

El libro de Retazos 15: “Celebración de voces jóvenes de Venezuela, que piensan, se inspiran y crean, para hacer que otros piensen, se inspiren y creen”



Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información

por

Daniela Benaim

Proyecto Final de Carrera

Universidad Monteávila

2015

## **Derecho de Autor**

Quien suscribe, en condición de autor originario del trabajo titulado El libro de Retazos '15: “Celebración de voces jóvenes de Venezuela, que piensan, se inspiran y crean, para hacer que otros piensen, se inspiren y creen”, declara que: cedo a título gratuito, y en forma pura y simple, ilimitada e irrevocable para todos los territorios del mundo a la Universidad Monteávila, el derecho autor de contenido patrimonial que me corresponde sobre el trabajo señalado. Conforme con lo anterior, esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para la Universidad de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que ella así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar mis intereses y derechos morales que me corresponden como autor de la obra antes señalada. La Universidad en todo momento deberá indicar que la autoría o creación del trabajo corresponde a mi persona, salvo los créditos que se deban hacer al tutor o a cualquier tercero que haya colaborado, citado o fuere hecho algún aporte intelectual en la realización de la presente obra.

Autor(es)

Nombre: Daniela

Apellido: Benaim

En la ciudad de Caracas, a los 23 días del mes de marzo del año 2015

## **Agradecimientos**

Doy las gracias:

Por haber estado en el lugar correcto, en el momento correcto, como para toparme con personas inspiradoras, bellas, siempre dispuestas a colaborar.

Por tomar la increíble decisión de estudiar en una universidad que te da el espacio y las herramientas para empezar a crear desde el momento cero.

Por estar haciendo lo que amo, apreciar la verdadera belleza, buscar cada día ser un poco más yo, y plantearme cotidianamente metas más altas.

Agradezco:

A mis padres brillantes, que me impulsan a soñar, y me ayudan a bajar a la tierra para acompañarme a hacer realidad cualquier loca idea que me pase por la cabeza.

A la Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información, especialmente a Marianna Moreno, por toda la paciencia, disposición y atención; y recibirnos siempre con una sonrisa.

A Jonathan, por aplaudirme en mis mejores y aguantarme en mis peores.

A Yey, por siempre estar ahí incondicionalmente.

A Fátima Coelho, por su apoyo, consejos precisos, creer en mí y acompañarme en esta iniciativa.

A todos los profesores que a lo largo de estos cinco años me enseñaron a buscar la verdad, entender la libertad, y valorar la autenticidad; entre ellos, Carlos De Santis, uno de los colaboradores de esta publicación.

A Tata Hellmund, por las horas de ideas, inspiraciones y bosquejos; las improvisaciones y los madrugonazos; tal y como si ella estuviera haciendo también su Proyecto Final de Carrera.

A Andrea Ayala Tabosky, Claudia De Lima, Esther Goldman, Rii Morvay, Eda Nathan, Tomás Marín, Keana Lomazzi, Valentina Mora (Caffetina), Gabriela Pineda, Adriana Abramovits y Jihan Ramírez, por marcar con su sellito mágico y únicos mis inventos.

A Andrea García, María Valetina Mena Machado y Yanetzy Correa; que encontrándose en las mismas que yo, se tomaron un tiempo para compartir sus piezas.

A Isabella Cárdenas, por enseñarme de qué se trata el buen trabajo en equipo; y porque sin Retazo Caracas 2015, no hubiera sucedido nada de esto.

A todos aquellos que compartieron conmigo su gran talento: Simy Rodríguez Levy, Verónica Izaguirre, Caridad Zabala, Ruben Echeverría, Emiliana Lante, Victoria Bozo, Jade Zoric, Francisco Tavoni, Verónica Contreras, Ana Mazzei, Alberto Levy, Sasha Botbol, Sarina Hayón, Catherine Bendayan, Joette Cojocarú, Simón Hachuel, Karen Revai, David Revai, Daniel Almaleh, Jonathan Rodán, Stephanie Russo, Antonietta Badra, Luisana Duque, Clemy Levy, David Levy, Simón Elberg, Alán Walder.

Al *Vintage Fundaprocura* por prestarnos esas piezas únicas y hermosas.

## Tabla de Contenido

Resumen.....	viii
Introducción .....	11
Planteamiento del Problema.....	12
Objetivos .....	14
Objetivo general .....	14
Objetivos específicos .....	14
Ficha Técnica .....	15
Conceptualización y Sustento Teórico .....	16
Una colcha de retazos .....	16
Influencia: Rookie Yearbook .....	17
Características de <i>Rookie</i> . .....	19
El público de <i>Rookie</i> . .....	26
La dinámica de <i>Rookie</i> . .....	28
La estructura de <i>Rookie</i> . .....	30
Un producto para los <i>Millenials</i> .....	32
Aspectos principales de <i>El libro de Retazos</i> .....	35
Concepto Editorial. ....	35
Perfil del lector de <i>El libro de Retazos</i> . ....	36
Perfil del colaborador de <i>El libro de Retazos</i> . ....	37

Aspecto Editorial .....	38
Creación libre .....	38
Las colaboraciones.....	38
Metodología .....	40
<i>Rookie Yearbook</i> .....	40
Público.....	40
Estructura y estética. ....	40
Equipo. ....	42
Fortalezas y debilidades. ....	43
Revista DDA .....	43
Público.....	44
Estructura y estética. ....	45
Equipo. ....	46
Fortalezas y debilidades. ....	47
Blog Oh! Nena.....	48
Público.....	48
Estructura y estética. ....	48
Equipo. ....	48
Fortalezas y debilidades. ....	49
<i>CITIx60: New York</i> .....	49

Lo que toma <i>El libro de Retazos</i> .....	50
Contenido .....	51
Aspectos Gráficos.....	53
Portada .....	55
Publicidad.....	55
Aspectos Operativos .....	56
El equipo .....	56
Visión, misión y valores de <i>El libro de Retazos</i> .....	57
Visión.....	57
Misión.....	57
Valores.....	57
El modelo de negocio .....	57
Conclusión .....	58
Bibliografía .....	59
Anexos .....	67

#### Lista de Anexos

Anexo A: Material Retazo Caracas 2015 .....	68
Anexo B: <i>Nobody's Perfect</i> (Nadie es Perfecto).....	72
Anexo C: Entrevista a Ema Watson .....	74
Anexo D: Imagen de la página web Rookie Magazine .....	76

Anexo E: Tabla categorías de Rookie Magazine y tipos de artículos .....	78
Anexo F: Kit de Medios.....	82
Anexo G: Tabla Escritos y editoriales por tema Rookie Yearbook Two .....	85
Anexo H: Imagen de la página Web revista DDA .....	89
Anexo I: Imagen de la página web del nlog Oh! Nena.....	91
Anexo J: Tabla Categorías y secciones del blog Oh! Nena .....	93
Anexo K: Imagen del libro CITIx60 .....	96
Anexo L: Tabla bosquejo preliminar de las piezas y colaboraciones .....	98
Anexo M: Referencia de Rookie Tema " <i>Summer is ready when you are</i> ".....	102
Anexo N: Referencia de Rookie Tema " <i>Attention</i> " .....	104
Anexo O: Referencia de Rookie tema " <i>Faith</i> " .....	106
Anexo P: Referencia de Rookie temas " <i>Paradise</i> " y " <i>Passion</i> " .....	108
Anexo Q: Referencia de Rookie tema " <i>Play</i> " .....	110
Anexo R: Muestra de la publicidad en Elle Collections.....	112
Anexo S: Análisis de entorno y matriz FODA de <i>El libro de Retazos</i> .....	114
Anexo T: Modelo de negocio (CANVAS) de El libro de Retazos .....	117

#### Lista de Tablas

Tabla 1: .....	41
Tabla 2: .....	50
Tabla 3: .....	54
Tabla E4.....	79
Tabla G5: .....	86
Tabla J6:.....	94

Tabla L7: .....99

## Resumen

En vez de dirigirse a diversos públicos e intereses que son desatendidos, una gran parte de las revistas nacionales compiten entre sí por un mismo segmento de mercado. Es evidente además, lo poco que es tomada en cuenta una noción tan importante como la autenticidad, y el desvirtuado sentido de la belleza en los impresos producidos en el país. Mientras que en unos productos se presenta un canon idealizado y prácticamente inalcanzable de la mujer; se observa otro tipo de uniformidad que convierte en objeto el cuerpo femenino. Se encuentra un vacío de publicaciones venezolanas que atienden al público juvenil; y despierten la reflexión, el pensamiento y la conciencia, mediante contenidos y lenguaje inteligente y honesto.

Resaltan además, venezolanos talentosos de corta edad, tanto en el país como en el exterior, que deberían tanto figurar en las páginas de publicaciones, como encontrarse detrás de la realización de las mismas. En por ellos que para responder a ambas necesidades, se propone *El libro de Retazos '15*, una publicación basada en colaboraciones de jóvenes, dirigida a jóvenes; que busque inspirar a través de sus textos e imágenes; y que se fundamente en la sinceridad, autenticidad y belleza en un sentido genuino y real.

La principal fuente de inspiración y referencia de este Proyecto Final de Carrera, es *Rookie Magazine*, revista norteamericana *online*, con una edición impresa anual. Como metodología, se realizó un análisis comparativo de medios nacionales e internacionales similares, considerando a los lectores, estética y estructura, equipo, y las fortalezas y debilidades de cada uno; de manera de tomar de todos lo mejor, y presentar un producto de excelencia. Así mismo, se acudió a jóvenes creativos y talentosos para que fueran los primeros colaboradores; lo que resultó en un boceto preliminar de *El libro de Retazos '15*.

Palabras Clave: Impreso, autenticidad, collage, jóvenes, colaboraciones, inspiración.

## Introducción

Luego de realizar Retazo Caracas 2014, desfile de piezas elaboradas por talento venezolano a partir de ropa de segunda mano, a beneficio de la Fundación Uno Más, se quiso que el concepto englobara más. *El libro de Retazos* es una publicación anual impresa basada en colaboraciones, y dirigida a la juventud de este país. Para la realización de este proyecto se hizo una comparación de publicaciones similares, de manera de tomar lo mejor de cada una, y proponer un producto innovador. También, se acudió de manera informal a jóvenes, quienes con su talento, creatividad y pasión, empezaron a darle vida a la producción.

Las motivaciones detrás de esta iniciativa guardan una estrecha relación con intereses y metas personales y profesionales: (a) Combina la moda, el arte y la escritura; (b) representa un reto a la creatividad; (c) promueve la belleza de ser único y diferente; (d) constituye un encuentro con la labor de ser editora; (d) es una oportunidad de intercambiar con talentosos. Además, el concepto responde principalmente a tres necesidades: (a) La creatividad como punto de encuentro, pues tal proceso no debe ser aislado, sino comunitario; (b) la belleza de ser diferente y el valor de ser auténtico; y (c) la creación honesta y consciente.

Este Proyecto Final de Carrera está estructurado de la siguiente manera: Planteamiento del Problema, en el cual se presenta una brecha que se busca cubrir; Objetivos; Ficha Técnica; Conceptualización y Sustento Teórico, en donde se expone la principal referencia que inspiró a esta publicación y otras nociones; Aspecto Editorial, que engloba las políticas del libro; Metodología, la cual muestra el análisis comparativo realizado; Contenido, que enseña un primer bosquejo de la estructura de la revista; Aspectos Gráficos, abarca los elementos visuales; Aspectos Operativos, reúne aspectos estratégicos y del modelo de negocio; y finalmente, Conclusiones, que presenta una síntesis de los resultados y las expectativas a corto plazo.

