** (Diseño Gráfico - Carlos Del Rio) • **Federico Yungano** (Relaciones Públicas - Matías Panaccio).



Paola Castillo Beltrán Natalia Di Salvo Julián Dorado Sofía Gutierrez Xavier Jimenez



Paula Masciangioli Soledad Mendez Rita Silvia Mildiner Florencia Mollo Marcos Morales



Paula Rusconi Gustavo Sassi Virginia Serrano Julia Solier Francisco Vazquez Andreoli

Está abierto el Programa para el año 2009. Informes e inscripción: Orientación al Estudiante: Mario Bravo 1050, 5° piso (orientaciondc@palermo.edu).

estudiantes  
DC ONLINE  
Diseño y Comunicación



**EstudiantesDC** on line es una publicación digital mensual destinada a los estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación, que anticipa las novedades académicas y administrativas del mes de la Facultad. Este *newsletter* se envía a comienzos de cada mes. En este caso la edición 21 se envió a comienzos de noviembre y, en DC de noviembre, se transcriben los principales textos como un ayuda memoria para los estudiantes.

## HORAS DE CONSULTA - CIERRE DEL CICLO 2008/2

El 7 de noviembre cierra el ciclo de Horas de Consulta del segundo cuatrimestre 2008. A partir de esta fecha los profesores pueden incorporar correcciones a estudiantes previos en sus horarios regulares de clases de la tercera y cuarta semana del Ciclo de Evaluación. No hay correcciones en períodos de exámenes regulares de diciembre. Los estudiantes que excepcionalmente requieran realizar consultas con sus profesores en el próximo período Febrero 2009 deben solicitarlo por mail enviado a Equipo de Gestión Académica (gestiondc@palermo.edu). Se analizarán los pedidos y la factibilidad de satisfacer los mismos de acuerdo a la disponibilidad horaria respectiva.

## INSCRIPCIÓN FINALES DE DICIEMBRE

Del lunes 1 al miércoles 23 de diciembre se organiza el período de exámenes de diciembre para rendir exámenes regulares. Y la última semana de diciembre (del viernes 26 al martes 30) de diciembre se podrá rendir exámenes previos. Todas las mesas que se abren están informadas tanto en el minisitio de Orientación al Estudiante, como en las carteleras publicadas en el 5° piso de Mario Bravo 1050, desde el lunes 27 de octubre. Ese mismo día (27 de octubre) comenzó la inscripción a los exámenes. Se recomienda chequear si el docente con el que quiere rendir tiene mesa. Si el docente no tiene mesa se deberá realizar un pedido especial, la fecha para los mismos es hasta el viernes 14 de noviembre. Los estudiantes que adeuden exámenes previos y no los rindan en este período podrán hacerlo en el período de exámenes previos de febrero. Se recomienda consultar con suficiente anticipación si el docente con el que desean rendir va a estar en esa fecha. Para más información sobre Requisitos y Condiciones para rendir o Dificultades para inscribirse ingresar a [www.palermo.edu/dyc](http://www.palermo.edu/dyc) > Exámenes Finales

## MODA EN PALERMO. 8° EDICIÓN. NOVIEMBRE 2008

Del 18 de noviembre al 1 de diciembre se realiza en Jean Jaurès 932 Moda en Palermo, un ciclo de desfiles, muestras, video instalaciones y performances que congrega a estudiantes de Diseño de Modas y Producción de Modas. La posibilidad de llevar el mundo de las ideas al campo de lo posible es parte de la metodología propuesta en la Facultad. El proceso de aprendizaje de los alumnos no finaliza en el aula, sino que toma cuerpo y puede vivenciarse en el evento con la exhibición y puesta en escena de una propuesta multidisciplinaria. Participan las cátedras de Aryan, Barbera, Barros, Biagioli, Candlera / Hock, D'Antoni, De Laurente, Denizio, Desiderio, Ferrari, González, González Eliçabe, Ivaldi, Lento, López Bizcaino, Mihanovich, Otero, Pascua, Quatromano, Rigoni, Senra, Uslenghi, Valenzuela, Valoppi y Vargas Prada.

## CICLO DE EVENTOS JÓVENES

Del lunes 17 al viernes 28 de noviembre se realiza el Ciclo de Eventos Jóvenes. Esta es la octava edición de este ciclo que consiste en que los estudiantes que cursan las asignaturas Organización de Eventos I, II, III y IV y Taller de Comunicación II de todas las carreras deben, como condición de aprobación de la cursada respectiva, organizar y realizar un microevento que plasma los aprendizajes de la cursada respectiva. Par-

ticipan los siguientes profesores: Pilar Andrade, Adriana Bruno, María de los Ángeles Carrascal, Silvia Ces, Dan Colter, Alicia Del Carril, Mariana Dommarco, Christian Findling, Mariano Iovine, Sol Linares, Patricia Moreira, Mariano Napolitani, José Luis Pérez Larrea, Luis Sanza, Horacio Sarria, Mariana Solís y Martín Traina.

En esta ocasión se realizan 59 microeventos (consultar el programa impreso del ciclo), la mayor parte de los mismos se realizan en las sedes Ecuador 933 y Jean Jaurès 932 de la Facultad.

## DISEÑO FOTOGRAFICO. MUESTRA DE ESTUDIANTES

Del 4 al 16 de noviembre se realizará la muestra Mirar, Fotografiar, Diseñar de estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación en el Teatro San Martín (Hall Central Carlos Morel. Corrientes 1530). Exponen los siguientes alumnos: Lucía Bengoche, Juan Pablo Berot, María Victoria Cunningham, Eisira Chávez Arrieta Geyvys, Guadalupe Lovisoló Gamarino, Ana Mancini, Marcela Márquez Arango, Agustina Méndez, Andrés Ospina Jaime, Damián Pascuarillo, Fernando Servente, Natalia Statuto, Martín Taveras y Samantha Vargas.

## NUEVAS CARRERAS EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN

La Facultad comienza a dictar en marzo 2009 las carreras Marketing de la Moda y Moldería y Confección de Indumentaria. Son dos carreras cortas (2 años /16 asignaturas cuatrimestrales) que se focalizan en la formación de dos áreas de gran desarrollo y creciente requerimientos de profesionales universitarios: el negocio de la moda y los procesos de producción. Estas son las únicas carreras en Argentina a nivel universitario que otorgan estos títulos. Se suma a las carreras Diseño de Modas y a Producción de Modas que la Facultad dicta desde hace varios años conformando un área de formación universitaria única en Argentina y Latinoamérica que cubre varios aspectos del mundo de la moda. Más información: [www.palermo.edu/dyc](http://www.palermo.edu/dyc)

## COLACIÓN DE GRADOS 2008

El próximo acto de Colación de Grados 2008 se realizará el día lunes 17 de noviembre de 2008 en el Salón Pacifico del Hilton Bs.As. (Macacha Guemes 351). Estará dividido en dos turnos, turno mañana a las 10.30 hs. y turno tarde a las 16.00 hs. Más información: 5199.4541 (9 a 21 hs.) / [colacion2008@palermo.edu](mailto:colacion2008@palermo.edu)

## PERÓDICO DEL PAPEL A LA WEB

El periódico mensual de la Facultad de noviembre ya está en la web: [www.palermo.edu/dyc](http://www.palermo.edu/dyc) ingresando a PeriódicoDC. Puede leerse página a página como si fuera la versión papel y puede descargarse. También pueden consultarse todos los periódicos del 2008. A partir de noviembre simultáneamente a su distribución en papel el periódico estará disponible en esta versión.

Otros temas desarrollados en Estudiantes online de noviembre 2008: Cierre de notas de cursada • Últimas semanas de correcciones de TPF • Cambios de aulas y sedes • 37 Talleres de Computación Gráfica para estudiantes DC • Talleres de Representación Gráfica • Entregas de Premios Noviembre 2008 • Diseño Fotográfico. Muestra de estudiantes.

# “La publicación de un libro de fotografía es un día de fiesta”

Expresó Juan Travnik en la presentación del libro *Miradas*, editado por la Facultad

**El 14 de octubre se presentó en el Espacio Fundación Telefónica el libro *Miradas*, diseño fotográfico, que reúne producciones fotográficas de estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación UP.**



De izq a der. Gustavo Saiegh, Andy Cherniavsky, Marcelo Lavintman, Daniela Blanco, Juan Travnik, Malala Fontán y Raúl Chapeaurouge.

La presentación la realizaron Gustavo Saiegh, Raúl Chapeaurouge, Andy Cherniavsky, Malala Fontán, Marcelo Lavintman y Juan Travnik, destacados fotógrafos quienes dieron su visión acerca del momento actual de la fotografía. La mesa estuvo coordinada por la directora de la revista *Tendencia*, Daniela Blanco.

“Se vive un momento de cambios importantes en la fotografía, hoy es parte de todos los días y las personas. Las imágenes nos invaden desde todos lados. La fotografía es algo cotidiano, se puede comparar con la lectura o la escritura, pero no todos los que escriben son escritores, ni todos los que sacan fotos son fotógrafos. Hay que encontrarle la mirada personal y distinta para agregar el plus, para expresarnos de la mejor manera. Es interesante la presentación de este libro para ver nuevas miradas y nuevos enfoques. Sigamos jugando con la cámara, lo mejor está

por hacerse”, expresó **Gustavo Saiegh**, fotógrafo de modas y publicidad.

