



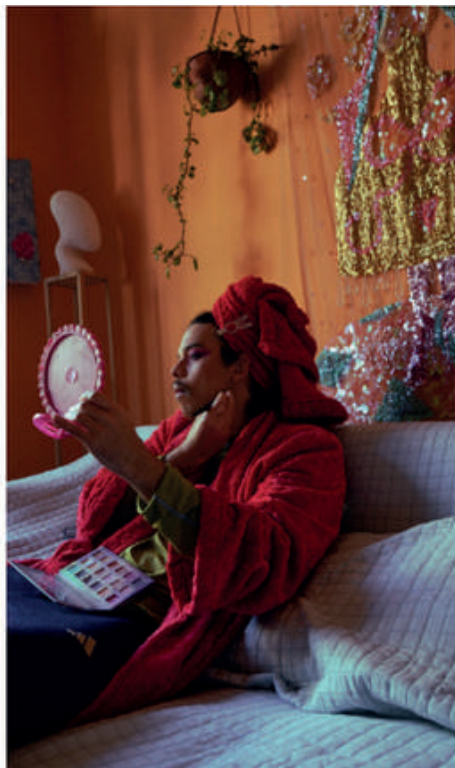


Nuestro arte nació de pensar:

Bueno, con
mi presencia
basta.

Con estar ya es suficiente.

GALAXIA Y MAR SON UN DÚO DE ARTISTAS CUYA OBRA EXPLORA LA ESPIRITUALIDAD, LA FANTASÍA Y EL MUNDO INTERIOR. DESDE UNA MIRADA ÍNTIMA Y PROFUNDAMENTE SENSIBLE, CONSTRUYEN UN UNIVERSO VISUAL QUE DIALOGA CON LOS SUEÑOS, LO INCONSCIENTE Y LO ANCESTRAL. SU PROPUESTA CUESTIONA LAS LÓGICAS DEL ARTE HEGEMÓNICO Y LOS DISCURSOS NORMATIVOS, APOSTANDO POR UNA ESTÉTICA DEL DESEO, LA MULTIPLICIDAD Y LA PRESENCIA. GALAXIA Y MAR REIVINDICAN EL DERECHO A EXISTIR DESDE LO COLORIDO Y LO LUMINOSO, E INVITAN A ABRIR LA MIRADA HACIA OTRAS FORMAS POSIBLES DE HABITAR EL MUNDO.



¿Cuál es el enfoque y cuáles son los objetivos principales de sus obras?

Mar: Creo que las obras son una traducción de mundos y de cosas. Cuando comenzás, siempre querés definir: «este es mi estilo, esto soy yo, esto es lo que hago». Y creo que, en nuestro recorrido, me fui dando cuenta de que mientras menos se pueda definir, más potencia tiene. Hay varios ejes: la espiritualidad, la alegría, el bienestar, la fantasía, la fuerza también.

Galaxia: La moda, la elegancia, la performance.

Mar: Algunas de las obras que producimos son para los sentidos, para ver, para hablar, o intentan hablar del presente. Son políticas, hablan de algo que está pasando o de algo que ocurrió. Tratan mucho de lo físico, de lo 3D, de la vida.

Creo que nuestras obras van a un lugar más inconsciente, más de los sueños o de la fantasía. A veces infantil, a veces más ancestral. Intentamos eso: bajarle el volumen a la vida y subirle el volumen a otra cosa más interna, más de la inspiración, de lo etéreo, de mover una energía. Tenemos obra política, hacemos cosas que entendemos que, por contexto, hay que hacer. Pero nuestro objetivo es ir a ese lugar más íntimo, más espiritual, más del alma. Conmover o generar un movimiento en esas partes más sutiles de la persona que la ve, pero sobre todo en nosotras.

Galaxia: Sí, buscar también lo más genuino de nosotras.





Mar: Es como una energía más grande, que reúne más cosas y que tiene más posibilidades. Es un ecosistema de emociones. Así lo veo yo. Es como una paradoja: construir una identidad que no necesariamente necesita ser una sola cosa.

¿Qué técnicas y métodos utilizan y cómo creen que influyen en la percepción y el significado de sus obras?

Mar: Técnicas de costura, técnicas audiovisuales, de edición, que las trabaja mucho Galaxia. Y también hay técnicas corporales. La gestualidad y el movimiento también son una técnica. El cuerpo es una técnica en nuestro caso.

También está la validación de los oficios como forma de hacer. Hay un saber, un oficio del hacer, que podría ser una tarea doméstica y, por ahí, incluso no tan valorada. Pero en el arte cobra otra dimensión.

¿Cómo es su proceso de producción artística?

Mar: Tiene mucho de las cosas raras que están en la vida. Por ejemplo, una vez hicimos una obra porque teníamos una sábana colgada y se veía una figura. La dibujamos, la bordamos, la profundizamos. Tiene mucho de eso, de las rarezas del mundo.

Creo que algo que hay en nuestra obra es que no sentimos que las obras las hagamos nosotras solas. Hay algo como el cuento de la madrina, de que las cosas toman vida. Las telas te hablan, los colores y los materiales también te hacen actuar, aunque no se muevan ni hablen, simplemente por tener presencia.

Hay una emotividad en nosotras que se mueve por eso que sentimos. Sentimos cosas cuando estamos trabajando, cuando estamos viendo los materiales, cuando estamos pensando en una obra. Y eso nos gustaría que se tradujera en el resultado final. Pero, bueno, si no pasa, igual pasa en nosotras.

«El arte es
nuestro sueño.
Nos animamos
a enfrentarnos a
quienes ocupan
lugares de poder
para defender
nuestra forma de
crear y de existir».





¿Qué influencias artísticas y culturales fueron significativas en el desarrollo de su obra?

Mar: Hay una tradición de dúos que han trabajado en conjunto, desde lo vincular: Chacho y Yanone, Delia Cancela y Pablo Mesejeán, Iván y Adel, Lolo y Lauti, y muchos otros. Algunas son parejas heterosexuales y otras homosexuales, que juntaban fuerzas para crear. Desde ese lado, nos sentimos como nietas de esa generación de los años sesenta.