## Planteamiento del Problema

Si bien es cada vez menor la cantidad de revistas internacionales de venta en el país, llama más la atención la poca variedad producida en Venezuela. En vez de dirigirse a diversos públicos e intereses que son desatendidos, una gran parte de las revistas nacionales compiten entre sí por un mismo segmento de mercado. En temas sociales se especializan *Etiqueta*, *Exclusiva*, *OK!*, *Caras* y *HOLA*. Por otro lado, *Complot Magazine* y *Ocean Drive* se dedican a la moda. Se aprecia que estos impresos se dirigen más que todo a un público selectivo de lectores adultos. *Ocean Drive* (2011) indica que lleva su mensaje a adultos contemporáneos VIP, que cuentan con acciones de clubs privados y gastan en productos exclusivos. *Etiqueta* entrega el 60% de su tiraje a una lista de nombres clave con alto poder adquisitivo (Revista *Etiqueta*, 2011). Cabe agregar que *OK!*, *HOLA*, *Complot*, *Caras* y *Ocean Drive* no son propiamente venezolanas; una parte de sus contenidos es producida en el exterior.

Es evidente además, lo poco que es tomada en cuenta una noción tan importante como la autenticidad, y el desvirtuado sentido de la belleza en las revistas impresas producidas en el país. Aunque plataformas digitales venezolanas como *DDA* y el blog *Oh! Nena*, ambas dirigidas a la juventud, sí tienen una concepción más pura y real de lo bello, con contenidos sinceros que promueven el pensamiento y la creatividad; se observan en las publicaciones impresas dos nociones diferentes, pero ambas erróneas, de la imagen de la persona. Mientras que en los productos mencionados anteriormente (*Ocean Drive*, *Etiqueta*, *Hola*, *Complot*) se presenta un canon idealizado y prácticamente inalcanzable de la mujer; se encuentra otro tipo de uniformidad que convierte en objeto el cuerpo femenino. Tal es el caso de la revista *Ronda*; en una de sus portadas se encuentra el titular “Diosa Canales enseñó hasta el alma”, acompañada por la imagen semidesnuda de la aludida (Revista *Ronda*, 2011).

En relación con lo anterior, amerita recalcar la carencia de impresos en el país dirigidos a jóvenes y que toquen asuntos realmente importantes con lenguaje inteligente; y no banalidades emitidas mediante vocabulario pobre y vulgar. Uno de las pocas publicaciones juveniles, Bravísimo, se enfoca en el mundo de los artistas y celebridades. En una edición protagonizada por Megan Fox de la revista Sexo Sentido (2012) aparece “Tengo 40 ¡Y estoy más buena que tú!”, “Si uno es bueno, pero cinco es mejor. ¡Eres multiorgásmica!”, “Magan Fox, perrunamente fiel”. Es preocupante que lo que se trate como crucial sea el cuerpo, el sexo y el chisme. Pareciera aún más alarmante la poca consonancia entre lo que se anuncia y lo que aparece. Bloque de Armas (2014) , empresa de la que forma parte este medio impreso, afirma que el éxito de Sexo Sentido se debe a que “es una publicación contemporánea, que destaca los valores de la mujer y la incita a superarse cada día en todos los aspectos de su vida”.

Por otro lado, en la cotidianidad, resaltan venezolanos talentosos de corta edad, tanto en el país como en el exterior. No muy conocidos, pero ávidos de expresarse y mostrar lo que crean, también ellos deben aparecer y estar detrás de las páginas de los impresos; no solo como buena influencia para la juventud, sino también para que se sientan identificados con los testimonios sinceros de otros; y encuentren en los mismos, consejos aplicables a experiencias propias.

A raíz de todo lo mencionado, se encuentra una brecha de revistas impresas venezolanas que atienden al público juvenil; y despierten la reflexión, el pensamiento y la conciencia, mediante contenidos y lenguaje inteligente y honesto; además de reunir a talentosos de diferentes áreas con distintas visiones. En consecuencia, se propone una solución que responde a ambas problemáticas, que consiste en la elaboración de una publicación basada en colaboraciones de jóvenes, dirigida a jóvenes; que busque inspirar a través de sus textos e imágenes; y que se fundamente en la sinceridad, autenticidad y belleza en un sentido genuino y real.

## Objetivos

### Objetivo general

Elaborar la propuesta editorial de “El libro de Retazos ´15: Celebración de voces jóvenes de Venezuela, que piensan, se inspiran y crean, para hacer que otros piensen, se inspiren y creen”.

### Objetivos específicos

1. Evidenciar la necesidad de introducir en el país una publicación dirigida a jóvenes que motive la creación, el encuentro con el otro, y el trabajo en conjunto.
2. Plasmar la necesidad de crear un medio venezolano que refleje la belleza de ser diferente y el valor de la autenticidad.
3. Establecer las características, secciones y aspectos estéticos de El libro de Retazos ´15.
4. Plantear una primera aproximación al modelo de negocio del proyecto de emprendimiento para producir y publicar El libro de Retazos ´15; que incluya, entre otros aspectos, una propuesta del equipo de talento humano que lo hará posible.
5. Presentar un bosquejo preliminar de colaboraciones inéditas (visuales o escritas) de jóvenes venezolanos, que reflejen el tipo de contenido que formará parte del El libro de Retazos ´15; conformado por una muestra de piezas interesantes y de calidad, que hagan referencia a diversas áreas de la cultura.

## Ficha Técnica

Publicación venezolana independiente basada en colaboraciones					
De jóvenes, para jóvenes, por jóvenes					
“Celebración de voces jóvenes de Venezuela, que piensan, se inspiran y crean, para hacer que otros piensen, se inspiren y creen”					
Autenticidad, pasión, conciencia, renovación, inspiración, universalidad, localidad, sinceridad, vanguardismo					
Arte, diseño, literatura, moda, cine, música, teatro			Reflexiones y experiencias personales		
Visual (forma): Editoriales fotográficas, tutoriales, ilustraciones, collages.			Escritos (fondo): Cartas del Editor, ficciones, entrevistas, confesiones, obsesiones		
Lectores		Entre los 15 y 35 años aproximadamente		Creativos, auténticos, curiosos, aspiración profesional, apasionados, sociales	
Modalidad: Impresa					
Periodicidad: Anual					
Lanzamiento: 2015					
Formato Carta		Papel opaco		Tapa blanda	
Estética tipo collage		Bordes y fondos distintos		Colores varían según capítulo	
<i>Times New Roman</i>		Títulos variantes (en cuanto a nombres y tipografías)		Tres columnas	
Imágenes: 300 dpi; PDF, TIF o EPS					
Edición 15 (Primera Edición, Año 2015)					
Capítulos	El místico placer de la nostalgia	Le digo hola al del espejo	El horror del día a día	Algunos lo llaman fe, otros le dicen magia	Las obsesiones de los incomprensidos

## Conceptualización y Sustento Teórico

### Una colcha de retazos

Para su proyecto de Servicio Comunitario, Daniela Benaim e Isabella Cárdenas, estudiantes de la Universidad Monteávila, decidieron emprender Retazo Caracas 2014; “un desfile de piezas únicas creadas por diseñadores y marcas venezolanas a partir de ropa de segunda mano, a beneficio de la Fundación Uno Más” (2014, pág. 9); la cual se dedica a la integración de personas con Síndrome de Down a la sociedad (Fundación Uno Más, 2008). En cada edición, el evento pretende destinar los fondos recaudados de la venta de entradas y de los trajes a una causa distinta.

La iniciativa se identifica con los siguientes tres pasos: Recolecta (cada quien puede ser parte mediante la donación de ropa, tela o materiales), renueva (reconstrucción de la indumentaria por los diseñadores), resalta (a través de la aceptación de la belleza individual y de no temerle a ser diferente) (Benaim & Cárdenas, 2014). Esta “experiencia evidencia que al igual que una prenda exclusiva resalta, el ser distinto es lo que destaca” (2014, pág. 2).

Adicionalmente, busca incentivar la sensibilización de la sociedad acerca de la ética de la autenticidad y la importancia de la motivación; y promover el encuentro comunitario, la solidaridad y la integración (2014) (Ver Anexo A).

El nombre del proyecto se le debe al profesor Rafael Tomás Caldera; quien al referirse al Pataruco de Rómulo Gallego, afirma que tal personaje, en su búsqueda por ser original “no compone elementos en la unidad de una sola obra de arte; cose una colcha de retazos” (2007, pág. 52). No obstante, sin haberles hecho mención de esta idea, algunos de los participantes llegaron por su cuenta a la misma conclusión, entre ellos, Andrea Rojas. La diseñadora de la marca Boneca, en esta primera edición, llevada a cabo el 23 de julio, en el salón de La Lagunita

Country Club, le comentó a Federico Dubuc de Hoy Qué Hay que “Caracas está hecha de retazos y, aunque sea vea raro, es lo que la hace diferente” (Dubuc, 2014).

Tal particularidad sigue caracterizando la forma de hacer y entender la cultura en nuestra ciudad. No obstante, el asunto no debe ser considerado del todo negativo, siempre y cuando se reconozca la pieza original de dónde vino el retazo; y se identifique el retazo en el producto nuevo que se creó.

A raíz de esto, se cayó en cuenta del potencial del concepto como una marca que además del evento, debía englobar más. Al fin de cuentas, Retazo Caracas 2014, más allá del desfile, fue el resultado del encuentro entre creativos; de la sinergia entre diversos ámbitos y formas de hacer arte; del aporte de talentosos de diferentes áreas (el diseño, la ilustración, la fotografía, la escritura, el periodismo, la música, las artes plásticas, y tantas otras).

Así se concibió la idea de elaborar una especie de anuario-revista que refleje esa misma esencia; una publicación con personalidad propia a partir de colaboraciones (retazos) de creadores diferentes y únicos de Caracas, sobre moda, arte, música, escritura, audiovisuales, o cualquier otra rama; y que incluya además, contenidos que concienticen sobre lo valioso de ser auténtico y de servir a la comunidad (solidaridad, cooperación, integración, etc.).

### **Influencia: Rookie Yearbook**

La idea de *El libro de Retazos* se inspira principalmente en la publicación anual impresa, editada por Tavi Gevinson. Con apenas 14 años, la chica de Chicago, Estados Unidos, anunció (2010) en su blog *Style Rookie*, el lanzamiento de una revista online independiente (en inglés), de adolescentes, por adolescentes y para adolescentes, basada en colaboraciones; que saldría al aire en 2011.

*On the note of that whole Internet thing, a great advantage to creating a magazine today is the access to talent and voice. This is supposed to have a "for the people, by the people" kinda vibe. We want to find the best possible group of people for this project, and a wide range of ages, styles, etc. (Gevinson, 2010)*

[En la nota de Internet, una gran ventaja de crear una revista hoy es el acceso a voces y talentos. Esto se supone que tenga la vibra “para la gente, por la gente”. Queremos encontrar el mejor grupo posible de personas para este proyecto, y un amplio rango de edades, estilos, etc.]