Luego, el fotógrafo de modas y publicidad, **Raúl Chapeaurouge** opinó: “Vivimos en un momento histórico, donde la fotografía se apoya un 100 por ciento en lo digital, hoy se la puede potencializar. El photoshop es un laboratorio virtual que permite crear texturas y recuperar el encanto de la fotografía. Yo busco sacar lo lindo de la fealdad, la fotografía crea algo falso, pero que se conserva constantemente. El fotógrafo debe adquirir una personalidad, lograr un estilo y reinventarse”.

A continuación, la fotógrafa de modas y publicidad, **Andy Cherniavsky** habló acerca de los componentes de una foto: “La fotografía no puede considerarse sola, el diseño gráfico, el photoshop, el vestuario, la escenografía y el director de arte, forman un clan que hacen a la foto. Hoy

se pueden generar imágenes inexistentes y crear de la nada o desde lo existente algo distinto”

**Malala Fontán**, fotógrafa de modas, hizo referencia a la fotografía como obra de arte: “El nombre de este libro responde a la pregunta sobre dónde habita la fotografía, es la pregunta que recorta, que embellece, que admira, que denota. Es un artilugio digital o analógico que lleva a la mirada del fotógrafo. La fotografía como obra de arte, tiene como sentido el capricho del fotógrafo. La obra tiene vida propia”.

Por su parte, **Marcelo Lavintman**, director de fotografía en cine, agregó: “La fotografía se nutre de la pintura y de la historia. El director de fotografía en una película analiza cómo narrar para que se entienda. En lo filmico hay un avance de lo digital, pero se hace batalla para la resistencia”.

**Juan Travnik**, fotógrafo y Director de la Fotogalería del Teatro San Martín, opinó: “La publicación de un libro de fotografía es un día de fiesta, independientemente de las calidades y comentarios que podamos hacer. La fotografía analógica puede seguir perdurando, da otra textura, otra mirada. La fotografía nació en 1839 como un reemplazo de la realidad. La credibilidad de la fotografía tiñe todo el consciente colectivo”. Cerrando la presentación, **Daniela Blanco** comentó: “Las batallas entre el fotógrafo y el editor son más interesantes que antes. Hoy se lo escucha, interactúa y defiende su mirada. Hay una jerarquización del fotógrafo porque hoy construye y trasciende”.

Al finalizar el debate se invitó al público presente a un cóctel a cargo de Sabores del Chef Catering.

*Telefonica*

## Opiniones de profesores de la Facultad presentes en la presentación del libro

“Personalmente siento que lo más rico de *Miradas - Diseño fotográfico*, y publicaciones de este tipo, es que permite a los alumnos salir de la Universidad donde se estudia, y acercarlos al mundo donde se trabaja. Es una acertada idea, ya que representa una aproximación al mercado profesional y laboral, además de darles una linda y necesaria dosis de autoestima y reconocimiento al talento que recién empieza a asomar.” (Marcelo Cabot)

“Es un orgullo pertenecer a la Facultad de Diseño y Comunicaciones de la UP; la presentación del libro *Miradas* nos permite una vez más ratificar que el estudio hace a la excelencia. El nivel de profesionalismo de la muestra, es la perfecta conjunción entre el arte y la técnica.” (Jorge Rodríguez)

“Considero un evento muy trascendental, pues si bien estamos en la era de la “cultura de la imagen”, no es menos cierto que pareciera que las cámaras digitales, hoy al alcance de todo el mundo, hubieren quitado protagonismo a las tradicionales fotografías. Sin embargo por las diferentes posiciones de los panelistas queda demostrado que la fotografía hoy, aun sigue perteneciendo a la rama del arte.

Plasmar todas estas conquistas en una publicación forma parte entre otras cosas del estímulo que el alumno necesita para generar mayor apertura a su vocación y forma parte también de un reposicionamiento y de una valoración de la fotografía en el mundo moderno.” (Estela Reca)

“Una vez más, otra muy buena iniciativa de la Facultad, difundir el arte, promocionar a la gente joven, seguir brindando oportunidades de divulgación a los nuevos talentos de fotografía y otras disciplinas.” (Héctor Calmet)

“Por un lado, me parece promisorio que se editen libros de fotografía de estudiantes desde un ámbito académico, para contribuir con la difusión de la creación fotográfica argentina (...) Por otro lado, lo interesante de la presentación es promover el debate y la reflexión local acerca de la fotografía. Es hora que comencemos a producir teoría desde el lugar en el que nos desarrollamos, y no sólo a reproducir con erudición lecturas provenientes de otras geografías. En este sentido, lo más interesante es lo propuesto por Travnik en cuanto a dejar atrás el debate “digital vs. analógica”, puesto que la toma de decisiones no está en los fotógrafos como consumidores sino que se trata de decisiones empresariales, y proponerse indagar acerca de la significación de la imagen fotográfica como constructora de imaginario social.” (Alicia Macías)

“Luego de la presentación llegue a mi casa luego de un día largo y agotador, abrir y recorrer el libro *Miradas* fue sin lugar a dudas un verdadero placer para mis ojos y para mi cerebro, no me dejaron de sorprender la calidad y lo descriptivo del libro, excelente trabajo.” (Diego Antista)



# “Alcanza con ir a los kioscos de revistas para ver que la historieta argentina está en un buen momento”

Opinó el periodista Andrés Accorsi en las 7º Jornadas de Diseño de Historietas DC

**El 16 de septiembre se llevaron a cabo las 7º Jornadas de Diseño de Historietas donde dibujantes, historietistas y guionistas dieron su visión acerca de la actualidad de la misma y su relación con los distintos soportes. Fueron organizadas por la Carrera Diseño de Historietas de la Facultad de Diseño y Comunicación, el Museo de la Caricatura Severo Vaccaro y el Movimiento Cultural Banda Dibujada.**



La apertura de la Jornada estuvo a cargo de **Andrés Accorsi**, periodista especializado en comics y **Diego Agrimbau**, guionista, quienes dieron una charla sobre el panorama de la historieta en Argentina.

“Alcanza con mirar los kioscos y las comiquerías para ver que estamos en un buen momento. Las editoriales grandes están apostando a las historietas: Clarín, Perfil, Sudamericana, Planeta. Sumado a esto se ve una voluntad de consumo de parte del público. Esto está creciendo y se está haciendo bien”, comenzó diciendo Andrés Accorsi y agregó: “Soy muy del semillero, me gusta mucho ver blogs, gente nueva, historietistas del interior. Hay un material impresionante, se puede ver un nivel de producción muy bueno”.

Sobre las generaciones anteriores de historietistas Diego Agrimbau opinó: “A algunos los mató el mercado y se los trató bastante mal”.

“Creo que la historieta es un vicio caro, se necesita tener dinero para comprar todo lo que se edita, ¿qué se puede hacer para revertir esto?, sólo las editoriales grandes pueden modificarlo, ellos pueden sacudir al mercado, conseguir publicidad y difundirlo”, expresó Accorsi.

Agrimbau habló sobre el rol del libro: “El libro marca una pauta de creación, en relación a su formato y tamaño. Perdura en el tiempo, sigue vigente, en cambio una revista envejece mucho más rápido. El libro es clave en el mercado”. Sobre este tema Accorsi agregó: “El libro en Argentina entra en 3 circuitos de distribución: los kioscos, librerías y comiquerías”.

Luego los integrantes del colectivo Historietas reales dieron una conferencia acerca de la historieta en internet. Andrés Accorsi, estuvo a cargo de la moderación.

“La historieta creció mucho en este medio, se fue trasladando al terreno de los blogs. Uno de los más conocidos es Historietas reales, donde cada día de la semana suben nuevas historietas”, comentó Accorsi.

“En el blog no hay filtros, sí respuestas inmediatas, la dinámica es distinta”, comenzó explicando **Fran López**, uno de los integrantes. Sobre esto Caro Chinaski agregó: “Hacer una historieta para internet supone saber que el soporte impone otro lenguaje. Pero no me limita hacer una historieta pensada para este soporte o hacerla para publicar en un libro”.

Por su parte **Max Aguirre** dijo: “Los comentarios que llegan son un condicionante, es interesante ver como la gente se queda viendo otras cosas que para mí eran laterales a la historia”. Federico Reggiani hizo referencia al rol del editor: “Creo que esta figura está en crisis”.

Sobre las historietas autobiográficas **Clara Lagos** comentó: “Para internet creo que la autobiografía está muy bien porque te hablan en ese momento. Internet genera otro lenguaje, la autobiografía es más amiga de las computadoras”. Sobre

esto, **Ernán Cirianni** opinó: “Para mí el género autobiográfico era un género más, al venir a la Argentina vi la importancia que le estaban dando”. **Dante Ginevra** dijo: “La autobiografía es el género que definió al blog, es algo convocante que funcionó muy bien. La creación pasa por cómo cada autor toma al género para sí como punto de partida”.

