

ENTREVISTA A VIOLAINE BARROIS



¡el ojo está totalmente
ANESTESIADO

por el Prof. Fabián Carreras



FUCK YUO
de Violaine Barrois

! Durante el mes de junio de 2019, la profesora y diseñadora gráfica francesa Violaine Barroise visitó nuestra Universidad y dictó para nuestra comunidad, talleres y conferencias sobre packagin e imagen experimental.



MIRALA

INSTAGRAM

VIOLAINE.PSD

BEHANCE

VIOLAINEBARROIS

WEB

[HTTPS://VIOLAINEBARROIS.COM](https://violainebarrois.com)

NECESITAMOS SER MÁS CREATIVOS PARA QUE NUESTROS DISEÑOS DESTAQUEN EN ESTE OCÉANO DE PÍXELES.

Violaine Barrois enseña diseño gráfico en la *Ecole Intuit.lab* y *Esdac Design School*

“Nacida y criada en el sur de Francia, estudié diseño gráfico en el Instituto Europeo *di Design* de Madrid, donde viví durante 5 años, luego me mudé a París para comenzar mi carrera como profesional independiente, hace 10 años.

A los 35 años, hago este trabajo con AMOR y dedicación y he tenido la suerte de viajar por todo el mundo y trabajar con algunos de los estudios más respetados de la industria.

Mi objetivo nunca fue ganar mucho dinero, sino trabajar en proyectos geniales, divertirme haciéndolo y seguir aprendiendo. El diseño gráfico siempre ha sido mucho más que un TRABAJO para mí “.

U: Hablanos un poco sobre tu trabajo profesional

V: Soy diseñadora gráfica freelance y docente en dos universidades en Marsella y *Aix-en-Provence*. Mis clientes freelance son principalmente en el ámbito del vino: diseño el packaging, las etiquetas y toda la comunicación para los *chateaux*. Es muy nicho y me gusta mucho porque es una industria local y un producto de patrimonio nacional. Además en Francia este sector está viviendo un momento muy especial, por influencia del resto del mundo: por primera vez se están empezando a ver etiquetas más modernas que las clásicas de hace 200 años. Es muy interesante cómo diseñadora aprender todos estos códigos clásicos -y son muchos- para luego tratar de romperlos, pero con inteligencia.

U: ¿Cómo fue esa experiencia trabajando en Estados Unidos?

V: Nada más acabar la carrera de diseño gráfico en el IED de Madrid, empecé mi trabajo como autónoma, y aunque había estudiado el diseño Print, lo que estaba en pleno auge era el Motion-Design así que me metí en esta rama y empecé a contactar los estudios de animación de Nueva York, Los Ángeles y Seattle y tuve el gran honor de trabajar con algunos como *Digital Kitchen*, *Superfad*, *Lobo* etc.... ¡Muy estimulante! Hice *styleframes* para la televisión (lo que llaman *broadcast design*) para ellos hasta el 2008, cuando pegó la crisis económica y cambio el business model de aquellas agencias y estudios.

U: A su vez sos docente, ¿cuáles son las materias en las que te desempeñas?

V: Doy clases de diseño gráfico, historia del diseño y publicidad. Me encanta ser docente, es una verdadera vocación: me mantiene al tanto y me es muy gratificante transmitir.

U: Desde tu punto de vista ¿que tipo de influencia tuvo la historia del arte en tu formación y como la instrumentas en tu trabajo profesional y como docente?

V: Para mí la historia del Arte es vital para un diseñador gráfico. Es imprescindible conocer las normas estéticas de las épocas anteriores para comprender las de nuestra época, y poder (intentar) crear diseños originales. Para mí estudiar la historia del arte es una manera de educar tu gusto personal, saber que te gusta y que no, y cuáles son tus obsesiones formales y temáticas...

U: ¿Que tipo de vínculos encontrás en el arte y el diseño?

V: Para mí es una sola misma cosa. De hecho, en Francia las llamamos Artes Aplicadas a todas las disciplinas del diseño.

U: En tus clases alentás a los alumnos a que exploren distintos estilos. ¿Podrías profundizar como es un trabajo práctico de estilo y que bibliografíaa sugerís?