Rookie Magazine, explicó su fundadora en la primera Carta de la Editora, no pretende ser una guía sobre Cómo Ser una Adolescente; se trata de un montón de escritura y arte en la que los lectores creen y les gusta. Por eso, si bien las vivencias de cada persona son completamente particulares, para Tavi (Gevinson, 2011) hay ciertas experiencias, emociones y dificultades de ser jóvenes que son universales; y en eso se basa la plataforma: *“Rookie is a place to make the best of the beautiful pain and cringe-worthy awkwardness of being an adolescent girl. When it becomes harder to appreciate these things, we also have good plain fun and visual pleasure.* [Rookie es un lugar para sacar lo mejor del bello dolor e incomodidad vergonzosa de ser una chica joven. Cuando se hace más difícil apreciar las cosas, incluimos además el puro placer visual].

Dos años después, en la Carta de la Editora (*Editor’s Letter*) de la edición de julio de la publicación digital, la joven emprendedora trajo a colación un nuevo proyecto: la compilación del mejor contenido de ese primer año de *Rookie Magazine* en una versión impresa, un anuario.

*Rookie Yearbook One is basically a pretty (soooo pretty), tangible (totally tangible!) version of the best of the best of Rookie’s content from the school year, starting in*

*September 2011 and ending in May 2012, plus a few extra goodies (...)and more previously unseen contributions from Rookie friends.* (Gevinson, 2012) [*Rookie Yearbook One* es básicamente una hermosa (taaaan hermosa), tangible (totalmente tangible) versión de lo mejor de lo mejor del contenido del año escolar de Rookie, desde septiembre de 2011 hasta mayo de 2012, más unas cositas extras (...) y contribuciones inéditas de nuestros amigos].

Como el acceso a la página web es gratuito, Gevinson (2012) afirmó que el trabajo de producir el libro no iba a consistir simplemente en copiar y pegar los diferentes artículos; sino que se apoyarían de las oportunidades que brinda el papel para armar un producto especial y atractivo, pues ella cree en el poder del arte y la escritura que se pueden tomar con las manos.

Disponible para la venta en diferentes tiendas electrónicas y librerías, *Rookie Yearbook* ya lleva tres ediciones (una por año). La más reciente, lanzada en octubre del año pasado, reúne 352 páginas de artículos, entrevistas, collages, editoriales fotográficas e ilustraciones; además de contribuciones de Lorde, Dakota and Elle Fanning, Kelis, Sia y Shailene Woodley (Rookie, 2014).

### **Características de *Rookie*.**

Como principal fuente de inspiración de *El libro de Retazos*, conviene distinguir los principales aspectos y elementos de *Rookie (Magazine y Yearbook)* que se consideran clave para su comprensión; y que además llaman la atención e interesan para la elaboración de este Proyecto Final de Carrera.

### ***Una invitación al pensamiento.***

El éxito de Tavi Gevinson se debe en gran parte, a que detectó mediante su experiencia personal, un vacío en el periodismo dirigido a adolescentes. Antes de lanzar su propia

publicación, la joven compartió una carta dirigida a la revista Seventeen, en la cual mostró su molestia por un titular ("*The party drug that can make you fat & ugly*") [La droga fiestera que te vuelve gorda y fea] que habían incluido en la última portada. La crítica se basó en lo perjudicial de desalentar el consumo de sustancias nocivas, mediante la amenaza de que afectan la imagen y la figura de la persona (no su inteligencia o salud) (Gevinson, 2010). En ese escrito, reflejó el problema de la concepción de la belleza por los medios y la industria.

En una entrevista realizada por Kerry Folan para el portal web *Racked*, la fundadora de Rookie (Gevinson, 2012) dijo que si hubiera creído firmemente lo que se enunciaba sobre las relaciones amorosas y patrones estéticos en ese tipo de revistas para chicas, se hubiera vuelto loca. Así que tal y como se lo manifestó a Amanda Fortini (2011), de *The New York Times*, el contenido de su iniciativa respeta un tipo de inteligencia de los lectores, a diferencia de muchos otros artículos dirigidos a adolescentes que no lo hacen.

***La importante de ser uno mismo (y quererse en el intento).***

Ricardo Yepes Stork (1997, pág. 339) aprecia la autenticidad como “(...) la correspondencia entre el fenómeno que aparece y el fondo del que surge”. Se trata de “(...) la conciencia y posesión intencional de la realidad de la propia vida, y de su destino; vida vivida en vigilia y plena conciencia de lo que uno es y de su término” (pág. 340). Tomando en cuenta este concepto desde el punto de vista biográfico, el filósofo lo vincula con el “desarrollo de la vida, *única*, singular e intransferible, *personal*” (pág. 340). Así que implica también personalización, “poner un sello personal” (pág. 352).

El trato, las acciones y las obras personalizadas, los modos de personalizar en suma, están acompañados por el amor y la creatividad, dos usos de la voluntad que se unen para alumbrar la fecundidad humana. Personalizar es dar de lo propio, para humanizar las

cosas, para poner en ellas «un toque personal», sacado del núcleo íntimo sin que éste se gaste por ello, sino todo lo contrario, puesto que dar es propio de la persona, y dando ésta crece y se realiza como tal. (Yepes Stork , 1997, pág. 352)

Relacionado con lo anterior, en un artículo publicado en *Rookie Magazine*, Hazel Cills aclara sobre el verdadero sentido de ser uno mismo; un mensaje que considera constantemente malinterpretado. Expone que ser auténtico no debe verse como algo estático, resistente al cambio; sino como el esfuerzo logrado del auto-descubrimiento, de ser fiel con lo que se quiere y se cree en un determinado momento (2012).

En distintas manifestaciones de la publicación se encuentra presente este tema, pero desde una visión realista, sincera y que entiende que no siempre hay certezas. Se trata de jóvenes que, tal y como le sucede a los seres humanos en diferentes etapas de la vida, no están completamente seguros de quiénes son y hacia dónde van; se permiten tener dudas; y son conscientes de que aceptarse no es igual a pensar que son perfectos, o nunca fallar. En *Rookie Yearbook Two* aparecen varios ejemplos al respecto:

- “*Literally the best thing ever: Daily Affirmations*” (Literalmente lo mejor del mundo: Afirmaciones Diarias). Pixie Casey a través de sus propias vivencias, explica la importancia de complementarse a uno mismo con mensajes positivos (2013).
- *Nobody’s Perfect* (Nadie es Perfecto). El sumario de este artículo escrito por Rachel Prokop (2013) expone con claridad de qué va el mismo: “*It took me a long time to realize that included me*” [Me tomó un largo tiempo darme cuenta que eso me incluía a mí] (Ver Anexo B).

Cuando la reportera Andi Zeisler le preguntó si consideraba a *Rookie* como un medio aspiracional, Gevinson contestó que sí lo era en cuanto a ser integral y auténtico; pero no en el

sentido de verse súper excéntrico como Lady Gaga. Compartió además su preocupación por las chicas que acudían a ella por no sentirse especiales, cuando lo que debería importarles es ser amables (2013). Para agregar, argumentó que la descripción de la página web es simplemente “(...) for teenage girls” (para niñas adolescentes) porque no quieren generar la sensación de exclusividad de un club, ni fijar un parámetro de lo *cool*.

***Conciencia creativa (la reflexión como materia primera de la creación, y viceversa).***

Jane Pratt, quien fue directora editorial de *Sassy*, una revista de adolescentes muy revolucionaria en los noventa, y principal referencia a la hora de crear *Rookie*, compartió con Tavi un consejo de gran valor. Le sugirió que un cierto tipo de conciencia esté permanentemente inmersa en su iniciativa, a diferencia de aquellas otras publicaciones que de vez en cuando llamaban la atención porque incluían una pieza sobre un país del Tercer Mundo (Gevinson, 2013).

La directora editorial de *Rookie Magazine* siguió el consejo. Mensualmente, son publicadas piezas que albergan una gran profundidad; pero no por la complejidad de sus términos, o por el grado de experticia de sus creadores, sino porque llaman a la reflexión y conmueven. Entre este tipo de artículos, aunque hay muchísimos, cabe mencionar “*On Containing Multitudes*”, una conversación entre dos chicas acerca de cómo su origen multicultural ha afectado, para bien y para mal, su vida en Estados Unidos (Lodi & Duggan, 2012); y “*Shadow of a Doubt*”, en el cual una niña abusada sexualmente, y que unos cuantos tacharon de mentirosa, habla sobre la importancia de creer a las víctimas que hacen esta clase de confesiones (Meredith, 2015). Es fundamental traer a colación otro caso de una de las colaboradoras de *Rookie*. Marah, de 18 años, vive en una ciudad asediada de Siria, y escribe bajo

un seudónimo, apoyada por la organización Syria Deeply, y con ayuda para traducir sus textos al inglés. En este fragmento, habla acerca de la fealdad del ser humano que ha presenciado.

*My city was filled with bad people who had lost their humanity, who didn't care about a child going hungry or being cold, and who didn't care that the blood of innocent people was being shed as they blindly followed their greed for money and wealth. (Marah, 2015)*

[Mi ciudad estaba llena de gente mala que ha perdido su humanidad, que no les importa que un niño pase hambre o tenga frío, ni que la sangre de gente inocente sea derramada mientras siguen ciegamente su codicia de dinero y riqueza].

### ***El derecho a ser vulnerable.***

En estrecha relación con el punto anterior, los colaboradores de esta revista no pretenden ocultar sus debilidades, ni mostrarse como superhéroes; todo lo contrario. Saben sacarle provecho a las caídas y tiempos menos felices; no solo desde el punto de vista de su fortalecimiento o aprendizaje personal, sino además, como impulso creativo para ayudar a otros en circunstancias similares. Incluso, personas con una destacada trayectoria, como Emma Watson, han compartido con *Rookie* sus debilidades y momentos de inseguridades (Ver Anexo C).

*So when I explain that I have moments when I feel dark or insecure, I understand how it might not really ring true, because there's this weird double-life thing I have going on. (...)I so identified with that feeling of, like, "I don't feel accepted by this particular group of people, therefore there's something wrong with me." And actually that isn't the case. The world, especially when you get to college, really opens out, and things do get better. (Watson, 2013, págs. 310-315)*

[Entonces cuando explico que tengo momentos en los que me siento oscura e

insegura, entiendo que no suene a verdad, porque está el extraño asunto de la doble vida que tengo (...) Me identifiqué tanto con ese sentimiento de “No me considero aceptada en ningún grupo en particular, entonces hay algo que está mal en mí”. Y ese no es el caso. Cuando vas a la universidad, el mundo se abre y las cosas mejoran].

La actriz comentó a la revista NYLON que cuando conversó con la creadora de *Rookie*, una chica incluso más joven que ella, que tuvo que ser llevada por su papá a la entrevista; se abrió como no lo había hecho con ningún otro periodista, debido a la vulnerabilidad, trasfondo en común, autenticidad y serenidad de Tavi. A partir de ahí, se ganó su confianza y comenzaron una relación estrecha (Nylon, 2014).

Por su parte, Gevinson (2013, pág. 11) expone en su carta introductoria de *Rookie Yearbook Two*, que Sofia Coppola le expresó que su fascinación hacia los personajes adolescentes parte de que tienen tiempo para ser introspectivos; un lujo que no cabe en la vida agitada y llena de preocupaciones de los adultos.