A continuación se realizó una charla sobre mujeres historietistas donde participaron **Caro Chinaski, Clara Lagos, Alejandra Lunik, Soledad Otero** y **Laura Vázquez**. Allí comentaron acerca de sus trabajos y su mirada trasladada a las historietas. “Hay una mirada que tiene que ver con poder captar una experiencia que vivimos las mujeres como género, pero también esa mirada puede estar en los hombres, tiene que ver más con una sensibilidad”, expresó Caro Chinaski. Sobre el tema Clara Lagos agregó: “La mirada es personal, por ser Clara y por ser mujer me pasan otras cosas y tengo un mundo propio”.

Por su parte Soledad Otero opinó: “Hay historietas hechas por hombres donde las mujeres están muy bien hechas, va más por cada autor, más que por el género”.

Alejandra Lunik dijo al respecto: “El autor inepto interpreta mal tanto a un personaje varón como a la mujer”.

“Creo que ser mujer se puede aprovechar en el mercado para vender tu obra, para llegar al editor, creo que ahí puede funcionar bien lo del género”, dijo Laura Vázquez.

Dentro de estas jornadas se formó una mesa redonda para debatir sobre la historieta en el libro. En ella participaron **Rubén Meriggi** (Editorial Thalos), **Martín Casanova** (Domus Editora), **Thomas Dassance** (Ex - Abrupto Ediciones) y **Pablo Muñoz** (Deux Editorial).

El moderador, **Javier Hildebrandt**, comenzó explicando que la historieta era un género muy ligado a la revista pero que ahora se fue mudando también al libro ¿Por qué se da ese traspaso? ¿Qué ventajas y desventajas tiene?, Casanova respondió: “La ventaja del libro a nivel producción es que se pueden sacar más páginas a menor costo”. A lo que Meriggi repuso: “En nuestro caso, mediante la publicación en formato libro, se jerarquizaron algunos títulos que venían siendo maltratados por el diseño y la mala tipografía”.

Muñoz, en cambio, habló de las diferencias intrínsecas en las historietas que se publican en revistas y libros: “Depende mucho del tipo de producto. Hay algunas historietas que están hechas para ser leídas de a poco, por el manejo de la intriga que hacen. Hay otras historietas que se benefician al ser compiladas, lo que permite que puedan leerse íntegras, fuera de las antologías y de la fragmentación que implican los otros formatos.” Luego explicó: “La revista tiene mayor presencia en los kioscos, mientras que el libro

penetra en las librerías. El libro tiene muchísimas ventajas, pero también te impide llegar masivamente a lectores potenciales que ven la revista en el kiosco y la compran para conocerla porque los tentó y porque además es barata”.

“Hay relatos que se arman en series porque repiten lugares y personajes. El formato álbum de 48 páginas era un estándar al que todos debían ajustarse. Con el libro hay más libertad, tanto en la forma como en la complejidad de la trama”, comentó Dassance y luego, ante la pregunta de si la crisis del 2001 trajo como consecuencia una suerte de primavera editorial de comic, dijo: “Aparecieron de golpe bastantes publicaciones, pero el círculo es reducido. No hay público suficiente como para que el historietista pueda dedicarse de lleno a su oficio y vivir del recaudo”.

Martín Casanova coincidió con esta idea de que hubo un crecimiento, pero éste no ha sido lo suficientemente marcado como para provocar un cambio sustancial en el circuito de las historietas: “Se está viendo un renacer, pero está lejos de ser una primavera. La historieta está vendiéndose más, volviéndose más popular, pero todavía no es un negocio rentable”.

Finalmente, Muñoz habló del creciente interés que están teniendo las grandes editoriales, como Planeta o Sudamericana, en publicar historietas: “A mí no me parece peligroso. Cuando uno ve a Mafalda se da cuenta de la enorme cantidad de ventas que alcanzaron. Para una pequeña editorial eso es muy difícil de lograr, pero si el camino ya está trazado tiene un acceso más fácil”.

A continuación hubo una charla sobre la historieta en la escultura, dedicada a analizar la influencia del comic en la escultura, a través de un repaso de la obra de **Martín Canale**, un reconocido escultor de retratos de comics.

“Empecé dibujando y me di cuenta que lo que más me enganchaba eran las posibilidades de cada personaje, más allá de la trama. Como el 2D no me alcanzaba, me pasé al 3D. Yo creo que los personajes cuentan su historia desde el cuerpo, la pose o la cara. No es suficiente que la figura sea linda o prolija, tiene que transmitir algo más”, comenzó diciendo Canale.

Luego sobre el proceso detalló: “Mando un dibujo y, si me lo aprueban, hago un original. Ese se usa como molde. Se suelen hacer alrededor de dos mil ejemplares de cada figura, que se pintan en China. El principal comprador es el coleccionista, porque son esculturas grandes, pesadas y bastante costosas” y agregó: “Trabajo con la agencia que tiene la licencia de Marvel (Iron Man, Spiderman, Hulk, X-Men), entonces puedo buscar entre los personajes que me gustan y volverlos tridimensionales. Esa posibilidad es genial. Éste género tiene que ver con la fantasía y la ficción, por lo que hay mucho de lúdico en el proceso”, dijo por último.

La última conferencia fue acerca de la historieta en la música donde participaron el dibujante y humorista gráfico **Liniers**, el dibujante **Juan Sáenz Valiente** y el artista **Lucas Varela**. La charla estuvo moderada por Diego Agrimbau.

Liniers comenzó contando acerca de las tapas que hizo para los discos de Andrés Calamaro y Kevin Johansen: “Como soy un músico frustrado le propuse a Kevin dibujarle la tapa de su disco Logo. Pensé que tenía que ser algo muy antilógico y se me ocurrió un zeppelin, le pareció gracioso y esa fue la tapa. Kevin también me invitó a hacer dibujos en vivo en el escenario mientras él tocaba”.

“Hago ilustraciones para el suplemento Si de



De izq. a der. Lucas Varela, Liniers, Juan Sáenz Valiente y Diego Agrimbau



Caro Chinaski, Clara Lagos, Alejandra Lunik, Soledad Otero, Laura Vázquez y Andrés Accorsi



Martín Casanova, Rubén Meriggi, Pablo Muñoz, Thomas Dassance y Javier Hildebrandt



Integrantes del colectivo Historietas reales



Martín Canale

Clarín y para la revista Rolling Stone, me gusta dibujar zombies y mujeres que den miedo. Si yo fuese músico no podría dejar que otra persona me haga las tapas de mi disco”, contó Lucas Varela. Juan Sáenz Valiente comentó que la primera tapa que realizó fue para un disco de Memphis: “Cuando hago este tipo de trabajos, intento que la tapa tenga cierta lógica con el disco, lo suelo escuchar varias veces”.

Como cierre de la Jornada **Oswal** le rindió un emotivo homenaje al historietista Carlos Meglia recientemente fallecido.

# Afiches. Maquetas. Figuras. Campañas. Formas

Creaciones de estudiantes premiados en concursos internos de la Facultad en el primer cuatrimestre 2008



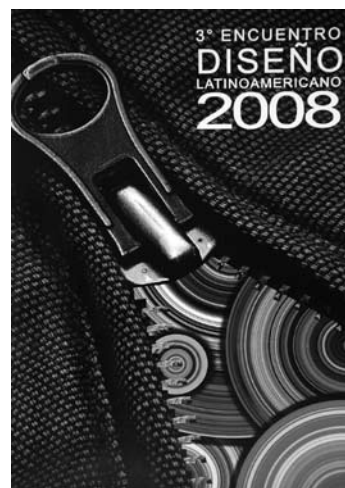
1° premio: Leonardo Vadala



1° premio: Dolores Barreyro



1° premio: Agustina Damia



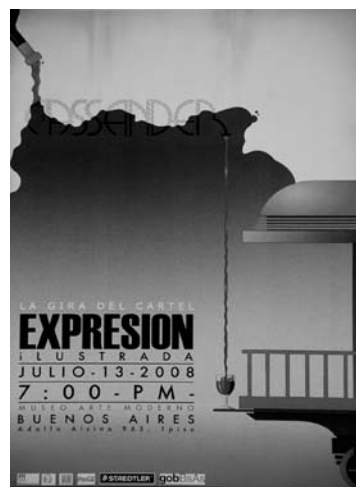
1° premio: María Agustina Llobera



1° premio: Gala Omaechevarria



2° premio: Pablo Celsi



2° premio: Ivan Anaya



2° premio: Natalia Cacheiro



3° premio: Dana Campanello



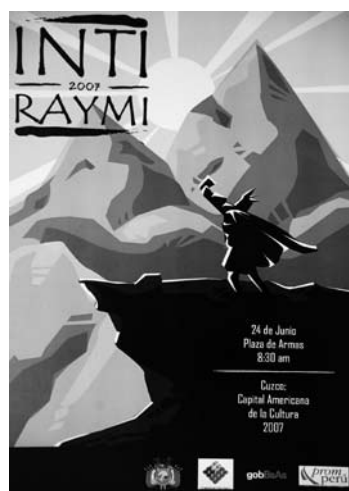
3° premio: María Sol Davila



2° premio: Madar Rahamut



3° premio: Juan Diego Dianderas



3° premio: Soledad Ferreiro

## AFICHE CULTURAL

Alumnos de la asignatura Introducción al Lenguaje Visual - Taller 1 (Primer años de las carreras de Publicidad, Diseño Gráfico, Diseño de Interiores, Diseño de Historietas, Diseño Industrial, Lic. en Fotografía)