Galaxia: Sí, también los dúos de Delia y Pablo. Yo también trabajé con Delia. Y afuera, Pierre et Gilles nos gustan mucho. Son dúos que trabajan mucho con lo escenográfico, la fantasía, el mar, esos conceptos.

Mar: A mí me marcó mucho cuando conocí la historia de Alexander McQueen. Cuando aprendí de él y de su persona, me hizo un clic: cómo usar la historia personal y las emociones para hacer las cosas a tu manera. Cómo traducir las cosas, usar los materiales para contar historias, para hablar de algo que no tiene que ser siempre lindo o hermoso, que también puede ser oscuro.

Warhol también me influyó muchísimo. Me hizo entender que para ser artista no necesariamente tenés que ser una persona virtuosa y pasar muchas horas pintando. Podés agarrar una cámara, trabajar con personas y crear una imagen. Podés agarrar una serigrafía, hacer muchas iguales e impactar también. Una piensa que tiene que estar re preparada y tener todos los talentos. Después te das cuenta de que una idea también puede ser poderosa.

¿Consideran que su trabajo se enmarca dentro del arte queer latinoamericano?

Mar: Sí. Creo que la mayoría de les artistas *queer* nos hicimos desde la autogestión, el autoaprendizaje, la autoelaboración, con herramientas muy de la perfo, la fantasía, el maquillaje, el show. Eso te da una posibilidad de crear una vida que, si no, no sé. Yo no tuve la oportunidad de tener una formación clásica en arte. No estaba ni visto ni era una posibilidad para mí en ese momento.

Es muy fácil decir: «ah, son lindas». Pero es toda una búsqueda. Es poderoso ponernos en un lugar de deseo, de belleza, de permitarnos ser brillo y alegría, porque no es lo que nos ofrecía el mundo o lo que se esperaba que fuéramos. Hasta hace muy poco éramos les *freaks*, lo indeseable.

Las drags están muy bien en la fiesta. Después nadie quiere ver a una drag en un colectivo, o no vas a un trabajo y hay una drag. Correremos de esos lugares, salir al día, invertir en materiales, aprender técnicas, ejecutarlas en tu cuerpo y salir a la calle como está el mundo, es un montón de esfuerzo. Y obviamente también es satisfactorio para una, porque hacer algo que querés y no quedarte en la corriente tiene su empoderamiento.

«Nuestro objetivo es ir a ese lugar más íntimo, más espiritual, más del alma. Conmover y generar un movimiento en esas partes más sutiles de quien mira la obra».



¿Enfrentaron discriminación o censura en algún momento en relación con sus obras?

Mar: Hemos tenido momentos de nuestra carrera en los que nos sentimos subestimadas o destratadas. Hay un intento de captar nuestra presencia. Cuando tuvimos que colaborar con algún tipo de galerista o persona, sobre todo hombres heterosexuales, blancos, en lugares de poder, hubo mucho de: «vengan, vengan, vengan». Como de: «ay, las apoyo». Y en el momento en que una pone sus condiciones o sus límites, aparece la subestimación o el destrato.

Entendemos que eso sucede porque muchas veces quieren hacer *pinkwashing*. No les interesaba realmente trabajar con nosotras, sino tener esa imagen de apoyo al arte queer.

Galaxia: Parecería que en el mundo del arte no, porque el arte supuestamente es súper libre, pero pasa igual, porque los circuitos siguen siendo bastante machistas, como la sociedad en general.

Mar: Machistas y capitalistas. Quien tiene los recursos pone las condiciones. Pero eso también nos fortaleció un montón, porque hemos tenido que enfrentarnos a personas que están en lugares de poder. Y eso también fue algo personal que el arte nos dio, porque en otro momento me aterrorizaría. El arte es nuestro sueño, y poner en riesgo tu sueño por llevarte mal con alguien no es fácil. Nosotras nos hemos atrevido a enfrentarnos y a pelearnos.

¿Cómo es la circulación de las obras con temática queer en Latinoamérica?

Mar: Hay una fuerte corriente de darle lugar al arte queer en las fundaciones. La última Bienal de Venecia, el año pasado, tuvo como eje la migración y lo queer. Es un eje bastante presente. Pero, bajo nuestra perspectiva, el mundo del arte sigue siendo heteronormativo y patriarcal, como la sociedad. Ni más ni menos.

Galaxia: También corre el riesgo de que, como en todo, haya mucho *washing*.

¿Cuánto interesa realmente tu obra, tu pensamiento, y cuánto es una moda o algo que garpa ahora?

Mar: También pasa algo cuando sos artista y sos queer: te encasillan en eso. Obviamente nuestra obra tiene moda y color, pero también habla de dinero. Y el tema del dinero no es un tema queer, es de cualquier persona, independientemente de su identidad. La sexualidad y el erotismo tampoco son temas solamente *queer*. Son humanos.

Algo que pasaba hace muchos años era que muchos artistas contrataban chicas trans, les hacían una foto, pero ellas no eran parte de la obra: eran un medio para mostrar a otra persona. Obviamente eso es un avance en sí mismo, pero está bueno que las chicas trans sean artistas, que no sean solamente la musa de un artista.

Y con nosotras también pasa. Hay una fetichización de: «estas se visten lindas, hacen los vestidos y son alegres por la vida». Eso es una estructura que armamos para existir y para estar fuertes. Es nuestra manera de exteriorizar toda esa suavidad y dulzura que nos fue prohibida, porque nosotras crecimos como varones. Nuestra familia nos crió como varones heterosexuales. También una elige y, dentro de todo, somos afortunadas de poder hacer lo que queremos, encontrar un camino en eso y seguir.

¿Cómo reciben sus obras otros artistas locales y el público en general?

Galaxia: Cuando vamos caminando por la calle como obras vivientes, hay mucha sorpresa, pero también alegría. Sobre todo en mujeres y en niños. Es algo que sale de lo cotidiano, que sorprende.

Mar: Creo que las personas que están más en contacto con lo emotivo, con el lado de los sueños, de la fantasía y del color, reaccionan muy bien. Hay algo más para el inconsciente, para el espíritu. Tratamos de invocar ese lado más meditativo, más amplio, menos concreto.