Así que muchos famosos, desde una forma honesta, han aprovechado a través de *Rookie*, su puesto privilegiado para representar ejemplos sanos y transmitir mensajes positivos. Y las personas en el proceso de dar a conocer su trabajo, pueden también convertirse en una influencia e inspiración saludables.

Sobre este asunto, Tavi le afirmó a Dan Casey que si bien lo que buscan es generar un efecto positivo en los lectores, no pueden escribir buscando eso, sino que sale solo, siempre y cuando se realice una labor genuina. Y el resultado no tiene que consistir en lograr en alguien un cambio de grandes dimensiones; puede ser hacerlo reír, motivarlo a intentar algo que le asusta,

inspirarlo, alegrarlo, o ayudarlo a entender que no debe sentirse inseguro por eso que lo incomoda (Gevinson, 2013).

### ***Una comunidad heterogénea.***

Hay un artículo en *The New York Times* llamado “*Tavi and the Taviettes*” que trata sobre cómo este proyecto ha fomentado a las jóvenes a crear comunidades de fortalecimiento mutuo y autodeterminación. Esto en contraposición con la competencia y rivalidad que se promueven hoy en día (Abel, 2014).

Sin embargo, *Rookie* no espera imponer una sola visión, ni llamar únicamente a cierto perfil de público o colaborador; ni siquiera todos son adolescentes, hay una sección en la que hombres adultos aconsejan sobre un tema. Una de sus editoras, Alani Anaheed, periodista de 43 años que trabajó como sub-editora *freelancer* para el *The New York Times Magazine*, acentuó en una entrevista llevada a cabo por Liv Siddall, que les gustaba tener un amplio rango de voces y estilos para abarcar la mayor cantidad de visiones posibles (2012).

### ***El placer inspirador.***

Según Gevinson, *Rookie* (2013) intenta hacer un balance entre un contenido más sustancial sobre temas menos hablados, y otro más liviano de collages, sesiones de foto y *DIY* (hazlo tú mismo); pero siempre bajo los mismo principios. La directora demuestra ser una experta en combinar lo mejor de varios mundos (lo digital y lo impreso, la forma y el fondo, lo pop y lo independiente, lo femenino y el feminismo).

Tavi argumentó en *The Business of Fashion*, que lo que le ayudó a desarrollar un sentido editorial, necesario para emprender su proyecto, fue escribir todos los días, coleccionar imágenes y llevar un registro de sus estilismos (Gevinson, 2012). En otra oportunidad, le confesó a Casey, que para ella existen dos partes de ejercer su labor: el trabajo en sí (asignar contenidos, diseñar el

libro, realizar la dirección de arte, etc.); y el trabajo que tiene que cumplir para asegurarse de seguir disfrutando lo que hace (ver una película, estar al aire libre, escuchar un disco); y en medio del estrés, recordarse de lo que la llevó un día a comenzar todo eso (2013). Y este mismo mensaje lo busca transmitir a sus lectores.

La fundadora de *Rookie* le escribió a Eva Wiseman de *The Guardian* que vio la necesidad de que las páginas del anuario estén adornadas de garabatos y escarcha. Estos recursos no se pueden apreciar en una pantalla, y ayudan a sentirse mejor en tiempos de ansiedad y crisis (Gevinson, 2012).

### **El público de *Rookie*.**

Si bien *Rookie* no busca limitarse a un estereotipo de adolescente, ciertamente predominan los lectores con valores e intereses similares a la fundadora; personas que consideran que no encajan en el típico molde. Según Michael Schulman de *The New York Times*, este medio atrae a un tipo de admirador precoz con mentalidad independiente; y con sentido estético influido por la nostalgia de los noventa, el *DIY* (hazlo tú mismo), y la fascinación por el personaje indiferente de Daria (2012).

La audiencia de la publicación es representada por la misma Gevinson (2011), tal y como ella lo afirmó a Amanda Fortini de *The New York Times*; lo que se corrobora en la historia de la creadora de *Rookie*, una chica que como cualquiera de sus lectoras atravesó por circunstancias típicas de una adolescente. En una entrevista a la revista *Russh*, ella contó que en el colegio intentó ser “normal” y no funcionó; así que decidió irse en la dirección opuesta, vestirse como una “rara” y ser una “rara”. Así que su blog se volvió su refugio en la Secundaria, una época de grandes contradicciones; era atacada en la escuela por su ropa, y luego le tomaban fotos en la Semana de la Moda por su estilo. Fue en el salón de clases cuando se dio cuenta de

que las excéntricas del fondo se habían convertido en más inspiradoras para ella que las personalidades; y sus revistas favoritas eran las que le recordaban a esas niñas (Gevinson, 2014).

Por lo tanto, no es fácil separar la marca de su creadora. Si bien esto es positivo por generar vinculación entre los lectores y el producto, y porque Gevinson constituye una buena influencia para los jóvenes; no hay que dejar de lado que existe una preocupación acerca del mantenimiento de *Rookie* en el tiempo (Tavi no será siempre una adolescente). A su vez, algunos acusan a *Rookie* de representar a una minoría privilegiada. Jordan Larson, en un trabajo titulado “*Notes on a Rookie*”, expone que la publicación ha creado una marca, distinguida por su propia uniformidad; y que se enfoca en un solo grupo (clase media alta, joven, educada, de niños blancos en su mayoría, interesados por la Alta-Costura, materiales reusados y lo alternativo) (2013).

No obstante, en su defensa, ninguna empresa de comunicación abarca a la totalidad de un público. El valor de *Rookie* está en haber reunido a jóvenes introspectivos, creativos y talentosos. Según la descripción que acompaña al *Yearbook* en Amazon, para su segundo aniversario, se habían registrado 450 mil usuarios y 1,2 millones de visitas mensuales a la página, con 205 mil seguidores en Tumblr (Amazon, 2013).

A pesar de tratarse de un producto norteamericano, con valores y características que en su mayoría reflejan el estilo de vida de esa nación; no se puede dejar de lado el hecho de que se está hablando de un medio en la era de la globalización e información. Sin importar el lugar en donde se encuentre la persona, puede acceder desde su casa a la revista digital. Por su parte, el anuario, se distribuye también en Europa, Australia, Suráfrica y Latinoamérica (no en Venezuela). Así que la diversidad cultural se aprecia entre sus lectores. Al respecto, Tavi (Gevinson, 2012) no cree que existan enormes diferencias entre chicas de diferentes áreas del

mundo; las cuestiones de la amistad, relaciones, familia, problemas, acoso, no se limitan a Estados Unidos; y los gustos e intereses no son específicos de un solo lugar geográfico, pues se toman de las películas, Tumblr, etc.

Por otro lado, sin buscarlo, esta publicación ha trascendido a la audiencia adolescente. Amanda Hess (2012) de la plataforma *Slate*, publicó un artículo llamado “*Why Twentysomethings Love Rookie?*” (¿Por qué las de veintitantos aman *Rookie?*), en el cual comenta que una amiga le dijo que se sentía atrapada por cuestiones que debió aprender a los 17 años. Lo positivo está en que este efecto no ha influido en el concepto editorial.

En su reseña de *Rookie Yearbook Two*, Kim O’Connor (2013) argumentó que la perspectiva de Tavi es juvenil, pero su sensibilidad, eterna. Agregó además, que es reduccionista decir que el valor del producto yace en que está hecho por una niña; que los adultos no deberían acudir a *Rookie* por nostalgia o para hacer catarsis, sino por su singularidad.

### **La dinámica de *Rookie*.**

Sin necesidad de suscripción y de forma gratuita, es posible disfrutar de los contenidos de la plataforma (la publicación anual impresa sí se encuentra a la venta), elaborados tanto por un equipo fijo (editores, fotógrafos, videógrafos, diseñadores, programadores, periodistas, etc.), como por los colaboradores. Todos ellos poseen libertad editorial y son dueños de su material (*Rookie*, 2015).

Cada mes es lanzada una edición con un nuevo tema; esto con el objetivo de asegurar que haya cierta relación o fondo en común entre todas las piezas recibidas. Por ejemplo, en enero de este año, la página principal de la plataforma informaba que el asunto correspondiente a febrero sería “*Acting Out*” (el mal comportamiento), junto con las glorias e inconvenientes que eso trae consigo (*Rookie*, 2015).

Tal y como se mencionó anteriormente, para este medio es un valor vivir la vida: salir, estar al aire libre, inspirarse, culturizarse. Es por eso que a pesar de su éxito, la página web publica nada más tres veces al día: después del colegio, luego de la cena, y antes de dormir (Rookie, 2015); para así estimular a la audiencia a aprovechar plenamente cada día; en vez de estar conectadas por horas a una computadora. Su rentabilidad se apoya en la publicidad. No obstante, no mantienen obligaciones con ningún anunciante (Rookie, 2015).

Con una Editora en Jefe que lleva las riendas de la revista desde los 15 años, es evidente que no se trata de una empresa tradicional. Tavi Gevinson, sin renunciar a su educación, se las ingenió para crear y dedicarse a su proyecto; y así, dividió su vida entre el colegio y *Rookie*. Cuando invitó en su blog a ser parte de este proyecto, antes de recibir 3.000 correos de gente interesada, comentó que no se trata de un trabajo a tiempo completo; y que no hay restricciones de género o edad, ni es necesario vivir en Estados Unidos (Gevinson, 2010).

A raíz de lo anterior, los creadores de *Rookie*, aunque norteamericanos en su mayoría, representan una diversidad de lugares y culturas del mundo; y se encuentran a kilómetros de distancia de separación (en Nueva York, Seattle, Chicago, México D.F., Johannesburgo, Melbourne, Toronto, Londres, Estocolmo, Beirut, Poznán, etc.; y hasta en una de las ciudades acosadas de Siria). Sumado a esto, una parte de ellos todavía estudia; y son de diversas edades (adolescentes y adultos trabajan juntos). Por ello, es una labor pensada para hacerse desde la casa, bajo la administración propia del tiempo.

A principios de mes, la directora envía al equipo un *moodboard* (collage que evoca un concepto, estilo o emoción; con sus colores, temas, tipo de música), como imaginario de referencia de lo que será el próximo tema. Cada noche, revisa todo el material antes de que salga

el día siguiente; anota las últimas correcciones, cambia algunos titulares, ordena las fotos y sube todo a *Wordpress*; además de escribir artículos propios (Gevinson, 2012).

Por su parte, *Rookie Yearbook*, que comprende solo una edición anual con lo mejor de esos 365 días, más algunas piezas inéditas, funciona bajo otra dinámica. Gevinson manifestó que cada día elabora una lista de lo que fue subido a la página y balancea; selecciona lo que quisiera que formara parte del anuario, y descarta el resto; de forma que va generando un archivo. Si un mes reciben contenido de más, le dan prioridad para esa fecha a las piezas que saben que van a querer publicar en el libro y van mejor con el contenido de ese período; en vez de guardarlas para el tema siguiente. No obstante, aunque no le agrada, a veces termina publicando un artículo que no entró en un plazo, en el siguiente; y en el libro lo mueve de vuelta a la sección con la que más se relaciona (Gevinson, 2013).