Primer premio compartido: Dolores Barreyro (Prof. Paula Romani) - Gala Omaechevarria (Prof. Fabián Carreras) - Leonardo Vadala (Prof. Eduardo Mangialardi) - Agustina Damia - María Agustina Llobera (Prof. Victoria Bartolomei)

Segundo premio compartido: Natalia Cacheiro (Prof. Victoria Bartolomei) - Ivan Anaya (Prof. Noelia Fernández) - Pablo Celsi - Madar Rahamut (Prof. Carlos Caram)

Tercer premio compartido: María Sol Davila (Prof. Antonella Pirillo) - Juan Diego Dianderas (Prof. Noelia Fernández) - Dana Campanello (Prof. Alejandro Enricci) - Soledad Ferreiro (Prof. Victoria Bartolomei)

Menciones: Alexis Germán Patronis - Alberto Ledesma (Prof. Noelia Fernández) - Hernán Eidelstein - Matías Santos - Juan Pablo Vera (Prof. Victoria Bartolomei) - Camila Brizuela - Natalia Conforto (Prof. Antonella Pirillo) - Federico Agustín Minuto (Prof. Mariano D'Angelo) - Anuar Moswalder (Prof. Eduardo Mangialardi) - Johan Sebastián Betancourt Ardila (Prof. Manuela Verrier) - Pamela García Peña (Prof. Fabián Carreras) - Paola Sancassano (Prof. Carlos Caram) - Gonzalo Alava (Prof. Manuela Verrier)

## CONCEPTO Y EXPRESION

Alumnos de la asignatura Taller de Interiores 3 (Diseño de Interiores, 2° año)

Primer premio compartido: Ariana Bekerman - Paola Galiarato (Prof. Alejandro Abaca)

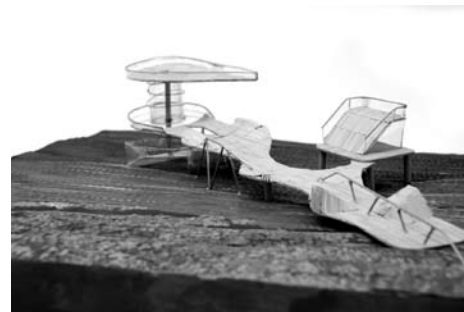
Segundo premio: Denise Andrea Ashardjian (Prof. Abaca)

Tercer premio compartido: Claudia Zapata Uran (Prof. Alejandro Abaca) - Gustavo Gifoli (Prof. Oscar Kaplan Frost)

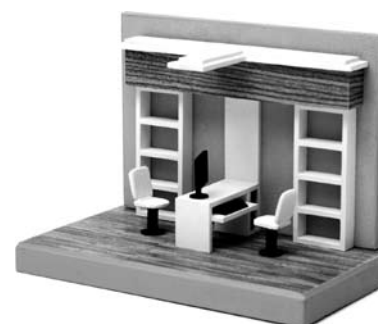
Menciones: Luciana Burgueño - Federico Spoltore (Prof. Abaca) - Marcelo Sturzeneger (Prof. Kaplan Frost)



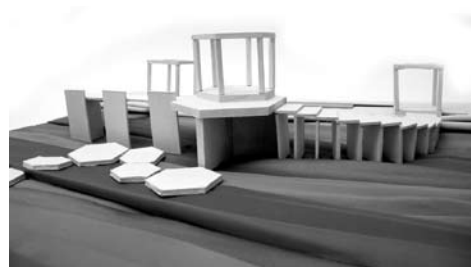
1° premio: Paola Galiarato



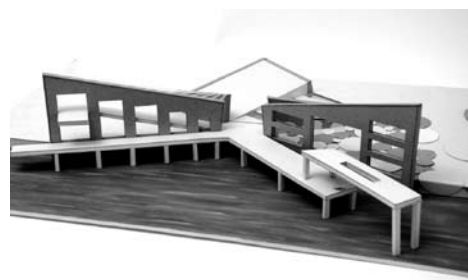
2° premio: Denise Andrea Ashardjian



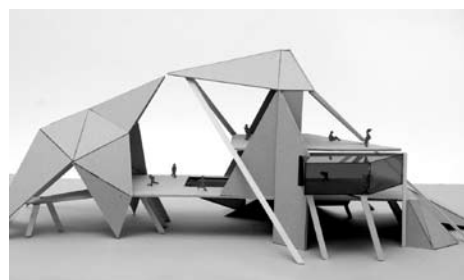
3° premio: Gustavo Gifoli



1° premio: Ariana Bekerman



3° premio: Claudia Zapata Uran



Mención: Luciana Burgueño



Mención: Marcelo Sturzeneger

ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN PREMIADOS

**FIGURA Y TENDENCIAS**

Alumnos de la asignatura Taller de Modas 1 (Diseño Textil y de Indumentaria - Producción de Modas, 1º año)

Primer premio compartido: Rosario Gonzalez Balcarce - Carolina Jakter (Prof. Mariana Brea) - Patricia Saleh (Prof. Celina Prado)  
 Segundo premio compartido: Nadine Awada (Prof. Alejandro Abaca) - Julieta Lescano (Prof. Brea) - Olga Romero (Prof. Prado)  
 Tercer premio compartido : Florencia Grossi (Prof. Brea) - Florencia Lauletta (Prof. Prado) - Noe Medina (Prof. Leticia Lapeña)  
 Menciones: Georgina Seva (Prof. Prado) - María Victoria Miguez Baiud - Estefania Turbay (Prof. Andrea Cardenas)



1º premio: Rosario Gonzalez Balcarce



1º premio: Carolina Jakter



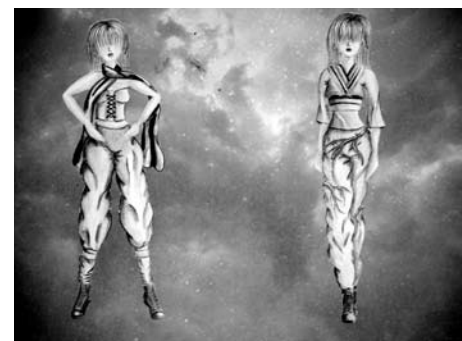
1º premio: Patricia Saleh



2º premio: Julieta Lescano



2º premio: Olga Romero



3º premio: Florencia Lauletta

**IMAGEN DEL BIEN**

Alumnos de la asignatura Campañas de Bien Público (Publicidad, 1º año)

Primer premio: Francy Espiti, María Emilia Perez y Fernando Pujol (Prof. Carlos Menéndez)  
 Segundo premio compartido: Lucía Baltar (Prof. Adrián Candelmi) - Karla Mondragon (Prof. Menéndez)  
 Tercer premio compartido: Agustín Sanchez Bustos - Ana Clara Zampieri (Prof. Candelmi)  
 Menciones: Franco Balestrieri - Victoria Gonzalez Corti - María Virginia Pesek (Prof. Candelmi)



3º premio: Florencia Grossi



Mención: Estefania Turbay



Mención: Georgina Seva



Mención: María Victoria Miguez Baiud



1º premio: Francy Espiti, María Emilia Perez y Fernando Pujol



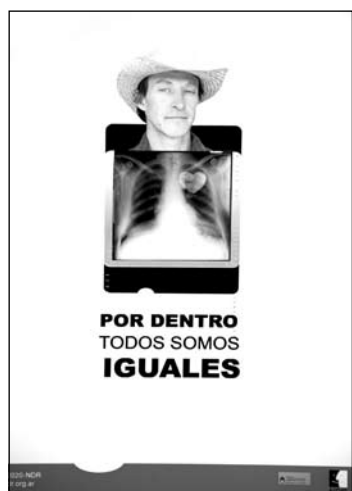
2º premio: Lucía Baltar



3º premio: Ana Clara Zampieri



2º premio: Karla Mondragon



3º premio: Agustín Sanchez Bustos



**FORMA CONCRETA**

Alumnos de la asignatura Taller de Producción 3 (Diseño Industrial, 2º año)

Primer premio: Gonzalo Goyes (a) (Prof. Yamila Garab)  
 Segundo premio: Alejandro Bauducco (b) (Prof. Federico Mangiaterra)  
 Tercer premio: Paula Velez (c) (Prof. Damián Martino)



a



b



c

# “Hay que conocerse, descubrir los límites y asumir riesgos, buscar una postura y luego ser libre”

Expresó la diseñadora Viviana Toledo en las Jornadas de Tendencias en la Facultad



ezequiel



josefina ferroni



GONZALEZ TABOADA GUEVARA  
Worldwide Partners Buenos Aires



**El 25 de septiembre se llevó a cabo la 1º Jornada de Tendencias, organizada junto a Cool Hunter. Diseñadores de indumentaria, de joyas, fotógrafos de moda y creativos dieron su opinión acerca de las tendencias en la actualidad.**

La apertura de la Jornada estuvo a cargo de **Ginés Perea**, Presidente de Cool Hunter: “La empresa nació hace dos años, nos encargamos de hacer campañas publicitarias y producciones de moda. El significado de *cool hunter* es cazador de tendencias, nosotros captamos lo que está dando vueltas en el ambiente. Un cool hunter trabaja para agencias de publicidad, en marketing, moda y para empresas” y a su vez comentó: “Nuestro objetivo es crear un nuevo estilo, romper con los paradigmas. Cool Hunter es un estilo y una forma de vida. Nuestro desafío permanente es adelantarnos al cambio”.