Entiendo que una persona muy académica, que estudió el formalismo del arte, la tradición del arte y el significado, quizás no empatice tan claramente. Pero una persona que está en contacto con su espiritualidad, con sus sueños y con el mundo luminoso, seguramente sí.

«Es poderoso ponernos en un lugar de deseo, de belleza, de permitirnos ser brillo y alegría, porque no es lo que el mundo esperaba que fuéramos».



Alejo Dillor

**EDUCADOR, CURADOR, ARTISTA
Y GESTOR CULTURAL**

Nacido en 1995, en Buenos Aires, Argentina. Es artista visual, docente y licenciado en Gestión e Historia de las Artes por la Universidad del Salvador. Actualmente cursa la Maestría en Gestión Cultural en la Universidad de San Andrés.

En 2019, inició su proyecto «Punto Rosa» para explorar, a través de la fotografía y la crítica, distintas formas de pensar la homosexualidad, el homoerotismo y las masculinidades.

En su carrera docente, se desempeña como profesor de Historia y Cultura y Arte Moderno y Contemporáneo (UCES) y como ayudante de cátedra en Fotografía (UBA, UCES). Además, dicta sus propios talleres para artistas.

En noviembre de 2019, recibió el Premio Estímulo Joven en la 7ª Edición del Premio ArtexArte otorgado por la Fundación Alfonso y Luz Castillo. Actualmente, está representado por The Little Black Gallery de Londres para el proyecto «BOYS! BOYS! BOYS!» y por COLADA gallery & Ed. en Argentina.

Profesor Titular en UCES

Historia y Cultura

Arte Moderno y Contemporáneo

Estética

Metodología de la Investigación Social

Dedicado a la

belleza
masculina

Mi trabajo captura momentos nostálgicos, como un diario personal que siempre está en movimiento, evolucionando y desplegándose de forma continua. Encapsula pensamientos y registros de una juventud eterna y lúdica, dando vida a una sensación de intemporalidad y exuberancia despreocupada.

Esa esencia juguetona está oculta en gestos mínimos, casi imperceptibles, en vulnerabilidades e impulsos. Son los aspectos sutiles de nosotros mismos que habitualmente escondemos detrás de un escudo protector en la vida cotidiana, disimulándolos para encajar en las normas y expectativas sociales. Sin embargo, es en los momentos de intimidad y conexión personal donde emergen esas expresiones verdaderas y desarmadas.

Mi arte busca explorar esas facetas ocultas, invitando a los espectadores a reconocer y abrazar sus propias emociones y recuerdos velados, permitiéndoles reconectarse con el espíritu inocente y alegre de su juventud.



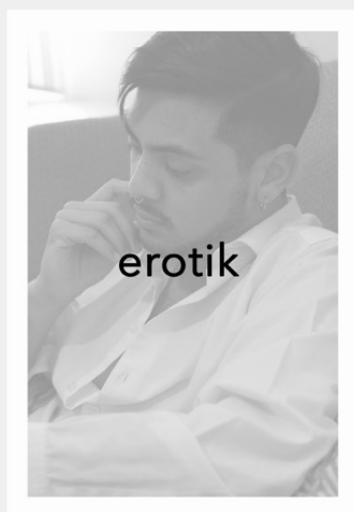
«El lugar de la editorial Punto Rosa Zine, respecto a las demandas del colectivo LGBTQI+ es generar un espacio de visibilización y circulación para artistas emergentes del colectivo, otorgar un espacio para que puedan introducir sus inquietudes, su realidad y a su vez visibilizar sus luchas, que son las de todos nosotros».



La Ternura como Archivo

Punto Rosa Zines es un proyecto editorial y cultural nacido en Buenos Aires en 2019, orientado a la exploración del homoerotismo, las identidades disidentes y el arte contemporáneo. Concebido como un espacio de intercambio colectivo, propone una curaduría de publicaciones y materiales visuales que abordan el deseo, el cuerpo y la sexualidad desde perspectivas gay y queer.



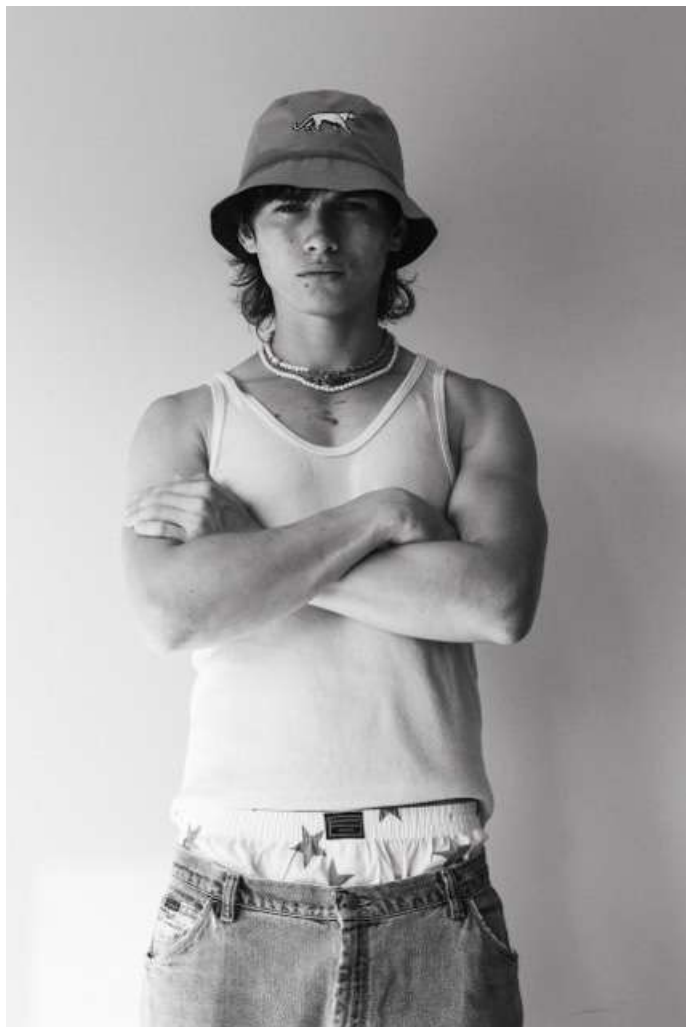


Erotik es una serie fotográfica en constante movimiento, compuesta por momentos de intimidad. Como un diario personal, captura ante la cámara la imagen de jóvenes cuya juventud permanecerá eterna. La belleza de sus cuerpos, sus sonrisas, la posibilidad de estar desnudos bajo el calor del sol que entra por la ventana tras un encuentro amoroso, es la esencia que recorre la obra. Esta se completa cuando la intimidad de los protagonistas se ve vulnerada, momento en el que el espectador irrumpie voyeuristamente en la escena. El blanco y negro, o la calidez de la piel, remite al modelo griego como símbolo de las nuevas masculinidades, en contraposición a la virilidad masculina socialmente impuesta.