Sonja Ahlers, quien trabajó en el diseño de la primera edición impresa, comentó que el equipo está en tal sintonía, que el proceso de producción fue muy rápido (seis semanas). Ella se dirigió a Montreal para trabajar con la editorial; mientras Tavi, que estaba en una gira de la revista, guiaba la dirección artística por email (Anaheed & Ahlers , 2012).

### **La estructura de Rookie.**

El portal de *Rookie* se apoya en las ventajas de la Web 2.0 para presentar diferentes tipos de publicaciones: ensayos, fotografías, ilustraciones, comics, poemas, historias, videos, entre otros (Rookie, 2015). Cada mes es lanzada una edición con un nuevo tema; esto con el objetivo de asegurar que haya cierta relación o fondo en común entre todas las piezas recibidas. Por ejemplo, en enero de este año, la página principal de la plataforma informaba que el asunto correspondiente a febrero sería “*Acting Out*” (el mal comportamiento)”, junto con las glorias e inconvenientes que eso trae consigo (Rookie, 2015).

La página está diseñada para facilitarle al usuario el acceso a secciones de su interés. Si bien al ingresar a *Rookie*, en el área principal, se encuentran las publicaciones más recientes, también aparecen otras opciones para que la persona lleve a cabo una navegación más personalizada por el sitio; de forma que se puede buscar por: (a) Categoría (secciones fijas de la revista), (b) *Hashtags* (etiquetas que identifican a cada artículo), o (c) Edición (tema mensual) (Rookie, 2015) (ver Anexo D).

La clasificación por categorías de *Rookie* es exclusiva de la plataforma online; las piezas en el *Yearbook* no están divididas por estas secciones, sino en doce capítulos equivalentes a los doce temas mensuales de ese año del portal digital (correspondiente a la búsqueda por edición recién mencionada). No obstante, el lector del anuario se encuentra con un contenido diverso, rico y variado; y aunque para él no sea algo evidente, eso es el producto de un criterio de selección que se preocupa no solo por concentrar lo mejor de cada mes en sus páginas, sino también por lograr una representación significativa de cada una de las categorías del medio online en el libro.

En consecuencia, si bien este Proyecto Final de Carrera consiste en la propuesta de una revista de modalidad impresa, se considera necesario conocer las categorías del portal de internet, y los tipos de artículos que se repiten dentro de cada una (Ver Anexo E); con la intención de tener una noción de los diferentes contenidos que se deben tocar en la publicación. Con esto se pretende estructurar un libro que sea lo más integral e interesante posible.

Se puede notar que *Rookie Magazine* es algo subjetiva y no muy precisa a la hora de insertar una pieza en una de las categorías vistas. Un artículo muchas veces tiene que ver con varias secciones, entonces dónde va a ir insertado depende únicamente de las decisiones del

equipo. Por ejemplo, “*Why Can’t I Be You: Emily Serpico*”, realizado por Julianne Escobedo, se encuentra en “*Movies + tv*”; pero por tratarse de una entrevista a una experta en efectos especiales de maquillaje y elaboración de pelucas para cine, también pudiera entrar en “*Style*” o “*Eye candy*” (2015).

### **Un producto para los *Millenials***

Se considera importante conocer ciertos aspectos generales de los jóvenes de esta generación, a quienes *El libro de Retazos-Edición '15* se pretende dirigir. De esta forma, se entenderá la necesidad detectada de insertar en el mercado venezolano una publicación impresa para el público juvenil; en donde se complementen lo visual y lo escrito; con contenido creativo e inspirador; que invite a sus lectores a convertirse en los personalizadores de esas páginas, y a compartir con otros sus pasiones. Si bien la información consultada no se refiere al caso de Venezuela, se considera que en un mundo globalizado las características de los *Millennials* o Generación Y traspasan fronteras.

#### ***Generación empática***

Sam Tanenhaus (2014) ubica a los *Millennials* o Generación Y, en su artículo “*Generation Nice*” (La Generación Amable) de *The New York Times*, como los nacidos después de 1980 y antes de 2000. Este autor, a través de una frase de Hannah, personaje interpretado por Lena Dunham en la serie de *HBO Girls*: “*People have been calling me a narcissist since I was 3*” [La gente me ha llamado narcisista desde que tengo tres años]; trae a colación que este grupo es consciente de ser percibidos como egocéntricos ensimismados. Para rebatir esta idea, acude a una investigación realizada por el *Pew Research Center*, en la que esta generación es calificada como “*Confident. Connected. Open to Change*” [Segura. Conectada. Abierta al Cambio].

Lo que tal estudio encontró en ese grupo de personas es más un sentido de comunidad y menos individualismo. “*And its highest value isn't self-promotion, but its opposite, empathy — an open-minded and -hearted connection to others*” (Tanenhaus, 2014) [Y su valor más alto no es la auto-promoción, sino su contrario, la empatía-una conexión con otros desde el corazón y la apertura de mente].

### ***Generación creativa.***

De acuerdo con *Millennial Marketing* (2010), la conocida como Generación Y se distinguen por su sofisticación visual y apreciación del diseño; escogen productos con base en su funcionalidad y estética. Según este blog, tales jóvenes deberían ser identificados por la letra “C” de creativos; el más escogido cuando les pidieron a mujeres en sus veintes que seleccionaran de una lista de valores los tres que mejor las describieran. Relacionado con esto, las personas referidas tienen una alta necesidad de expresión, de personalización (*customize*) y de compartir pasiones con otros. “*I have long maintained that the motivation behind Social Media is less about the need to be social than it is about self-expression (some say narcissism, but I disagree)*” (Millennial Marketing Production, 2010) [Ya llevo tiempo afirmando que la motivación detrás del Social Media trata menos de la necesidad de ser social que de la expresión (algunos dicen que narcisista, pero no estoy de acuerdo)].

Al respecto, Tanenhaus (2014) comenta que esta generación ha buscado su propia forma de emprender. Han rechazado las cómodas ventajas de trabajar en una corporación, y se han sumergido de manera arriesgada, aventurera y optimista, en un amplio rango de especialidades creativas que pueden ir desde el estilismo hasta la tecnología, por solo mencionar algunas.

### ***Generación que ama su trabajo.***

El autor de *The New York Times* (Tanenhaus, 2014) mencionó además, que un reporte del *Brookings Institute* asienta que un 64% de los *millennials* consultados comentaron que preferirían ganar 40.000 dólares al año haciendo algo que amen, que 100.000 en un empleo aburrido. Por otro lado, *SAP Blog* para la revista *Forbes México* (2014), comentó que para los *millennials* el trabajo es un placer, pues sus metas están estrechamente relacionadas con la “necesidad de autorrealización y de crear algo que permanezca en el tiempo (...) si bien son muy dedicados y responsables, tienen una fuerte necesidad de dirigir sus vidas y de manejar sus tiempos”.

### ***Generación que lee libros.***

Por otro lado, Michael S. Rosenwald en *The Washington Post* (Rosenwald, 2015) publicó que los nativos digitales preferían leer impresos. Encuestas a productores de libros, dueños de librerías y estudiantes universitarios, evidenciaron que los *millennials* acuden al papel, tanto para el disfrute como para el aprendizaje. De hecho, una investigación de la Universidad de Washington comprobó que un cuarto de los alumnos compraba las versiones impresas, incluso cuando tuvieran acceso gratuito a las electrónicas.

Rosenwald (2015) encontró que los estudiantes se inclinaban por lo digital para escanear el texto y obtener información de manera rápida; pero que para realizar lecturas más profundas y que requieren de mayor concentración, las versiones electrónicas les resultaban incómodas y poco eficientes. El hecho de leer en la computadora o tableta invita a distraerse con otras aplicaciones y redes sociales; y la comprensión se ve afectada.

Frank Schembari, estudiante de 20 años de la American University (Rosenwald, 2015), dijo que le gustaba la sensación de un libro, poderlo agarrar, y saber que no se va a apagar o a

hacer sonidos. Por su parte, Cooper Nordquist, cursante de Ciencias Políticas en la misma institución, también mencionado por Rosenwald, afirmó que no se podía imaginar leer Tocqueville, o comprenderlo, de forma electrónica.

### **Aspectos principales de *El libro de Retazos***

Una vez conocidas las características fundamentales, audiencia, dinámica y contenidos de *Rookie*, como principal referencia de la publicación presentada; y revisados ciertos aspectos que interesan de los jóvenes; se procede a demarcar los aspectos principales de *El libro de Retazos*.

#### **Concepto Editorial.**

*El libro de Retazos-Edición '15* es la primera edición de una publicación anual, impresa e independiente, escrita por chicos venezolanos, y dirigida a la juventud de este país. Bajo el lema “Celebración de voces jóvenes de Venezuela, que piensan, se inspiran y crean, para hacer que otros piensen, se inspiren y creen”, el proyecto reúne colaboraciones de personas auténticas, emprendedoras, críticas, sensibles y conscientes; todas ellas únicas, sin miedo a ser distintas, se aceptan tal y como son, y hacen de sus imperfecciones o puntos débiles, sus fortalezas.

Arte, diseño, literatura, moda, cine, música, teatro; desde un asunto más global (o internacional), como un tributo a Lou Reed, hasta un tema criollo como La Sayona; a esta revista le interesa la cultura en todas sus expresiones, siempre y cuando provenga del ingenio y la obra de un venezolano. De ninguna manera se plantea imponer patrones, sino inspirar a la creación pura, libre y sincera. Valora la vida, experiencias y reflexiones de esos individuos creativos; es por eso, que las entrevistas son una parte indispensable de su contenido.

Para este libro, la forma y el fondo tienen que ir de la mano. Dirigido y creado por jóvenes, el poder de la imagen no debe ser despreciado. Esto no quiere decir que el contenido

vaya a ser opacado por lo visual; todo lo contrario, será complementado, enriquecido y cobrará aún mayor fuerza.

### **Perfil del lector de *El libro de Retazos*.**

*El libro de Retazos* está dirigido principalmente a jóvenes venezolanos. Con base en los datos de revistas independientes similares, tales como *Wonderland* (2014), *I Love Fake* (2011) y *Paper Magazine* (2014) se estima que los lectores oscilen entre los 15 y 35 años. A continuación, un estipulado de los porcentajes por rango de edades: (Ver Anexo F)

- 15-17 años: 14%
- 18-24 años: 60%
- 25-29 años: 18%
- 30-35 años: 8%

La publicación está pensada tanto para hombres como para mujeres. No obstante, tomando en cuenta la información provista por las revistas mencionadas, se piensa que una mayoría de la audiencia (60% aproximadamente) será femenina. Considerando el contenido, estética y colaboradores de la revista, el lector reúne las siguientes características: es creativo y valorador de la creatividad; es auténtico y apreciador de la autenticidad; es curioso por lo que le rodea; tiene o pretende obtener un título de Educación Superior; le gusta el encuentro con el otro (y mientras más diferente sea y más puede aprender de él mejor); desea colaborar y ayudar; pretende dedicarse a lo que le apasiona (estudia o trabaja en ámbitos relacionados con los medios de comunicación, el arte o la moda); está sediento de cultura y hambriento de conocimiento; siente amor por el arte; es lector habitual; admira lo poco convencional; disfruta del placer visual; es fanático de la belleza, entendida en toda su diversidad (en contraposición con la uniformidad propagada por la industria); le gusta coleccionar objetos (guarda las revista, compra

libros, etc.); realiza actividades culturales y sociales (va al cine, museos, fiestas, conciertos, exposiciones, entre otros); marca un estilo propio; le orgullece tener una voz y visión propia.