Luego la diseñadora de indumentaria **María Pryor** dio una conferencia acerca de Alta Costura y Pret à Porter, comenzó diciendo: “Creo que las tendencias están y que cada diseñador las asume según su personalidad. Somos todos únicos, por eso cada uno genera una colección distinta. El diseñador emprende una gran búsqueda que implica nunca quedarse quieto para así poder generar nuevas búsquedas. En nosotros se moviliza todo, en relación a las tendencias se deben sentir y luego elaborar”.

Sobre las modelos con las que trabaja en los desfiles y producciones comentó: “Creo que es muy importante, siempre trato de que se sientan cómodas con lo que van a llevar. Cuando la modelo está en la pasarela es ella quien va a transmitir lo que uno quería decir”. Sobre el estilo que prefiere dijo: “Lo voy variando según lo que haga, pero prefiero siempre que tengan actitud”.

Expresó también sobre su manera de trabajar: “Creo que nada se puede hacer solo, no hay diseñador que pueda trabajar solo. Se necesita de un buen asistente y de un equipo, es algo fundamental, sino es imposible poder llegar a hacer todo”.

Una de las preguntas del público apuntó a saber cómo definiría a la mujer que se viste con sus diseños: “Me gusta vestir a cualquiera que le encante mi ropa”, respondió y agregó: “Busco a la mujer que tenga identidad y personalidad”.

A continuación el fotógrafo de moda **Raúl De Chapeaurouge** habló sobre las campañas y producciones de moda: “La imagen tiene que

representar el espíritu de la marca. Ser fotógrafo significa estar siempre al día y en lo último a nivel tendencia”.

Sobre los pasos que sigue al desarrollar una campaña explicó: “El primer contacto con el cliente es en relación al presupuesto, luego comienza la parte más creativa donde se busca una idea, una orientación y se investiga a la marca. Cuando ya se hace más de una temporada con la misma marca es más fácil ya que sabes lo que le gusta y lo que no. La idea es clave para el éxito de una campaña, luego para poder desarrollarla hacen falta recursos, hay veces que se cuenta con estos y otras que no”. Sobre cómo se compone el equipo de trabajo comentó: “Hay un maquillador, peñador, una productora y vestuarista”.

Habló también sobre los beneficios de trabajar en digital: “Es mucho más fácil, corregir es más dinámico e instantáneo. La cámara digital potencia al fotógrafo. Los buenos fotógrafos con este formato son mucho mejores”.

Continuando con el proceso fotográfico explicó que luego de hacer las fotos viene lo que se llama postproducción: “Yo suelo editar mis fotos y enviar una selección. Las fotos que uno no quiere que se vean, no se tienen que ver. Por último una vez que las imágenes son seleccionadas se realiza la distribución de las fotos en los locales, vía pública y en los medios”.

Finalizando su conferencia De Chapeaurouge dijo: “Un fotógrafo tiene que ser un director de orquesta y saber un poco de todo o a quien derivárselo”.

Luego, las diseñadoras de indumentaria **Melina** y **Jessica Solnicki** explicaron cómo hicieron para posicionar su marca en el exterior. Contaron que empezaron con apenas 1.000 dólares. Crearon una marca inspirada en una figura imaginaria llamada Charlotte. “Haber vivido y trabajado afuera nos amplió la cabeza como para poder lanzarnos”, afirmaron.

En seguida sus prendas ganaron la aceptación de personalidades como Giselle Bündchen, Cate Blanchett y Madonna: “El producto tiene que llamar la atención en sí mismo para que los estilistas le lleven la ropa a las celebrities. Nos ayudó mucho que la gente famosa usara nuestra ropa. Empezamos a diseñar para ese *target*, después

todo el mundo mira alguna revista y se fija en lo que tienen puesto”.

En el 2005, Charlotte Solnicki abrió una boutique propia en el barrio de Palermo: “Generamos una o dos tiendas más exclusivas para posicionar la marca. Después, el mercado mayorista, que produce más ventas, te toca la puerta solo”, afirmaron y agregaron: “Para posicionarte en el mercado está bueno tener algo diferente, pero para mantener el producto hay que buscar tener acceso a un público más masivo, aunque sea con una línea de ropa. Con la fuerza y un objetivo claro, podés ir avanzando. El tema del diseño y el marketing potencia el negocio, pero es necesario poder planificar para no perderse en un laberinto”, dijeron por último.

Por su parte **Guillermo Gonzáles Taboada**, Presidente de DGC Gonzáles Taboada/Guevara Worldwide Partners, expuso acerca de la creatividad: “Los creativos sustentables tienen un método y una disciplina, creativos somos todos, el punto es lograr hacerlo sustentable”, comenzó diciendo y agregó: “Lo primero es nutrirse de todas las fuentes de información, no se puede ser creativo sino se es curioso”.

Explicó sobre cuáles fueron los momentos que marcaron un fuerte impacto: “La década del 60 rompió todos los códigos, con la llegada por ejemplo de la minifalda y el hipismo. Por su parte el arte pop influyó en las actitudes”.

Luego le ofreció consejos a los estudiantes jóvenes: “Traten de buscar fuentes de inspiración y de generar un método, encontrar momentos de creación. Cuando trabajen para alguien recibir una negativa como respuesta va a ser algo habitual, les recomiendo que eso no los haga decaer. Hay un período de prueba que es crítico. Descubran en qué actividad pueden trabajar, no es sólo diseño, el proceso es también creativo”.

También habló acerca de la publicidad en Argentina: “La publicidad ha estado divorciada de las marcas de moda, salvo de las masivas. Hay una falta de creatividad publicitaria aplicada a la comunicación de moda. Si se tendría un claro concepto de comunicación la imagen y la idea perduraría en el tiempo. Para esto es fundamental que en el proceso intervenga una agencia de publicidad”.

**Alejo** y **Javier Estebecorena**, diseñadores de indumentaria, explicaron cómo surgió su marca y su evolución. Sus prendas se caracterizan por una adaptación armónica entre forma y función, este punto de partida fue la clave de su rápido crecimiento: “Empezamos haciendo una pequeña

colección. Hicimos una o dos temporadas en Salsipuedes y luego abrimos nuestro propio local en Palermo. Ahora tenemos un local en San Isidro y otro en Paseo Alcorta. También vendemos en Nueva York, Montevideo y París. Nuestra ropa se puede ver en otras tiendas en ciudades como Santiago de Chile, Estocolmo, Montevideo, Asunción, San Francisco, Los Ángeles y Chicago”.

Explicaron luego que su despegue se vio influenciado por las condiciones particulares que atravesaba el país: “Pertenece a un colectivo de diseñadores que lograron hacer un nombre a partir de la crisis. Eso nos permitió entrar al sector comercial. La gente estaba muy cansada de todo lo que era el *establisment*, lo que generó una condición propicia para aceptar cosas nuevas. Se dieron muchos factores juntos: la situación económica, sus repercusiones en la sociedad y nuestro producto que respondía a los nuevos intereses. Después de ese momento, ese grupo se consolidó. Ahora está un poco más difícil. Nosotros tuvimos la suerte de saber aprovechar esa situación. Además del momento, el cual es necesario pero no suficiente, hay que salir a decir algo que valga la pena escuchar”.

“En los últimos años, al haber más ofertas, la gente se fue entrenando para poder elegir. Los que conocen y tienen interés salen a la búsqueda de diferentes propuestas, hasta encontrar las que más les interesa. De esta forma, cada vez son más las personas que saben dónde comprar de acuerdo a su personalidad”, concluyeron.

En su charla, la diseñadora **Josefina Ferroni**, habló sobre su experiencia y sus diseños: “La primera colección que hice fue para exportar, dada la crisis que atravesaba Argentina la realicé en España. Mi intención siempre fue hacer zapatos versión limitada. A los 8 meses comencé a vender en Argentina, día a día la empresa fue mejorando, se fue incorporando gente y nuevas ideas. Al año siguiente pude abrir mi taller. Actualmente la marca tiene presencia en 7 países”, comenzó contando la diseñadora.

“Empecé con una estrategia comercial en posicionarme como marca de lujo. El mercado manda y uno tiene que estar atento a todo. Es importante tener una línea de zapatos que sean pensados, bien hechos y que puedan ser utilizados por todo tipo de personas. El 80 por ciento de los materiales utilizados son argentinos y el otro 20 es italiano”, explicó Josefina.