Vigia

En español, «vigia» alude a la vigilancia, pero su etimología oculta una raíz asociada al vigor y a la fuerza. Este photozine es una exploración visual de las relaciones entre el cuerpo y la ciudad; esta última, entendida como una institución normalizadora que se apropia de nuestra intimidad y de las ruinas situadas en los márgenes.



Te Recordaré aunque tú olvides mi nombre
Serie. 2025

Podés encontrar estos fanzines en
<https://puntosazines.com/>

Superficies de placer:

pensamiento, diseño y decisión

EN ESTAS NOTAS BREVES INCURSIONO EN VECTORES PARA GENERAR UN LIENZO DE PENSAMIENTOS SOBRE NUESTRA PROFESIÓN Y SU DESAFÍO CONTEMPORÁNEO FRENTE A LA TECNOLOGÍA. EL DISEÑO NO EXISTE PARA DECORAR LA REALIDAD. EXISTE PARA INTERVENIRLA. PERO INTERVENIR IMPLICA ASUMIR UNA POSICIÓN. Y TODA POSICIÓN CONLLEVA RIESGO: INCOMODAR, TENSIONAR, INCLUSO FALLAR. POR ESO EL SISTEMA FAVORECE LO CONTRARIO: LO RÁPIDO, LO RECONOCIBLE, LO QUE NO CUESTIONA. EN ESE TERRENO, EL DISEÑO EMPIEZA A SIMULAR LO QUE ALGUNA VEZ FUE: UNA PRÁCTICA CRÍTICA. SE VUELVE EFICIENTE, CORRECTO, FUNCIONAL... Y PROFUNDAMENTE OLVIDABLE. LA DIFERENCIA NO ESTÁ EN LA HERRAMIENTA, SINO EN LA INTENCIÓN. UN DISEÑO QUE NO TRANSFORMA ES APENAS UNA SUPERFICIE.

por **Rubén Juan Domingo Zerrizuela**
Universidad de Buenos Aires, Argentina
ruben.zerrizuela@gmail.com

Surfaces of Pleasure: Thought, Design, and Decision

Design doesn't decorate—it intervenes and takes risks. Template logic speeds up but erodes judgment, replacing intent with options and meaning with form. Result: correct, interchangeable, forgettable work. Access isn't insight; choosing isn't thinking. When aesthetics replace ideas, everything looks the same. Designers don't vanish—they split into operators or authors. The difference is perspective. The challenge now isn't more output, but better decisions: build meaning, hold a position, and restore the friction where judgment emerges.

Reflexiones

29

PLANTILLAS: ENTRE LA COMODIDAD Y LA RENUNCIA

«Es más fácil imaginar el fin del mundo que el fin del capitalismo». — Mark Fisher

Hay algo profundamente incómodo en la forma en que hoy se concibe el diseño: como un espacio vacío listo para ser rellenado. Como si pensar fuera opcional y diseñar, apenas arrastrar. La promesa de inmediatez —seductora, sí— ha instalado una lógica donde la forma precede al sentido, y no al revés. Y ahí empieza el problema. Las plataformas de plantillas no son inocentes. Democratizan, claro. Aceleran, también. Pero, en ese mismo gesto, simplifican hasta el límite una disciplina que nunca fue simple. Reemplazan criterio por opciones prediseñadas, identidad por variaciones mínimas y experiencia por familiaridad con una interfaz.

El resultado: piezas correctas, pero intercambiables. Funcionales, pero olvidables. Se instaló una ficción peligrosa: que diseñar es elegir entre *layouts*. Que el valor está en la herramienta y no en quien la usa. Que el conocimiento puede comprimirse en un menú desplegable. Y así, lentamente, se diluye algo más profundo: la capacidad de construir sentido, de interpretar un contexto, de tomar decisiones que no están preconfiguradas. No se trata de nostalgia ni de elitismo. Se trata de responsabilidad.

Porque cuando todo se parece, nadie destaca. Y cuando nadie destaca, la marca deja de ser una voz para convertirse en ruido. La pregunta no es si estas herramientas deben existir. La pregunta es qué lugar les damos. Si son punto de partida o destino final. Si potencian el pensamiento o lo reemplazan.

Diseñar no es repetir. Diseñar es tomar postura. Y eso —todavía— no viene en plantilla.



RUBÉN ZERRIZUELA

Diseñador e investigador en cultura y *branding*. Su trabajo aborda el diseño como una práctica crítica, enfocada en la construcción de sentido, el criterio y la toma de posición en contextos contemporáneos atravesados por la tecnología.

#1 — LA ILUSIÓN DEL DISEÑO ACCESIBLE

«Ellos hacen cambios para que, en realidad, nada cambie». — Slavoj Žižek

Hoy cualquiera «diseña». Esa es la promesa. Y también el problema. Acceder a una herramienta no es acceder al criterio. Elegir una tipografía no es construir una voz. Alinear cajas no es ordenar una idea. La ilusión del diseño accesible funciona porque simplifica todo: te da velocidad, control y una sensación de resultado.

Pero también te quita algo clave: profundidad. Y sin profundidad, una marca no existe. Sobrevive. Se volvió cómodo pensar que el diseño es una tarea más en la lista. Algo que se resuelve entre reuniones, con una plantilla correcta y dos colores «lindos».

Pero una marca no se arma por partes. Se construye con intención. Cuando todo está predefinido, ¿dónde entra la decisión? Cuando todo encaja, ¿quién cuestiona si debería encajar? El riesgo no es usar herramientas. El riesgo es creer que alcanzan. Porque ahí empieza la trampa: cuando la estética reemplaza al pensamiento, cuando lo prolijo suplanta a lo significativo, cuando lo rápido le gana a lo correcto. Y entonces pasa lo inevitable: todo empieza a parecerse. Diseñar no es hacer que algo «se vea bien». Es hacer que algo signifique.