**Perfil del colaborador de *El libro de Retazos*.**

Las personas que contribuyen con esta publicación reúnen las mismas características de los lectores. Es fundamental agregar que es un requisito para los colaboradores ser venezolano, mas no tienen que vivir actualmente en el país; pues muchas personas talentosas se han marchado al exterior y sería un error no tomar en cuenta sus posibles y valiosos aportes. Deben ser personas amantes de la creación libre, original y auténtica; dispuestos a trabajar desde su casa, bajo su propia presión; motivados por mostrar su arte y plasmar su punto de vista de forma sincera y vulnerable; abiertos a apoyar a creativos, y a complementar su trabajo con el de otros; con la voluntad de transmitir mensajes positivos e inspiradores que ayuden a los demás, y los hagan sentir mejor.

## **Aspecto Editorial**

### **Creación libre**

*El libro de Retazos* cree en la libertad. La publicación no pretende nunca la uniformidad estética o de contenidos, dictar pautas, ni imponer cánones a sus lectores. Se interesa en inspirar a su audiencia a darle rienda suelta a su creatividad y a marcar un estilo propio. Cada colaborador es dueño de sus piezas y está a cargo de su proceso de creación. Si bien se acude a los anunciantes para la rentabilidad, no se está sujeto a ninguna marca o empresa.

### **Elementos inéditos**

Todos los contenidos y elementos gráficos (fotografías, imágenes, bordes, fondos) son producidos por *El libro de Retazos* y sus colaboradores, con excepción de las tipografías. En el caso de los collages, se considera válido tomar imágenes de internet si son de uso libre, o forman parte de la cultura popular (íconos, películas, discos, etc.); los elementos no propios deben representar una pequeño porcentaje de la creación, y ser modificados (editados, cortados).

### **Las colaboraciones**

Se invita a venezolanos, a partir de los 13 años, a contribuir, bien sea enviando por correo electrónico una pieza propia (cuento, ensayo, fotografías, ilustración, collage, poema, receta, entre otros) o una muestra de la misma (si el archivo es pesado). También se puede ofrecer su participación (como fotógrafo, modelo, escritor, ilustrador, diseñador, maquillador, estilista, etc.), junto con una selección de trabajos previos que den una noción del estilo del autor; así se le contactará para posibles producciones. En caso de que el equipo editorial desee fusionar dos colaboraciones (una ilustración con un cuento, por ejemplo), se requerirá del permiso de sus creadores.

Las colaboraciones deben reunir las siguientes características:

- Sinceridad: No hay asunto mejor sobre el cual escribir (o crear), que aquel que se domina. La manera más acertada de garantizar que una pieza genere impacto en el lector, es que provenga directamente del punto de vista, experiencia y vulnerabilidad del autor.
- Ética: La contribución siempre debe partir de una buena intención; puede ser desde la voluntad de querer compartir lo creado, inspirar, hacer pasar un buen rato, o mostrar un punto de vista; hasta promover un valor, aconsejar sobre cualquier aspecto, o ayudar a otro mediante la experiencia personal. Lo importante es que se tenga en cuenta que la pieza será leída por lectores dignos, inteligentes y libres. Si se piensa que una colaboración promueve una insana concepción de la belleza y del cuerpo; incita a vicios y conductas negativas, y disfrazo lo perjudicial de las mismas (Ej. consumo de sustancias, abuso sexual, trastornos alimenticios, entre otros.); o presenta prejuicios, discriminación o fanatismo de cualquier tipo; será inmediatamente descartada.
- Originalidad: Toda pieza enviada debe ser completamente genuina, propia y auténtica. Aunque es totalmente válido y positivo que se inspire en elementos culturales y aportes de otros, se requiere que presente una creación completamente nueva, elaborada por quien la envía, y que refleje el sello único de su autor. En caso de que haya sido un trabajo en equipo, se obliga a incluir los nombres de todos los participantes, y la autorización de cada uno. Si se comprueba que un colaborador compartió un contenido considerado plagio, tendrá prohibido contribuir con este medio.
- Calidad: Se toma en cuenta la riqueza del lenguaje, claridad, redacción, estilo y ortografía. Si un buen texto contiene errores, serán arreglados; pero se requerirá una revisión posterior por parte del autor, antes de ser publicado. Las imágenes no solo deben ser interesantes y atractivas, sino tener resolución adecuada para ser impresas.

## **Metodología**

Antes de realizar la propuesta, se decidió llevar a cabo un análisis comparativo de publicaciones similares, tanto nacionales como internacionales, digitales e impresas; de forma de inspirarse de lo mejor de cada una, y estructurar así un producto de excelencia. Los puntos que considerados son los lectores, estética y estructura, equipo y las fortalezas y debilidades.

### ***Rookie Yearbook***

#### **Público.**

Por supuesto, se comenzó con *Rookie Yearbook*, principal influencia de *El libro de Retazos*. Dirigido a chicas adolescentes, su audiencia se concentra mayoritariamente en Estados Unidos; pero también ha penetrado en el resto del mundo, principalmente en Canadá, Australia y Europa (sobre todo en Inglaterra; la página de Facebook *Rookie London* tiene 1927 likes) (2015).

#### **Estructura y estética.**

El anuario tiene la estructura del período escolar (de junio a mayo); se divide en 12 secciones, correspondientes a los temas mensuales de la página web. La publicación anual no contiene uniformidad estética. Tal y como un álbum de recortes, cada capítulo del libro transmite un estilo y estado de ánimo, mediante collages, fotografías, bordes, ilustraciones y tipografías. No obstante, sí existen ciertos criterios de diseño que permanecen de un artículo a otro: en cada página, los textos están diagramados en tres columnas; la tipografía de los contenidos es *Times New Roman*, pero la de los títulos varía; cada pieza se distingue de las demás por estar enmarcada con un borde particular; todos los capítulos comienzan con la Carta de la Editora (Tavi Gevinson) acompañada por un collage del tema. Para el análisis, se tomó como muestra la segunda edición del mismo (Gevinson, *Rookie Yearbook Two*, 2013).

Tabla 1:

Rookie Yearbook Two: Estructura y estética por mes-tema (capítulo)

Mes	Tema	Nro. de piezas	Nro. de páginas	Estética
No aplica	<i>Staff</i> (equipo)	1	1	Estilo parches de tela. Dulce, femenina, antigua, <i>vintage</i>
	<i>Contents</i> (contenido)	1	3	
	<i>Contributors</i> (colaboradores)	1	1	
	<i>Acknowledgments</i> (agradecimientos)	1	1	
	<i>Welcome</i> (bienvenida)	1	2	
Junio 2012	<i>Paradise</i> (paraíso)	6	22	Tropical, de fantasía, floreada, alegre, cálida
Julio 2012	<i>Freedom</i> (libertad)	9	28	Rebelde, masculina, colegial
Agosto 2012	<i>On the Road</i> (en el camino)	7	24	Retro, de festival, norteamericana, campestre
Septiembre 2012	<i>Drama</i>	6	18	Oscura, dramática, gótica, lujosa, romántica
Octubre 2012	<i>Play</i> (jugar)	10	28	Macabra, infantil, carnavalesca
Noviembre 2012	<i>Invention</i> (invención)	9	24	Espacial, robótica, futurista, científica
Diciembre 2012	<i>Faith</i> (fe)	9	30	Mística, esotérica, ritualista, sagrada, recargada
Enero 2013	<i>Mythology</i> (mitología)	9	22	Fría, fantástica, onírica, celestial
Febrero 2013	<i>Passion</i> (pasión)	7	20	Mágica, naturaleza, femenina, bohemia, hippie, 60s, libre, enamorada
Marzo 2013	<i>Mistery</i> (misterio)	9	20	Seria, a la antigua, suspenso, el sueño americano, el viejo Hollywood
Abril 2013	<i>Age of Innocence</i> (la edad de la inocencia)	14	50	Femenina, rosada, inocente, pura, virginal, de pradera
Mayo 2013	<i>Attention</i> (atención)	8	24	Pop, llamativa, caricaturesca, divertida, urbana, dinámica, moderna
No aplica	<i>Appendices</i> (apéndice)	5	30	Floreada, sencilla

Fuente: Elaboración propia con base en *Rookie Yearbook Two* (Gevinson, 2013).

Cada capítulo reúne los artículos más destacados que figuraron en la edición de ese mes en la página web. Con excepción de la Carta de la Editora con la que comienza cada uno, parecen no cumplir con una estructura de contenido fija.

Mediante la información recopilada en la tabla (Ver Anexo G), que presenta los textos y editoriales de siete capítulos seleccionados al azar del anuario, se puede tener una noción del criterio de selección del contenido. Doce de ellos corresponden a la categoría “*live through this*” de la revista digital; mientras once entran dentro de “*eye candy*”, y seis en “*style*”. Esto significa que si bien entre los escritos el asunto de más peso son las reflexiones y vivencias personales, también se le dan gran importancia a las piezas visualmente atractivas; lo que resulta en un equilibrio entre fondo y forma. Otro elemento de gran valor son los “*playlist*”; en los siete capítulos aparecen diez listas de canciones. El resto de los temas ocupan un espacio similar: cuatro artículos de “*music*”, tres de “*sex + love*”, dos de “*anything else*”, dos de “*fun*”, uno de “*fiction*”, uno de “*books + comics*”, y uno “*you said it*”.

### **Equipo.**

El equipo detrás de *Rookie* representa una variedad de edades, nacionalidades, culturas, intereses y talentos. Debido al tamaño del grupo, 85 personas, se tomó (Rookie, 2015) para el análisis solo una parte representativa de sus miembros, bajo el criterio de que hubieran participado en la elaboración del contenido del *Yearbook*. Esto con la finalidad de comprender la diversidad de especialidades que debe estar detrás de *El libro de Retazos*.

- Anna Fitzpatrick (Toronto, Canadá): Escritora que ha publicado en *The Hairpin*, *Rollingstone.com*, *Nylon*, *Flare Magazine*, *Worn Fashion Journal* y *Refinery29*.
- Eleanor Hardwick (Londrés, Gran Bretaña): Fotógrafa, música y soñadora.
- Emily V. Gordon (Los Ángeles, Estados Unidos): Productora y escritora comediente.
- Emma Dajski (Poznań, Polonia): Artista de collages e ilustradora.
- Jamia Wilson (Nueva York, Estados Unidos): Activista feminista y escritora.
- Jenny Zhang (Nueva York, Estados Unidos): Poeta, escritora y actriz.

- Krista Burton (Chicago, Estados Unidos): Escritora.
- María Fernanda Molins (México DF, México): Fotógrafa.
- Marlena Pope (Wisconsin, Estados Unidos): Amante de la costura, experta en *DIYs*.
- Olivia Bee (Nueva York, Estados Unidos): Fotógrafa con clientes como Nike y Converse.
- Petra Collins (Toronto, Canadá): Fotógrafa.
- Ruby Aitken (Melbourne, Australia): Diseñadora Gráfica.
- Sonja Ahlers (Victoria, Canadá): Artista visual e ilustradora.