Sobre la exportación contó: “Los zapatos llevan un certificado de origen que se utiliza para la exportación. Por ser zapatos hechos a mano, se pagan



Raúl De Chapeaurouge, fotógrafo



Guillermo Gonzáles Taboada, Presidente de DGC Gonzáles Taboada/Guevara Worldwide Partners



Josefina Ferroni, diseñadora



Melina y Jessica Solnicki





Viviana Toledo, Ezequielt



Ezequiel Toledo, marca Ezequielt



Ginés Perea, Cool Hunter y María Pryor, diseñadora



Alejo y Javier Estebecorena, diseñadores de indumentaria

menos impuestos de exportación. En España se paga el 1 por ciento a diferencia de México que es del 60 por ciento".

Como cierre de la Jornada **Viviana Toledo** y **Ezequiel Toledo**, diseñadores de indumentaria y dueños de la marca Ezequielt, dieron su visión acerca de su manera de diseñar y comunicar: "El diseño de indumentaria es comunicación, en la ropa se muestra lo que se ve y hay ideas, complejos y concepciones. La psicología, en nuestro trabajo, está al servicio del diseño para así poder entender a nuestro cliente", expresó la psicóloga Viviana Toledo y a su vez dijo: "La inspiración es un proceso que surge de una reacción por haber investigado, estudiado, reflexionado, haber probado y haberse equivocado".

Finalizando, Viviana comentó: "Las colecciones siempre se refieren a un concepto que es llevado al extremo y conlleva el nacimiento de la inspiración. La inspiración se trabaja, la personalidad también. La primera es para afuera, la segunda hacia adentro: hay que conocerse, descubrir los límites y asumir riesgos. Buscar una postura y luego ser libre."

## diseño&comunicación

Dirección Editorial: Oscar Echevarría, Decano de la Facultad de Diseño y Comunicación (oechev@palermo.edu)  
Diseño: Constanza Togni  
Fotografía: Fernando Servente  
Textos: Sol Echevarría - Valeria Limonoff  
Tirada: 10.000 ejemplares

Universidad de Palermo.  
Facultad de Diseño y Comunicación.  
Mario Bravo 1050, 5º piso, 5199 4500  
mtogni@palermo.edu  
www.palermo.edu



## “La experiencia nos resultó positiva por haber concretado un proyecto desde el principio hasta el estreno”

Dijo Micaela Dobisk, estudiante de Diseño de Espectáculos de la Facultad

El 7 y 14 de julio, en el teatro El Camarín de las Musas, estudiantes de cuarto año de las carreras Diseño de Espectáculos y Dirección Teatral, cátedra de Gustavo Schraier, presentaron un espectáculo basado en la obra *Ricardo III* de William Shakespeare. Concibieron el diseño total de todas las instancias de realización para lograr el montaje y la presentación en público.



Escenas de la versión *Ricardo x 3* basado en *Ricardo III* de W. Shakespeare



Las estudiantes **Amaranta Moral Sosa**, **Belén Sánchez**, **Julia Camejo** y **Micaela Dobisky**, realizaron la versión *Ricardo x 3*, donde trabajaron una selección de monólogos y escenas de la obra de Shakespeare personificados por los actores Francisco Mazzoleni, Nicolás Pasquette y Sebastián Tizziani.

Cuentan las estudiantes: "Partiendo de la obra de Shakespeare, creamos *Ricardo x 3* planteando un desdoblamiento del personaje principal. El punto de partida fue trabajar con la conciencia de Ricardo, es por esto que lo dividimos en 3 personajes: el ello, el yo y el superyo. De acuerdo a categorías psicológicas: el ello, es la parte pulsional e instintiva de la conciencia, es todo aquel terreno inconsciente que se revela en los sueños, en Ricardo es la conciencia más visible; el yo es lo manifiesto, tiene que ver con el ego, lo que expresa Ricardo de manera consciente; y el superyo está relacionado con la censura, juzga al yo, tiene que ver con exigencias, prohibiciones y mandatos, cuando, por ejemplo, Ricardo se arrepiente de los asesinatos que cometió. A través de estos tres niveles de conciencia se puede definir

a Ricardo íntegramente".

Esta propuesta fue acompañada por una idea escenográfica resuelta con tres cubos utilizados de forma funcional, al igual que el vestuario, que al ser neutro permitió que los actores tomen distintos roles. El concepto de puesta cerró con proyecciones utilizadas de dos formas, como separadores de las escenas: cada una tenía el título de la escena que venía a continuación y, por el otro, proyectaron imágenes que aportaron significado a la obra: "Mostramos de este modo cómo los clásicos, por más ilusorios que parezcan, encuentran siempre un lugar en la actualidad". Por su lado, las estudiantes **Ángela Aguirre**, **Lucrecia Brero**, **Mónica Cerame** y **Adriana Cuellar** presentaron *Ricardo Fragmentado*, versión en danza contemporánea de *Ricardo III* de W. Shakespeare, con la interpretación de los bailarines Richard Palomares, Mijal Cugat y María Carolina Bavio.

"En esta versión es la muerte quien seduce a Ricardo con el poder, prometiéndole la corona a cambio de una serie de asesinatos que éste debe provocar. Ricardo se llena de poder y es

coronado, pero el placer incontrolable causado por estos fallecimientos lo debilita provocándole la muerte", comentaron las realizadoras.

El trabajo formal, generado por la coreografía y los cuerpos de los bailarines en movimiento, fue acompañado por la caracterización de los personajes a través del vestuario y el maquillaje. El espacio despojado se impregnó con proyecciones que completaban la narrativa desplegando multiplicidad de significados.

"La idea fue realizar una adaptación de esta obra bajo las técnicas de danza contemporánea. Pusimos en práctica los puntos aprendidos en clase, para poder realizar la preproducción y producción de la puesta, siendo la finalidad del proyecto concluir con el montaje y presentación de la obra en dos funciones con público. Una vez definido el proyecto, averiguados los requisitos de los derechos de autor y teniendo claros los objetivos, repartimos las tareas entre las integrantes del grupo, para tener una mejor organización y comenzar con el diseño de planificación", explicaron. (Andrea Pontoriero)



Escenas de *Ricardo Fragmentado*, versión en danza contemporánea de *Ricardo III* de W. Shakespeare



## “La transgresión es parte del diseño latinoamericano”

Expresó Julius Wiedemann en la Facultad en la presentación del libro de Taschen

El 22 de septiembre, **Felipe Taborda** y **Julius Wiedemann**, autores del libro "Latin American Graphic Design", editado por Taschen, dieron la charla el ADN del Diseño Latinoamericano donde comentaron acerca de las similitudes y valores del diseño y comunicación de América Latina como una unidad cultural. Julius comentó cómo surgió la idea del libro: "Hace unos años empezamos a hacer una investigación junto a Felipe, pensamos que editar un libro así era una oportunidad para que la gente tuviera al diseño latinoamericano como referencia". Y agregó: "Se me ocurrió crear el término de Neolatinidad, ser latino ahora es diferente a lo que fue en los '70 o en los '80. El

mundo cambió a nuestro favor, tenemos una muy buena cultura del diseño. Hoy somos más flexibles, creativos, tenemos sensualidad, humanidad y belleza". En relación a la transgresión en el diseño comentó: "El uso del color y los valores son muy distintos a como lo trabajan en otros países. Acá la idea es combatir y revolucionar. Estamos intentando, con imágenes, literatura y con publicidad hacer una revolución. El mensaje de transgresión es parte de nuestro ADN". Sobre el uso del color explicó: "Trasmite identidad, armonía y expresión. Acá usamos todos los colores juntos, al tenerlos en nuestra naturaleza y alrededor nuestro no los tenemos ya que lo vemos en todas partes".



Julius Wiedemann y Felipe Taborda en la presentación del libro "Latin American Graphic Design"

# “Me gusta brindar un buen espectáculo y que a la gente le guste el trabajo que realicé”

Dijo Inés Estevez en la Facultad de Diseño y Comunicación en septiembre 2008

**José Sacristán, Horacio Peña, Karina K. e Inés Estevez estuvieron presentes en el ciclo Diseño y Comunicación en las Artes del Espectáculo. En esta página se incluyen fragmentos de las crónicas de las presentaciones escritas por estudiantes de la Facultad que cursaron la asignatura Diseño de Espectáculos con la coordinación de los profesores Claudia Kricun y Dardo Dozo.**

Inés Estevez durante la charla en la Facultad de Diseño y Comunicación con los profesores Claudia Kricun y Dardo Dozo >



**“Jugar a que la gente se crea que soy el que no soy a través del actor”, José Sacristán en DC, 8 de septiembre 2008.**

"La cámara, es mas sensible que el espectador, porque después puedes ver si das información de mas o de menos."