Y eso —aunque incomode— sigue necesitando a alguien que sepa lo que está haciendo.

#2 — LA MUERTE DEL CRITERIO

«Pensar es olvidar diferencias, es generalizar, abstraer». — Jorge Luis Borges

El criterio solía ser la capa invisible. Hoy es la ausente. En algún punto, decidir dejó de ser central. La selección reemplazó a la evaluación. La preferencia reemplazó al pensamiento. Y el diseño —en silencio— perdió filo.

La disponibilidad total anestesia la pregunta. Cuando todo es editable, nada se define. El proceso parece activo, pero el pensamiento es pasivo. La muerte del criterio no se anuncia. Se disfraza de eficiencia. De velocidad. De comodidad. De la posibilidad de avanzar sin fricción. Pero en la fricción vive el criterio. Sin ella, todo fluye... y todo se mezcla.

Las marcas empiezan a hablar con tonos prestados, a existir en formas prestadas, a repetir sin notar que repiten. Porque el criterio no es elegir lo que está. Es descartar lo que no debería estar. Y eso exige tensión. Contexto. Expe-

riencia. Un punto de vista que no viene preconfigurado. El sistema no elimina el criterio por la fuerza. Simplemente lo vuelve innecesario. Y cuando se vuelve innecesario, desaparece. El diseño no colapsa en el caos. Colapsa en el acuerdo. Y el acuerdo total es otra forma de silencio.

¿Estamos decidiendo... o simplemente aceptando?

#3 — EL DISEÑADOR REEMPLAZADO (O NO)

«Actúa como mortal en todo lo que temes e inmortal en todo lo que deseas». — Séneca

Las herramientas se multiplicaron. El ruido también. Lo que antes era una disciplina sostenida por criterio, intención y autoría, hoy se diluye en interfaces de opciones, presets y decisiones seguras. La promesa fue acceso. El resultado: saturación. Las plantillas no reemplazaron a los diseñadores. Los diseñadores que dejaron de pensar se reemplazaron solos. El sistema premia la velocidad sobre el sentido, la ejecución sobre la autoría, lo familiar sobre el riesgo.

En ese terreno, el rol del diseñador no desaparece: se divide. Algunos se vuelven operadores. Otros profundizan en lo único que ninguna herramienta puede replicar: criterio, tensión, mirada. Porque ninguna plataforma, por más sofisticada que sea, puede reemplazar la incomodidad de tomar una decisión que no viene predefinida. El reemplazo no es tecnológico. Es intelectual.

Cuando el diseño se convierte en una secuencia de elecciones, el diseñador se vuelve prescindible. Pero cuando el diseño es una posición —crítica, deliberada, incluso incómoda— entonces ninguna interfaz puede absorberlo. Esto nunca fue una guerra contra herramientas. Es una guerra contra la erosión silenciosa del criterio.

Y la verdad incómoda es esta: solo sos reemplazable si lo que hacés no requiere pensar.

#4 — LA CREDIBILIDAD COMO DISEÑO (O COMO FICCIÓN)

«Hay que enseñar a creer, pero más aún a no creer». — Macedonio Fernández

En una mesa de café imaginaria, mi IA sirve la charla: Marshall McLuhan pide contexto, Arturo Jauretche pide cabeza. Mientras tanto, alguien pregunta si comer burro es herejía o costumbre pendiente. El diseño siempre operó en un borde delicado: hacer visible lo invisible. Traducir, ordenar, dar forma. Pero

también aprendió a persuadir, a dirigir la mirada, a construir confianza. Y toda confianza no cuestionada es terreno fértil para la manipulación. Hoy el problema no es que el diseño mienta. Es que aprendió a parecer verdadero. Interfaces limpias, tipografías neutras, sistemas ordenados: señales de legitimidad. Pero la forma no garantiza el contenido. Solo lo encubre mejor. El diseñador ya no solo comunica. También valida.

¿Diseñamos para clarificar o para suavizar? ¿Para revelar o para hacer aceptable?

Cuando el diseño elimina toda fricción, también elimina la posibilidad de dudar. Y sin duda, no hay pensamiento. Tal vez el rol hoy no sea reforzar la credibilidad, sino exponer sus mecanismos. No hacer todo más claro, sino hacer visible qué lo vuelve creíble. Diseñar no es solo construir sentido. También es abrir la posibilidad de cuestionarlo. Porque si todo parece verdadero, nada lo es.

¿Cuánta de la credibilidad que consumimos está diseñada... y no pensada?

#5 — LA SUSCEPTIBILIDAD CORPORATIVA POR LA MARCA PERSONAL

«La gente se ríe de mí porque soy diferente y yo me río de ellos porque son todos iguales». — Kurt Cobain

Solo nunca pude.