### **Fortalezas y debilidades.**

La revista y su creadora han sido merecedoras de alabanzas y aplausos por razones como: (a) Su creadora como sano ejemplo a seguir, (b) combina la rentabilidad de lo digital con el placer de lo impreso, (c) llenó un vacío del periodismo adolescente, (d) resulta de un gran trabajo en equipo, y (e) se trata de un producto coleccionable con contenidos que trascienden las dimensiones de tiempo y espacio.

Sin embargo, no es de extrañarse que un medio creado por una estudiante de Secundaria presente ciertas debilidades y riesgos: (a) Liderado por una jefa joven, muchas veces atacada por la industria, y en vías de ir a la universidad; (b) representa a una minoría privilegiada, en contraposición con la universalidad que promete; (c) depende en gran medida de terceros (colaboradores); (d) la adolescencia tiene fecha de expiración, “Cuando tenga 20, parece mejor no estar tan enfocada en ser adolescente como estoy ahora; pero seguiré involucrada” (Gevinson, 2013).

### **Revista DDA**

La revista digital gratuita venezolana de cultura alternativa, lanzada a finales de 2011, ha conseguido obtener en poco tiempo una gran acogida entre los lectores jóvenes. Con una estética

llamativa y contenidos vanguardistas e irreverentes, ha mostrado un producto diferente a lo que los otros medios del país venían haciendo.

### **Público.**

Esta empresa informativa se dirige a jóvenes venezolanos demandantes de cultura e interesados tanto en lo que se está produciendo en Venezuela, como en las tendencias del mundo.

El equipo se define como

(...) un grupo de fanáticos pop buscando crear un espacio para todos aquellos entusiastas del arte, la música, la moda y el cine. Unidos por una misma visión, nos hemos reunidos jóvenes de diferentes disciplinas para desmenuzar aquello que más nos cautiva, la cultura. Percibiendo al mundo a través de un lente cultivado por la historia y fácilmente impresionados por el potencial de las vanguardias, hemos diseñado este despliegue cultural, buscando fusionar tribus, tendencias y costumbres dentro de un mismo tubo de ensayo. (Revista DDA, 2014)

Para ellos es de suma importancia la promoción de la cultura propia. Por eso se preocupan de “(...) la constante búsqueda de elementos culturales que identifican nuestra sociedad, sus rasgos fundamentales y todo lo que nos ata inevitablemente al rico imaginario social venezolano” (Revista DDA, 2014). Les interesa sobre todo lo que se está dando en el momento.

Partiendo de la creciente ola de iniciativas artísticas en nuestro país, hemos realizado este proyecto para así contribuir al ya latente boom cultural que constantemente imbuye las calles de Caracas. No se trata de crear un proyecto, sino de forjar una realidad, de colorear la visión de aquel individuo hambriento, ávido de algo distinto. (Revista DDA, 2014)

## **Estructura y estética.**

Este medio destaca por su riqueza visual y variedad de innovadores e interesantes contenidos. Su look es fuerte, rebelde y urbano; una constante que se mantiene a lo largo de sus páginas (Ver Anexo H). La revista combina imágenes muy llamativas, enérgicas, coloridas y atrevidas, con el minimalismo del texto (en color negro sobre fondo blanco). Mientras que para los escritos utiliza la tipografía Calibri, el tipo de letra del título cambia según el artículo.

El contenido de DDA es irreverente. Sin sobrepasar los límites; aunque es bastante arriesgado si se compara con el resto de las publicaciones del país; utiliza un lenguaje que mezcla lo coloquial con lo intelectual, y se permite incluir en una u otra página una mala palabra. Para agregar, se filtran sin censura, desnudos e imágenes controversiales. Se analizaron las secciones con base en su más reciente edición, la número 15 (Revista DDA, 2015).

- Edito No. XV: Carta del Editor Diego Alejandro García.
- Créditos: Equipo Editorial más colaboradores.
- Puteo, Sobre la Decadencia de los *Grammys* y el Respiro de Beck: Crítica a la actual industria musical.
- *Trend, Five Store*, Futurismo Tropical: Reseña sobre una marca de moda nacional.
- *Design, Architectural by* Mattia Mognetti: Artículo sobre una serie de fotografías que exploran lo abstracto de la arquitectura.
- *Inside, Tres Nuevos Roles Models del Fashion Industry*: El escrito expone, mediante casos reales de mujeres de la industria, que no hay que escoger entre familia y profesión.
- “*Puffy Eyes*”: Ilustración por Zeren Badar.

- *Dogstagram*: La popularidad de la etiqueta *#dogs* (perros) en Instagram.
- Reseñas: Los discos del momento.
- “*Spectrum*”: Ilustración por Zeren Badar.
- The Cut Out, Oh-Nena: Artículo sobre la marca de accesorios de talento maracucho.
- Moda y accesorios para él y para ella.
- No Estás Solo: Artículo de Portada, entrevista a Rodrigo Solo.
- “*Veil*”: Ilustración por Zeren Badar.
- *A World Alone*: Entrevista a los venezolanos creadores de la marca.
- “*Celebration*”: Ilustración por Zeren Badar.
- *Coming of Age*: Reseña sobre *Boyhood*.
- El Mundo de lo Posible de Charliepapa: Entrevista a la banda andina más video oficial.
- “*Sweat Sex*”: Ilustración por Zeren Badar.
- Despertar de Primavera: Reseña más entrevista con Luis Fernández, el director.
- Conociendo a Bara Pachilova: Artículo sobre la Fotógrafa checa de Moda.

Es importante traer a colación que en contraste con *Rookie*, se evidencia en DDA cierta uniformidad estética en los artículos y ediciones. Por lo tanto, se podría inferir que detrás de la publicación se encuentran las preferencias de un equipo a cargo de toda la dirección de la producción.

### **Equipo.**

Como el eje de DDA es el arte, la música, la moda y el cine, su equipo tiene representaciones de todos estos ámbitos. Dentro de su staff fijo ya se observan una variedad de especialidades: Franco Cerruti Ardila (Director Editorial), Diego Alejandro García (Director

Editorial), Raúl Ignacio Vallenilla (Editor de Cine), Rafael Rico (Editor de Música), Camila Ayala Terán (Coordinadora Audiovisual).

Además, ha logrado reunir como colaboradores, a profesionales exitosos y reconocidos del periodismo, fotografía, estilismo, música, producción audiovisual, diseño gráfico, ilustración y maquillaje. Entre ellos se encuentran: Don Úngaro (Fotógrafo), María Clara Tripier (Redactora / Directora Nou Magazine), NTSFRSH (Redactores / DJ's), Thomas Bonnieux (Diseñador Gráfico), Flóres Soláno (Ilustrador), Jesús Palencia (Maquillador).

### **Fortalezas y debilidades.**

Entre sus puntos fuertes se encuentran: (a) El apego a lo nacional (con referencias a creaciones de diferentes Estados de Venezuela); (b) la detección de una demanda insatisfecha en el país; (c) el interés por impulsar el arte y la cultura en la ciudad; (d) el aprovechamiento de las oportunidades digitales para incluir contenido audiovisual; (e) la publicación de temas del momento; y (f) la realización de eventos, como la fiesta *Still My House*, para celebrar su tercer aniversario en la Quinta Bar (Revista DDA, 2014).

No obstante, cabe mencionar algunos aspectos débiles: (a) Poca actualización del contenido, en más de tres años solo han lanzado 14 ediciones no más extensas que una tradicional publicación mensual (70 páginas aproximadamente); (b) a veces, los vínculos directos de la página web contienen errores y dificultan el acceso a ediciones pasadas; (c) la revista no es publicada en un intervalo regular, por ejemplo, de la edición de agosto y septiembre, se saltó a la de noviembre-diciembre; (d) no se mantiene una estructura de secciones, entre las ediciones 14 y 15, lo único común es la Carta Editorial, la Sección *Cut-Out* y la de moda para él y ella.

## **Blog Oh! Nena**

La marca de accesorios femeninos, nacida en el Estado Zulia en el año 2008, no solo goza de gran prestigio nacional; sino que también ha sido muy bien recibida en ciudades como Nueva York, México y Barcelona. Detrás de estos diseños, yace la aspiración de ser sinónimo de la mujer de hoy, y un estilo de vida que fomenta la curiosidad, el amor por la moda y la importancia de lo único y especial. Por ello, tal y como aparece en la página web oficial, Oh! Nena no se limita a la creación de adornos para el cabello, sino que además, “(...) funciona como una agencia de producción de moda: consultoría, casting, dirección, entre otros” (Oh! Nena, 2010); y desde 2009 cuentan con un blog aplaudido por las clientas.

### **Público.**

Si bien no es especificado, el blog parece estar dirigido a chicas jóvenes seguidoras de la marca. Sus contenidos sugieren haber sido pensados para mentes creativas, amantes del arte, la moda, la literatura, la belleza y la música.

### **Estructura y estética.**

La plataforma de colores pasteles, con una imagen que combina lo minimalista con lo *vintage*, transmite una sensación de pureza, orden y sentido del estilo. Presenta cinco categorías (arte, moda, literatura, belleza y música), que reúnen a su vez secciones fijas (Ver Anexo I y Anexo J).

### **Equipo.**

Mientras que una parte de las secciones (como *El Vestier*) son elaboradas por el mismo staff de la marca, otra cantidad significativa funciona con colaboraciones. No obstante, a diferencia de los otros casos de medios expuestos, no se le brinda tanto reconocimiento al que

contribuye (únicamente se colocar su nombre); y en contraste con *Rookie*, la invitación a participar no se hace patente.

### **Fortalezas y debilidades.**

El blog de Oh! Nena es el resultado de personas apasionadas y con una visión clara; que le ha otorgado prestigio a la marca y fortalecido su posicionamiento. No obstante, como simplemente es un valor agregado de la firma diseñadora de accesorios, su crecimiento y cantidad de publicaciones ha sido menor a la que prometía su potencial (probablemente se deba además a que sus creadoras ya no se encuentran en el país).

### ***CITIx60: New York***

Aunque no se trata de una revista, sino de un libro para turistas, resulta fundamental mencionar una publicación que se considera una importante referencia para *El libro de Retazos*; tal es el caso de una guía de Nueva York que invita a conocer la ciudad desde el punto de vista de 60 creativos locales (Ver Anexo K).

*CITIx60: New York explores The Big Apple in five aspects, covering architecture, art spaces, shops and markets, eating and entertainments. With expert advice from 60 stars of New York City's creative scene, this book guides you to the real attractions of the city for an authentic teste of New York Life.* (Viction:ary, 2014) [CITIx60: Nueva York explora La Gran Manzana en cinco aspectos, cubriendo arquitectura, arte, tiendas y mercados, comida y entretenimiento. Con la experticia de 60 estrellas de la escena creativa neoyorquina, este libro te guía por las atracciones reales de la ciudad, para saborear de forma auténtica la vida de Nueva York].

## Lo que toma *El libro de Retazos*

Por supuesto, las cuatro referencias consultadas (dos estadounidenses y dos nacionales) son solo el punto de partida para crear una publicación propia, auténtica e inédita. En este sentido, inspirado en lo mejor de cada medio, se presentan los elementos que se decidieron tomar.