Esta entrevista, fue una charla con un artista que se puso de igual a igual con la cátedra, respondió las preguntas y mucho más, ya que le es imposible separar su vida del trabajo. Siempre le fue imposible separarla, mientras el actor se ganaba la vida, el ciudadano hacia y se movía donde tenia que hacerlo. Superó ampliamente las expectativas. Sacristán compartió con nosotros su experiencia de vida desde todos los aspectos, no sólo laboral sino también personalmente. Contó su vida en España, una infancia complicada, como dijo: "Mi infancia transcurrió en un país que acababa de salir de una guerra". Con respecto a los juegos de su niñez, siempre estuvo más cerca de la imaginación y la fantasía y los mismos estaban marcados de la inmediatez. Contó que desde muy chico sintió mucha fascinación por la actuación, como se las "rebuscaba" para poder ir al cine y al teatro, que en esa época era costoso, y sólo una vez por semana. A los 13 años comenzó a trabajar como mecánico como su padre, para ayudar en su hogar, pero también comenzó a crear su propio territorio a nivel artístico. Su ídolo Fernando Fernán Gómez, en lo actoral y también en la vida. Sus dos sueños fueron, su primera experiencia en cine, poder verse en una cámara, y el segundo fue poder armar su propio cine en su casa. Oriundo de una familia muy humilde y muy trabajadora, llena de valores, que demostró y demuestra hasta el día de hoy seguir llevándolos haga lo que haga y sea con quien sea. Es un gran actor, con una inmensa sencillez como ser humano. La actuación es "jugar a que la gente se crea que soy el que no soy a través del actor". Con respecto al trabajo del actor, dice que es un juego, y si se trata de divertirse, se divierte, y si hay que emocionarse, se emociona. El encuentro con el personaje, es un encuentro amoroso, es apasionante, probar como en el amor, primero hay que estar disponible, contó que las propuestas que le ha hecho

el cine últimamente no le gustan, Y al igual que en el amor no puede elegir, pero sí rechazar. Su casa es donde puede relajarse porque la mayor parte de los elementos los trajo de su pueblo, tampoco sabe vivir sin la música, el flamenco, jazz y la música sinfónica. En fin, fue un placer, compartir esta charla con él, lleno de buena energía, por cierto muy contagiosa, y amplios conocimientos. Nos dejó muchos ejemplos y experiencias de vida para tomar en cuenta tanto a nivel laboral como personal. (Texto del alumno Arias Uriburu)

**“Sentí como un flechazo, como cuando uno se enamora, ya está, es él, esto es mi vida, pensé”, Horacio Peña en DC, 15 de septiembre 2008.**

Formó parte del Teatro Municipal; trabajó en televisión en programas como Montaña Rusa; en teatro en obras como *Hamlet* y recibió varios reconocimientos como mejor actor en los premios A.C.E.

Jugaba a cazar renacuajos en las zanjas. Luego, viviendo en la ciudad destaca la rayuela, carreras de caballo con amigos, la pelota; El juego con el otro dentro de su colegio. Siguiendo con su infancia se le preguntó si recordaba él a algún maestro que lo haya marcado a lo que respondió que en la escuela primaria en su colegio de curas "San Martín de Tours" había una profesora de quinto grado que le decían abuela. También recordó al Petizo Squieri, de sexto grado quien los golpeaba con la regla en las manos cuando hacía alguna macana. Los días de lluvia, había ausencia escolar y el profesor les permitía tener toda la mañana de lectura libre.

Afirma que de chico no veía teatro y que no relaciona el comienzo de su carrera con un adulto que lo guíe, él veía cine y solían jugar a lo que recién habían terminado de ver. El teatro fue un accidente en su vida.

Compartió en la entrevista que todos los viernes se juntaban con sus compañeros del secundario a ver teatro independiente. Cuando él estaba en cuarto año se crea un programa que lo hace Canal Trece, el Teatro Nacional Cervantes y la dirección de enseñanza, que se llamaba Teatro Aplicado por televisión. Los profesores de teatro y música

hacían clásicos de teatro con los alumnos de los diferentes colegios y eso se grababa y salía los viernes a las nueve de la noche por canal trece. Un docente dirigía el grupo de teatro, cuando terminó el programa de televisión, quien lo había dirigido los invitó a Horacio y a sus compañeros a hacer teatro. Horacio realizó un reemplazo importante y el director le dijo que tenía que pensar seriamente en estudiar teatro por las condiciones que tenía. Horacio iba a la facultad en ese momento pero decidió averiguar cómo era estudiar teatro, le dieron un monólogo para estudiar y allí fue cuando decide dejar el estudio para abocarse al teatro. Recuerda a su director de primer año quien les inyectó la mística del teatro y el haber trabajado con los que fueron sus maestros en algún momento. Se presentó en "Mi marido y su mamá" con Irma Roy, entre otros. Lo segundo que hizo Horacio fue "A puertas cerradas". En el año 1968 se fue del conservatorio y del país hacia México y luego a España.

Horacio afirma que "el teatro no es serio". Dice que el teatro es un momento mágico comunitario. Dice que en la profesión existe un 50% de suerte, un 30% de trabajo y un 20% de talento, de inteligencia. Se le preguntó en la entrevista si los premios que él había recibido eran importantes para él, a lo que respondió que los premios son un masaje para el alma pero, para él pueden ser una carga pesada.

Se le preguntó si había algún personaje que más le conmueva, a lo que respondió que cada trabajo es diferente pero que hay personajes que más le quedaron por recordar con quién trabajó y no sólo por el hecho del papel a interpretar. Otros le han gustado por la dificultad de hacerlos por ejemplo, hacer de mujer. Se conmueve cuando se le pregunta acerca de su trabajo con Gandolfo. Dice que fue una dura y terriblemente placentera experiencia trabajar con él. Era un hombre con una mirada muy honda hacia el enfoque actoral. Lo hizo reflexionar acerca de perfeccionar su trabajo. Él sabía que era talentoso pero cómodo. Sufrió, pero ganó un premio, el que más le alegró ganar, y se lo dedicó.

Horacio recaló en la entrevista que admira a los directores pero que nunca se atrevería a dirigir y

que se siente muy cómodo tanto en cine, como en teatro y en televisión. Afirma que un actor ensaya entre 6 y 7 horas por día.

Por otro lado, un día ideal en su vida lo describe sin preocupaciones y con su familia.

El piensa que todas las carreras dejan una enseñanza de vida. Somos diversos y allí está nuestro poder, saber quienes somos y permitir que haya otro que no sea yo, y con éste construir algo. Opina que nada le faltó hacer y que está en el mejor momento de su vida.

Palabras de despedida: Y fue entonces que una noche de lluvia subiéndome a un autobús después de un ensayo de Coroliano, en el que aparecía como tripulante, sentí como un flechazo, como cuando uno se enamora, ya está, es él, esto es mi vida, pensé. Este juego es mi equipo, subirse todos juntos a un barco que parte lejos, muy lejos a una tierra legendaria. Una verdadera revelación. Quería vivir eso siempre, todos los días, hasta que me muera. Cuando pienso en la suerte que tuve de haber tenido esa certeza tan pronto; después tuve tantas dudas sobre tantas cosas, pero nunca más tuve dudas sobre la vocación, nunca. Esa corazonada de aquella noche la sigo sintiendo día tras día. (Texto de la alumna María Alejandra Ciaglia)

**“El debut es tremendo, no quiero ni pensar en lo que tengo que decir”, Karina K. en DC, 22 de septiembre 2008.**

"Mágico diálogo con este personaje carismático". Investigando un poco acerca de ella, pude informarme que es una actriz y bailarina con mucho talento, diversidad y formación. A través de la entrevista pude corroborar estos aspectos acerca de ella, entre muchas otras cosas más que mencionaré a continuación.

Al presenciar el momento en que ella egresaba del ascensor, pude ver que traía consigo misma una sonrisa que me hizo pensar inmediatamente que se trataba de una mujer con alegría y simpatía. La noté muy cómoda y relajada durante la breve sesión fotográfica que se llevó a cabo antes de iniciar con la entrevista.

En el momento en que comenzó a hablar acerca de sí misma, relacionada o no a su trabajo, vi algo especial en ella. Me impactó su mirada que, a través de ella, se reflejaba toda la pasión que le pone tanto en su ámbito laboral como en el personal. Cada detalle que contaba de su vida lo hacía con un tono que no dejaba de captar la atención de los invitados y profesores.

A lo largo de la entrevista cuenta que la influencia de sus padres y hermanos fue muy grande ya que la inculcaron al mundo del arte. Sin embargo, ya desde su infancia, se notaban sus dotes artísticas. Jugaba a interpretar personajes y cuenta que siempre fue muy inquieta. Esto la llevó a asistir a clases de baile desde los cinco años de edad. Asimismo participó en coros, pero lo que más le gustaba era la gimnasia rítmica.

A fines de los '80 el destino la llevó a España, en donde tomó cursos de diversas disciplinas como la comedia, aikido, técnica Lecoq, bufón, clown, máscara neutra y composición de personajes. Allí también trabajó en algunas obras realizando personajes unipersonales y se fue formando profesionalmente durante ocho años.