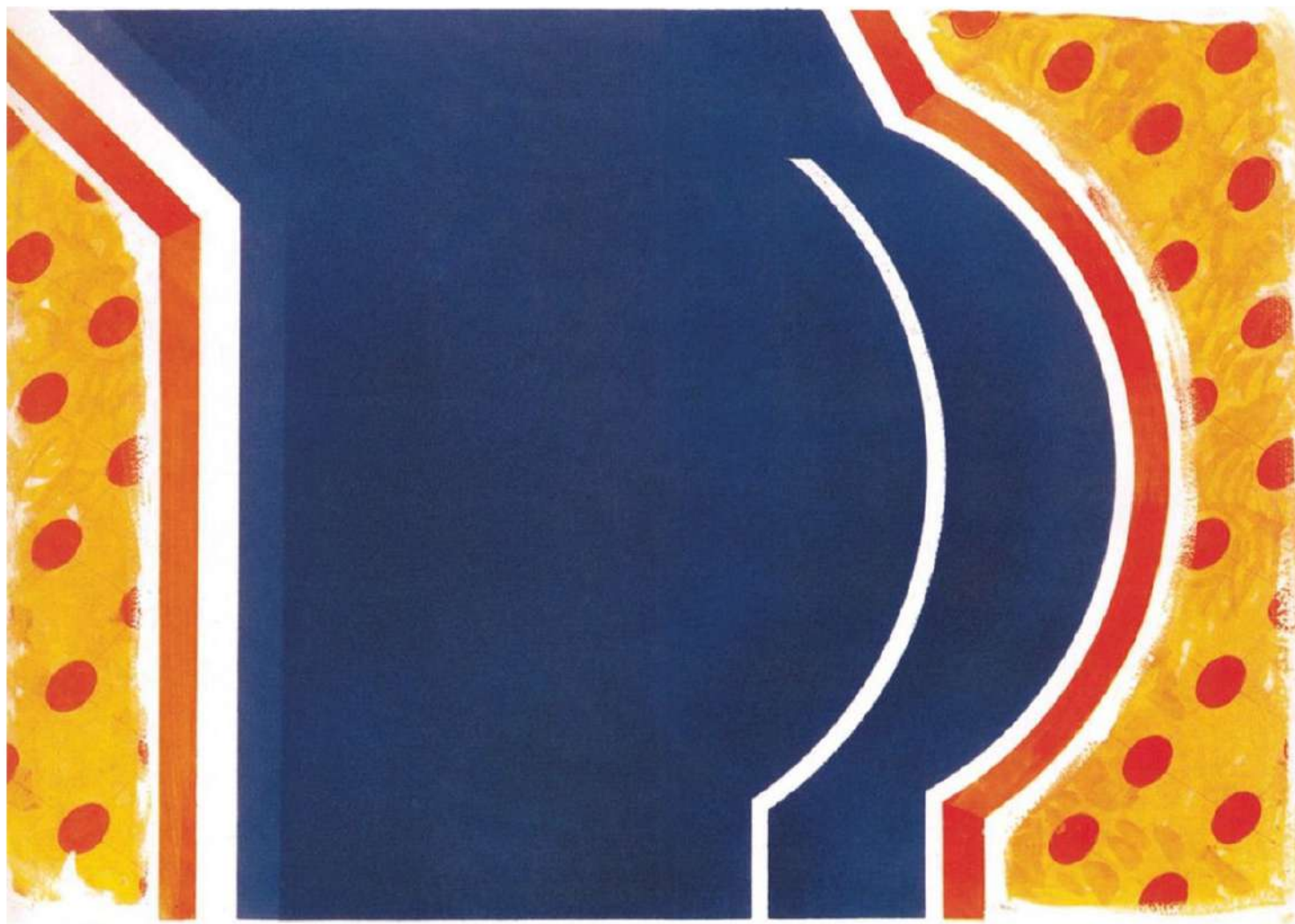
Cuando la digitalización de nuestros actos emocionales se homogeneiza, debemos humanizar nuestros impulsos en el territorio donde buscamos ecosistema. En ese acto de supervivencia aparece el gesto que nos hace únicos en una manada de lobos hambrientos. ¿De qué sirve mantenerse en una superficie donde se moraliza la corrección corporativa? ¿Por qué deberíamos ocultarnos en un sistema anquilosado de apariencias? ¿Cuál es el diferencial real que podemos promover? A veces pertenecer tiene sus privilegios, pero también sus inercias. Se nos inculca obedecer antes que perecer.

Escondarse en la corrección de una plataforma contiene el ímpetu y domestica la disidencia. Evitamos temas incómodos para no quedar fuera de un club al que, muchas veces, ni siquiera sentimos pertenecer. Ante ese estado de reglas implícitas, cierto impulso que transgreda lo establecido no solo es inevitable: es necesario. En un mercado voraz pero conservador, la diferencia no se negocia: se construye. Buscar la agilidad del verbo, la plasticidad de la metá-

fora, el manto sutil de la estética. Desarrollar ese diferencial en una parcela de cubículos modulares: un elemento perecedero, sí, pero propio. Único. Nacido desde las entrañas. Buscamos, entonces, indagar en lo profundo de una comunicación que sonorice una marca. Y allí subyace la marca personal: ese instinto que nos concede la pasión, esa convicción de que con nosotros la historia puede contarse distinto. El gesto auténtico que deja huella en un mapa saturado de formas repetidas. Ese acto singular que convierte la creencia en materia.