V: Si me parece muy importante encontrar un lenguaje propio, y es difícil hacerlo cuando uno es joven y no se conoce muy bien aún. El mejor ejercicio para comprender esto es esforzarse en responder varias veces y con estilos distintos a un mismo *brief*. Cambiar de herramienta también ayuda. Responder a una consigna con *Photoshop*, y luego *Illustrator*, con lápiz, luego con tempera... Es un buen ejercicio para salir de su zona de confort.

U: Contanos un poco sobre tu proyecto de afiches desarrollado en Instagram.

V: Al llegar a Buenos Aires, conocí a Fabián Carreras con el que hablé mucho de nuestra profesión. Viene bien intercambiar con otros diseñadores ya que cuando eres *freelance* no tienes mucha oportunidad de trabajar en equipo. Me contó su proyecto de los 100 afiches y me dió la gana de empezar a producir en cadena. Yo aún no he encontrado mi estilo ni mis temas favoritos, así que me viene bien producir mucho, sin *brief* y sin pensarlo mucho. ¡Descubrí muchas cosas sobre mis gustos! Así que ponte al desafío: *30 days of type, a poster a day, type tues-day*, etc... ¡Son ejercicios geniales! Y son muy buenos para la regularidad requerida en *Instagram*

U: ¿Cuál es el concepto de gráfica de choque?

V: Bueno, hoy vemos más número de imágenes por día que nunca. Probablemente entre 4000 y 8000 por día cada uno. En *Apps* como *Instagram* o *Pinterest*, la ergonomía llamada *infinite scrolling* y los algoritmos hacen que nos pasemos el día entero *swipeando* y viendo centenares de imágenes sin emoción alguna: ¡el ojo está totalmente anestesiado! ¡Es imposible que esto no altere la producción de imágenes! Necesitamos ser más creativos para que nuestros diseños destaquen en este océano de píxeles. Creo que es algo bueno por lo general: aumenta nuestra exigencia.

LA ERGONOMÍA LLAMADA INFINITE SCROLLING Y LOS ALGORITMOS HACEN QUE NOS PASEMOS EL DÍA ENTERO SWIPEANDO Y VIENDO CENTENARES DE IMÁGENES SIN EMOCIÓN ALGUNA: ¡EL OJO ESTÁ TOTALMENTE ANESTESIADO!

U: ¿Cómo fue tu experiencia en Buenos Aires y que impresión te llevaste de la iconografía Porteña?

V: Increíble. No olvidaré nunca este viaje, fue muy emocionante relacionarme con toda la gente de mi profesión cómo me acogieron todos. Gracias a Sebastian Gallo y Rut Vieytes por darme la oportunidad de hacer un workshop. A Daniel Oteiza, por dejarme intervenir en su clase con mucha generosidad.

PORFOLIO VIOLAINEBARROIS.COM



WINE-LABELS FOR MILLENIALS

15

En el marco de las transformaciones en el consumo y el aumento –de más del 100% en los últimos 5 años– de la popularidad del Vino *Rosé* entre los *Millenials*, se realizó un *workshop* que tenía la finalidad de que los estudiantes de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual de UCES reflexionen sobre el *packaging* de ese producto y el *target* al que se dirige. Considerando que los *Millenials* constituyen un misterio para los analistas de marketing y que los asistentes forman parte de ese grupo social, la actividad buscaba fomentar en los estudiantes el análisis de sus propias formas de consumo y hábitos de compra.

El *workshop* tuvo una duración de 9 horas. Como conclusión de la actividad es preciso señalar que a diferencia del diseño en un ámbito como el del vino en Francia, caracterizado por el fuerte peso de la tradición, resultó muy refrescante ver cómo los estudiantes se apropiaron de los contenidos presentados sin prejuicios. Teniendo en cuenta que Argentina es tierra de vinos y que éstos forman parte importante de su cultura, los asistentes rompieron las reglas y produjeron diseños muy originales basándose en su propio modo de consumo. ¡El vino saca su carácter de la tierra donde crece la viña y los diseñadores también creamos poniendo la cabeza donde pisan nuestros pies!



CATÁLOGO DEL TALLER
Repositorio Institucional UCES