Luego regresó a Argentina y trabajó en distintos café-concert, e interpretó diversas obras exitosas. Algunas de ellas son "Cabaret", "Drácula", "Antidivas", "Victor Victoria", "El jobado de Notre Dam", entre otras. Estos papeles fueron obtenidos



José Sacristán durante la charla con estudiantes en la Facultad de Diseño y Comunicación (8 de septiembre 2008)



Horacio Peña durante la charla con estudiantes en la Facultad de Diseño y Comunicación (15 de septiembre 2008)

por su mérito y talento. Relató con mucho énfasis su experiencia en la obra "Cabaret", le pareció una de las obras que más le marcó su vida laboral dado que tuvo que interpretar a un personaje muy único. Cuenta que fue muy fuerte para ella y tuvo que meterse en la piel de Sally Bowles e incorporar todos sus movimientos tan particulares para hacerle creer al público que estaban viendo a Sally y no a Karina.

Actualmente se encuentra realizando un trabajo para Nickelodeon llamado "La maga d Oz", y está dispuesta a seguir trabajando de lo que ama y a su vez dirigir dado que es algo que siempre quiso hacer y está interesada. Igualmente ya tuvo la oportunidad de dirigir a un grupo de teatro en España, pero está preparada para ampliar aquel ámbito.

Durante la charla, tuvimos la oportunidad de formular algunas preguntas. Karina las respondió con mucho interés y creando un ambiente muy placentero. Una de las preguntas fue la siguiente: ¿qué hubieras sido si no te hubieras dedicado a lo que sos ahora? Y a través de su respuesta demostró que no sería nada que no tenga que ver con lo artístico. Reveló "peluquera", y se notó su interés a ese ámbito puesto que traía un peinado particular y no una simple colita o el cabello suelto. Asimismo confesó que para ella el debut es descomunal, sus palabras exactas fueron: "El debut es tremendo, no quiero ni pensar en lo que tengo que decir". Con esto refleja que es un individuo como cualquier otro y sencillo pero a la hora de pisar el escenario se convierte en aquel personaje que esté por interpretar y se concentra para poder transmitir todo lo que puede al espectador. También cuenta que a través de las críticas que recibe de sus colegas y diarios periodísticos, tanto las buenas como las malas, las toma en cuenta pero está consciente de que tiene que observar cómo están realizadas para que no le afecte personalmente.

Otro dato o instante de la entrevista que quiero destacar es cuando interpretó en vivo una pequeña parte del personaje ruso que realizó en una obra. Fue un momento entretenido y logró agregarle un dinamismo extra a la charla. Quedamos sorprendidos de la facilidad que tiene para amenizarnos y pudimos ver una mínima parte de su talento como actriz.

Al finalizar la entrevista, hallé la ocasión de tener una breve charla y tomarme una fotografía con esta artista. Me habló de una manera muy cordial y agradecida por el momento que le brindamos y le resultaron muy interesantes las preguntas que

le planteamos.

En conclusión, sabiendo que desde pequeña soñaba con ser lo que es hoy, se la ve como una persona llena de gracia y con mucha voluntad de seguir dando más de si misma. Es una persona extremadamente apasionada pero a su vez tiene sus pies sobre la tierra, sabe lo que quiere y lucha por obtener y concretar sus sueños. Esta entrevista me resultó sumamente interesante y entretenida ya que se trató de una persona que es admirable en todos los aspectos anteriormente mencionados. (Texto de la alumna Julia Kim)

no obtuvo muchos juguetes, los elementos que ella tenía de pequeña eran objetos muy artesanales realizados por ella misma, Inés tiene tres hermanos mayores que ella. En su familia siempre les fue inculcada la predilección por la lectura, especialmente de autores muy destacados, entre ellos se encontraba Edgar Allan Poe, un reconocido escritor.

Luego, con una voz misteriosa y pícaro, comentó uno de los lugares que de pequeña la hacían alejarse por un momento del mundo, que la hacían soñar y que la conectaba mas con su persona, ese



Inés Estévez durante la charla con estudiantes en la Facultad de Diseño y Comunicación (29 de septiembre 2008)

**"La escritura es auto referencial, sale de un lugar muy íntimo, las cosas me surgen desde lo espiritual"**, Inés Estévez en DC, 29 de septiembre 2008.

"Me gusta brindar un buen espectáculo y que a la gente le guste el trabajo que realicé".

Al llegar a la Universidad ya se notó la buena predisposición y simpatía que ella tenía, se la vio muy suelta y con ganas de responder todas las inquietudes tanto de los profesores como de los alumnos.

La charla comenzó contando sus primeros recuerdos de la infancia y finalizó con la vejez.

Desde pequeña Inés era una niña muy solitaria, que jugaba sola, en ese entonces ya se veía el acercamiento por el arte, el escenario y la actuación, puesto que con pequeños juguetes tomados de chocolates realizaba pequeñas obras de teatro y jugaba con ellos. Otra de las cosas que la unen hoy en día al mundo del arte es la danza que desde pequeña practicó, a la edad de 4 años. Estar en el mundo del arte no se elige se siente, y ella lo sintió desde pequeña.

Inés se rodeó con una familia muy unida y muy trabajadora, no tenían mucho dinero, por lo cual

pequeño lugar era el baño, al principio ese lugar era como un lugar de "tortura" ya que sus hermanos la encerraban allí por un momento en forma de diversión y que a ella no le gustaba, pero luego se dio cuenta de que allí era uno de los pocos, o el único que la hacía despejarse de las cosas.

Cuando Inés hablaba de su familia, lo hacía con gran orgullo, ya que venía de una familia muy trabajadora, su padre realizaba algunos trabajos ad honorem. "Era un hombre muy amable y familiar", dijo.

Ella vivió y se crió de pequeña en Dolores, en el presente vive con su marido el actor Fabián Vena.

En la charla comentó que le llevó a venirse a Buenos Aires, y eso fue el hecho de estar en contacto con el arte, "buscar el quien ser".

Como todo artista ama la literatura y odia las matemáticas, las ciencias exactas.

Inés Estévez, dejó la TV en el año 2006, fue una decisión difícil, ya que para una persona que ha estado en los medios realizando varios trabajos se torna una decisión complicada. La TV es el medio masivo con mayor audiencia y en el que todos quieren estar, gracias a ella, muchos son

conocidos y luego los contratan distintos autores para realizar distintos trabajos, es el mejor medio para ser conocidos. Muchos realizan cualquier cosa para estar ahí, muchos (me incluyo) al igual que Inés Estévez, coinciden en que la "TV es un negocio", es bueno estar ahí porque los artistas se posicionan, pero por otra parte es cierto que cualquier cosa vale para estar unos minutos en pantalla, Inés afirma que en la TV uno es como "un producto vendible".

Cuando hablamos con ella sobre los gustos de determinados films, nos afirma que para ver una película, el final debe ser cautivante y debe terminar bien, ya que no le gusta ver finales tristes, porque para la tristeza tenemos a la vida, y las cosas cotidianas que suceden hoy en día, "la realidad me afecta", afirmó Inés al finalizar esta pregunta.

Hasta el momento nos contó que le gusta mucho la danza, y que se puso en contacto con ella a los 4 años, luego comentó lo que siente de la TV, lo que no le gusta, y lo que probablemente fue el hecho que la hizo alejarse de ella, al menos por un tiempo, y comentó los autores que de niña leía, entre los que se encuentran el ya mencionado Edgar Allan Poe, y la aventuras de Robin Hood; pero luego comenzó a contar lo que siente en este

momento por la lectura y escritura, Inés Estévez; comenta que escribió toda la vida "la escritura es auto referencial, sale de un lugar muy íntimo, las cosas me surgen desde lo espiritual, tengo muchas ideas de las cuales me estoy ocupando de a poco, esas ideas surgen de personajes o de novelas".

Comenta que le gustaría comenzar a escribir, todas las ideas que le surgen las va juntando para luego hacer un libro.

Como toda persona, anhela un lugar en el mundo, muy íntimo rodeada de lo que más ama, ese lugar que tanto desea es el estar en contacto con la naturaleza, en una montaña, con un caballo, con el clima cálido, escuchando el ruido del agua pasar, pájaros emitiendo el sonido mas bello como es el de su canto, estar rodeada de mucho verde, y en donde la palabra paz, este a la orden del día.

Como hemos visto, Inés Estévez es una persona muy simple, realiza lo que le gusta, no se compromete con trabajos que sabe que no los va a finalizar, es muy responsable con las cosas que comienza, tiene gustos muy simples y claros; no anhela grandes cosas, mejor dicho, anhela cosas sencillas, es una persona muy organizada y que sabe brindar un buen trabajo, y con respecto a esto ella realizó un comentario " me gusta brindar un buen espectáculo y que a la gente le guste el trabajo que realicé", luego comentó que no le gusta que los actores no actúen bien, ya que los espectadores van compran una entrada y lo mínimo que se les puede brindar es un buen show.

Podemos decir que conocimos otra cara de Inés Estévez, que es una persona amable, ya que respondió a las preguntas de todos, fue muy sincera con respecto a su trabajo y a lo que la decidió a dejar la profesión de actriz. (Texto de la alumna Natalia F. De Bellis)



Karina K. durante la charla con estudiantes en la Facultad de Diseño y Comunicación (22 de septiembre 2008)



[ Gracias ]

diseño & comunicación

www.palermo.edu/dyc