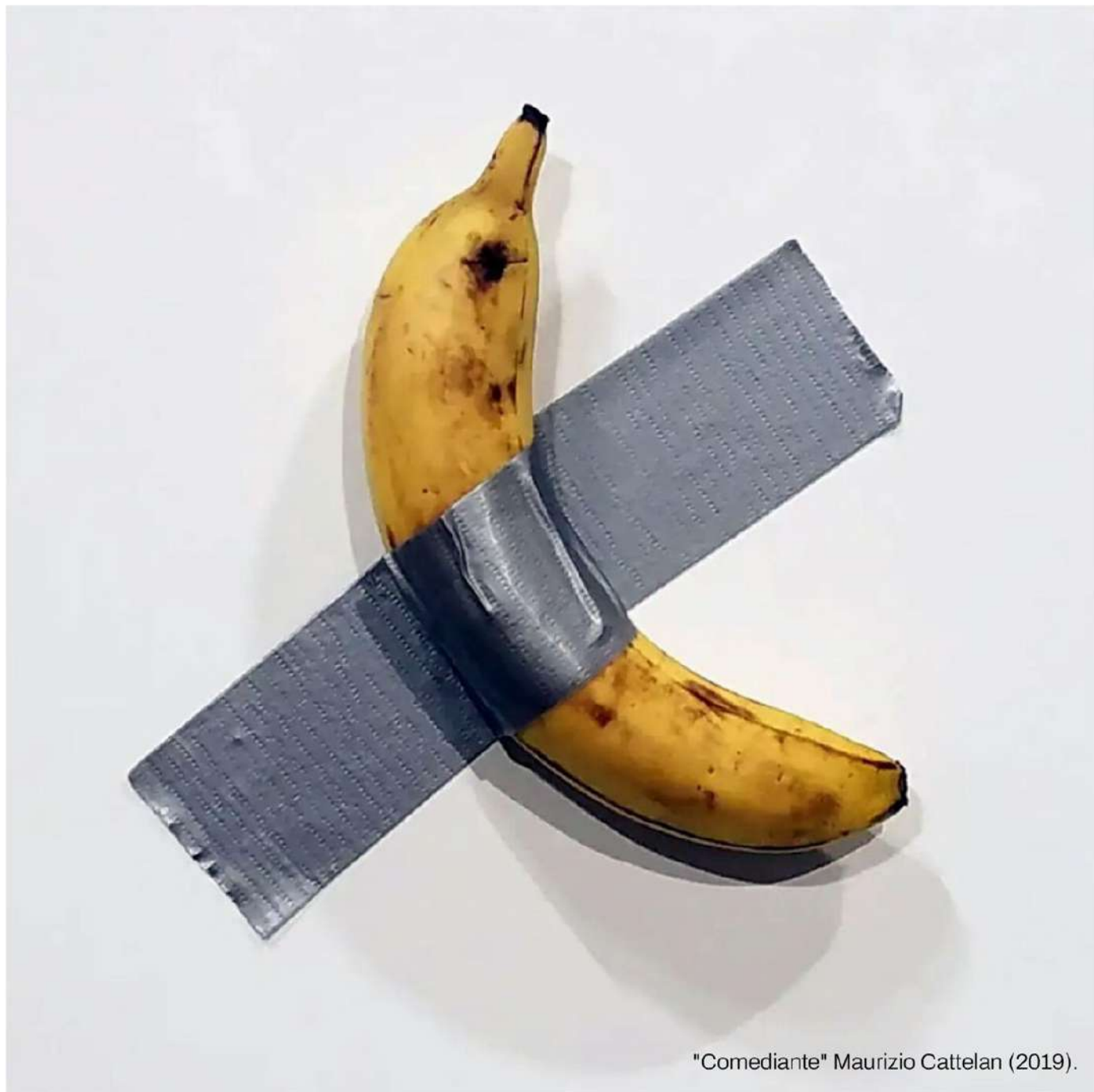
Una marca personal no es la arquitectura prolija de una tendencia, ni la fragancia que encubre lo que no se quiere revisar. Es la lectura minuciosa del carácter. Es el alfabeto invisible que ordena cada decisión. Es la autoridad que surge cuando cultura y criterio se combinan con coherencia en un mercado que ya no premia lo correcto, sino lo verdadero. Porque al final, en medio del ruido, no sobrevive el que mejor encaja: permanece el que se reconoce, se sostiene y se expone sin pedir permiso.

Continuará...



Virus. Superficies de Placer, 1987

Superficies de placer: pensamiento, diseño y decisión



"Comediante" Maurizio Cattelan (2019).

Plantillas: entre la comodidad y la renuncia | **Templates:** between convenience and surrender



"El Amanecer del Hombre (2001: Odisea del Espacio)" | Stanley Kubrick (1968).

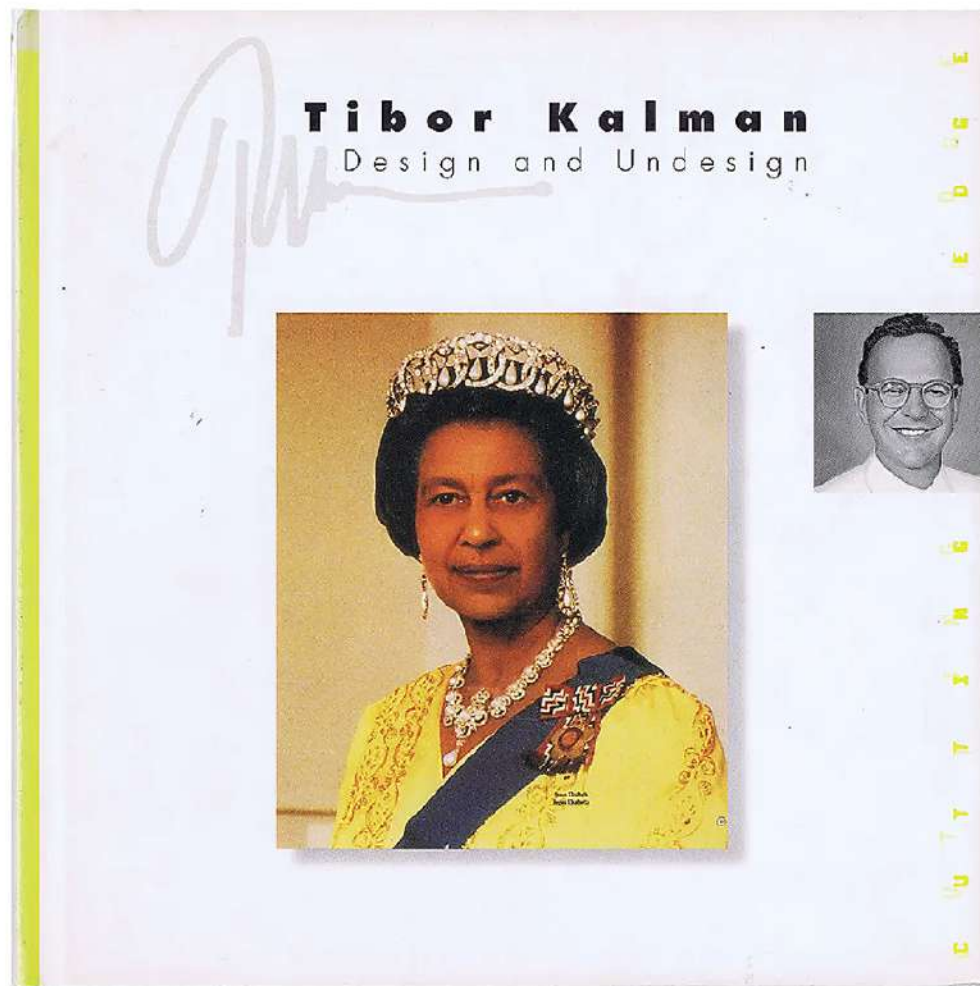
La ilusión del diseño accesible | The Illusion of Accessible Design

JOHN CAGE



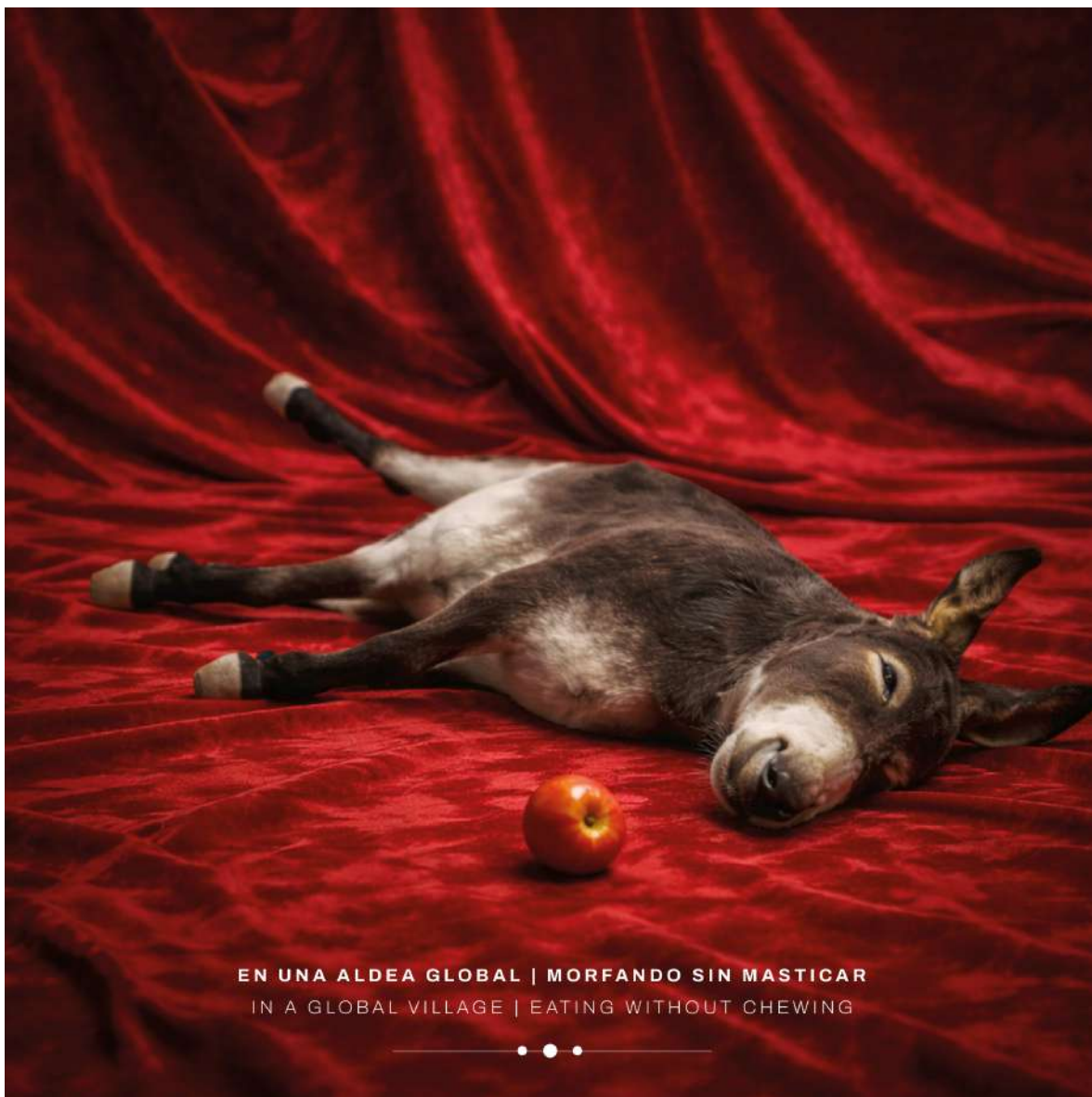
CRAMPS RECORDS

Music for Marcel Duchamp (1947) | John Cage (Arte de tapa original | Original cover art)
La muerte del criterio | The Death of Judgment



Tibor Kalman. Design and Undesign, Thames & Hudson, 1998
El diseñador reemplazado (o no) | The Replaced Designer (or Not)





EN UNA ALDEA GLOBAL | MORFANDO SIN MASTICAR
IN A GLOBAL VILLAGE | EATING WITHOUT CHEWING

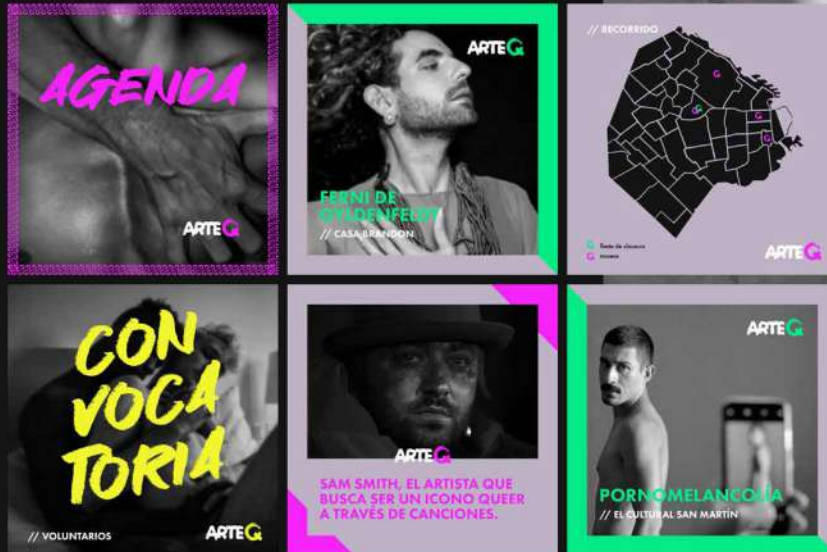




Personal logo

La susceptibilidad corporativa por la marca personal | Corporate Susceptibility to Personal Branding

// REDES SOCIALES



// IDENTIFICACIÓN



SIENTE
EXPLORA
QUEER

Laboratorio de Diseño V
Prof. ELENA ABUGAUCH

Desarrollo del sistema de identidad visual y la
estrategia de comunicación para
la organización asignada.

Estudiantes:
CLAUDIO ROJAS
FEDERICO BARMAT
LUIS GONZALEZ