Tabla 2:

Características de cada medio tomadas por *El libro de Retazos*

Medio	Elementos que interesan
<i>Rookie Yearbook</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Los colaboradores son los principales creadores, y ellos son los más homenajeados. Invitar a que personas con diferentes cualidades, talentos e intereses, participen.</li><li>-Estética tipo collage.</li><li>-División de los contenidos en temas relacionados con sentimientos y emociones (más que áreas de la cultura).</li><li>-Forma y fondo de la mano: Contenidos de mucha conciencia y reflexión, intercalados con editoriales e ilustraciones más ligeras.</li><li>-Tipografía fija <i>Times New Roman</i> con variación para los títulos.</li><li>-Producto coleccionable (vigencia del contenido en el tiempo).</li><li>-Escritura pura y sincera, desde la vulnerabilidad.</li><li>-Encuentro de diferentes creencias, culturas y visiones.</li></ul>
Revista DDA	<ul style="list-style-type: none"><li>-Compenetración de la cultura local con la universal e internacional.</li><li>-Énfasis en talento y movida nacional.</li><li>-Fusión de destacados de la comunicación, el diseño, el arte y la música del país.</li><li>-Imágenes atractivas que rompan los moldes.</li><li>-Realización de eventos para la interacción con los lectores.</li></ul>
Oh! Nena Blog	<ul style="list-style-type: none"><li>-La originalidad de los artículos (el giro para que sean algo genuino).</li><li>-La pureza y honestidad de los contenidos.</li><li>-La promoción de personas auténticas, interesantes y talentosas, pero no ampliamente conocidas.</li><li>-La concepción más natural de la belleza.</li></ul>

Fuente: Elaboración propia

## Contenido

Como publicación en la cual fondo y forma van de la mano; que valora la creación libre, auténtica y vulnerable; y le interesa el contenido inteligente, reflexivo y consciente; de edición a edición, *El libro de Retazos* le otorga un espacio equivalente a lo visual y a lo escrito. Es importante tener en cuenta que las piezas no deben estar sujetas a tendencias del momento; evidentemente, pueden estar influenciadas por las modas y el acontecer actual, pero desde la concepción de un producto coleccionable que permanezca vigente con el paso de los años. Sin querer restringir cualquier otra clase de ideas, se pueden encontrar entre sus páginas:

- Las Cartas de la Editora: Cada capítulo del libro, que lleva un título que engloba a todas sus piezas, inicia con un pequeño comentario de la Directora Editorial.
- Las entrevistas: Realizadas a creativos que promueven la importancia de ser ellos mismos, hacer lo que aman, y marcar un estilo propio. Más que intentar colocarse en un pedestal, comparten sus vivencias, aprendizajes, los tiempos difíciles y los días hermosos.
- Las ficciones: Cuentos, poemas, relatos; artificios todos de sus creadores.
- Las confesiones: Se narra una experiencia propia, o punto de vista con respecto a un asunto con el que el autor se relaciona íntimamente.
- Las obsesiones: Pocas cosas son más placenteras que escribir sobre lo que apasiona.
- Las recetas o tutoriales: Cómo elaborar un platillo o hacer una prenda.
- Editoriales: Fotografías que giren en torno a un tema, estética o referencia cultural.
- Piezas de arte: Desde garabatos, hasta ilustraciones y collages, cualquier manifestación visual es posible.

Debido a que cada creación es muy personal y libre, no se desea titularlas con secciones fijas, sino que cada una lleve un nombre especial. De igual forma, cada edición estará dividida en

capítulos; pero como cada una es un producto inédito producido a lo largo de un año, no se quiere que esa clasificación sea igual en todas, sino totalmente vinculada a cada publicación. Se decidió que este primer ejemplar, *El libro de Retazos '15*, incluiría cinco apartados referentes a las formas con las que muchas veces nos sentimos en la vida, y específicamente en nuestra ciudad: (a) El místico placer de la nostalgia; (b) Le digo hola al del espejo; (c) El horror del día a día; (d) Algunos lo llaman fe, otros le dicen magia; (e) Las obsesiones de los incomprendidos.

Cada uno de esos capítulos estará representado por una estética en particular y abarcará contenidos diversos, pero vinculados por tratar un tema o sentimiento en común. Se presenta la estructura de *El libro de Retazos '15*, con un bosquejo preliminar de las piezas y colaboraciones inéditas que corresponden a cada capítulo (ver Anexo L).

## Aspectos Gráficos

El formato de El libro de Retazos es de tapa blanda, tamaño carta; pero muchas piezas están elaboradas para ser vistas desplegadas en dos páginas. Se desea utilizar un material opaco. Al respecto, Darrel Crowley (2010) recomienda el papel sin recubrimiento cuando se busca que la publicación traspase los límites de lo convencional. Aunque es más costoso por los ajustes de impresión, vale la pena invertir en un producto coleccionable. Jeremy Leslie, diseñador gráfico fundador de *magCulture*, consultora de diseño editorial, y autor de *The Modern Magazine: Visual Journalism in the Digital Era*, le dijo a Nara Shin (2013) que

*In recent times print has allowed itself to become commodified, with too many books and magazines looking and feeling identical. One of the things that today's publications can do to help themselves stand out is use print intelligently to make themselves special.*

*(...)With today's printing technology you can use uncoated paper and still get great color in the images.* [En estos tiempos la impresión se ha comercializado, con demasiados libros y revistas que lucen idénticos. Una de las cosas que las publicaciones de hoy pueden hacer para ayudarse a ellas mismas a resaltar y ser especiales, es usar la impresión inteligentemente (...) Con la tecnología de ahora, puedes usar papel sin recubrimiento y aún obtener buen color en las imágenes].

La estética, tal y como lo indica su nombre, es tipo collage; lo que significa que de una hoja a otra se pueden encontrar diferencias de diagramación, tipografía de los títulos, colores, fondos y bordes. Todos esos elementos guardan relación directa con la pieza y el capítulo en el que esta está inserta. A continuación se presentan las características visuales según el capítulo.

Tabla 3:

Características visuales por capítulo de El libro de Retazos '15

Capítulo	Estética	Referencia <i>Rookie</i>	Colores	Texturas-imágenes
I.El místico placer de la nostalgia	Inocente, femenina, soñadora, virginal, mágica	Tema “ <i>Summer is ready when you are</i> ” (Ver Anexo M)	Pasteles (arco iris)	Escarcha, calcomanías, marcadores, bocetos
II.Le digo hola al del espejo	Pop, caricaturesca, urbana, dinámica, irreverente	Tema “ <i>Attention</i> ” (Ver Anexo N)	Blanco y negro, azul, amarillo, fucsia	Pixel, arte digital, grafiti, <i>emoticons</i>
III. El horror del día a día	Mística, esotérica, ritualista, sagrada, recargada	Tema “ <i>Faith</i> ” (Ver Anexo O)	Pergamino, vinotinto, negro, rosado	Flores tapices, velas, bocas, cruces, estrellas
IV. Algunos lo llaman fe, otros le dicen magia	Magia, tropical, fantasía, libre, floreada	Tema “ <i>Paradise</i> ” y “ <i>Passion</i> ” (Ver Anexo P)	Fucsia, lila, naranja, mostaza	Mariposas, brillantes, pies, alas, lentejuela
V.Las obsesiones de los incomprendidos	Macabra, infantil, carnavalesca, de circo, juguetona	Tema “ <i>Play</i> ” (Ver Anexo Q)	Amarillo, rojo, azul, negro	Juguetes, ojos, bromas, figuras de circo

Sin embargo, se busca que a pesar de tales distinciones, exista cierta consonancia entre un escrito y otro; es por eso que los siguientes elementos se mantienen a lo largo de las páginas:

- Tipografía de los textos: *Times New Roman*. Debido a la extensión de los escritos, se debe buscar que la lectura sea lo más cómoda posible. En el libro *Magazines: A Complete Guide to the Industry*, David E. Sumner, y Shirrel Rhoades (2006) afirman que los estilos *serif*, como *Times New Roman*, son más fáciles de leer que los no *serif*.
- Columnas de los textos: La mayoría de los escritos están diagramados en tres columnas enmarcadas en un borde; pero el inicio de cada capítulo, y artículos más cortos, se distribuyen en una o dos. Nikola, en un artículo llamado “*Magazine Columns – Backbone of Every Good Layout*” [Las Columnas de la Revista-Columna Vertebral de Todo Buen Diseño] (2013), comentó que las columnas son una herramienta esencial para estandarizar el diseño y poner en orden la revista. Con respecto a las tres columnas,

aseguró que proveen elegancia a piezas más largas. Se puede agregar un poco de dinamismo interponiendo una frase o imagen arriba, abajo, a un lado o en el medio.

- Las imágenes: Todas deben tener una resolución de 300 dpi; preferiblemente guardadas como archivo PDF, pero también es válido el TIF o EPS.

## **Portada**

Debido a que el libro está iniciando su proceso de elaboración, y la portada debe representar de forma llamativa su personalidad y contenido, no se tiene aún una idea concreta sobre la misma. Se ha contemplado que sea un collage o una única fotografía que también refleje el concepto de imagen hecha de retazos.

## **Publicidad**

La manera más factible de tener los recursos para la elaboración del libro es la publicidad. No obstante, los anunciantes deben estar en consonancia con el aspecto artístico. Aunque se respetará la imagen corporativa de cada marca, *El libro de Retazos* estará involucrado en la elaboración de la pieza gráfica, de manera que ambas partes estén satisfechas. En este sentido, la principal referencia es *Elle Collections*, editada por Lorraine Candy; una revista bianual que se enfoca en las tendencias de la temporada de una manera visualmente impactante, y con contenido adicional bastante innovador; de forma que es más un tributo a todo aquel que hace moda (Candy, 2014). Tal impreso distribuye los anunciantes al comienzo, al final y en la contraportada, y de una manera tan elegante y sutil que no perturban el recorrido por las páginas; todo lo contrario, lo enriquecen (Ver Anexo R). Se puede optar por un anuncio de una sola página o de dos, tal y como aparece en el Kit de Medios (Ver Anexo F). Los anunciantes deben ser marcas y empresas nacionales, adquiribles en el país, o que presten servicio en Venezuela; pueden pertenecer al sector de la moda, bancario, gastronómico y de entretenimiento.

## Aspectos Operativos

### El equipo

El equipo fijo a cargo de la elaboración del proyecto debe reunir a una variedad de personas de diferentes edades, intereses, puntos de vista y talentos. Entre las especialidades que se necesitan se encuentran la escritura, la fotografía, el estilismo, la dirección de arte, el maquillaje, el diseño gráfico, el modelaje y el arte visual (ilustración, collage u otras).

Adicionalmente a los talentos nombrados, se requiere como colaboradores a jóvenes que escriban ficciones; reflexiones personales; artículos sobre música, moda, cine, arte, feminismo, entre otros; o que se expresen con un toque de humor. Para agregar, también se necesita gente que contribuya con tutoriales y recetas.

Dentro de las personas que han formado parte de la elaboración del libro, se encuentran: Daniela Benaim (Directora Editorial y redactora), Tata Hellmund (Productora de Moda y estilista), Ricardo Morvay (fotógrafo), Francisco Tavoni (fotógrafo), Eda Nathan (diseñadora gráfica), Claudia De Lima (auto-retratista, adicta a portadas de discos, elaboradora de collages), Valentina Mora, alias Caffetina (ilustradora y elaboradora de collages), Rubén Echeverría (Director Creativo y creador de Animal Tropikal), Gabriela Pineda (amante de la música, actriz y diseñadora de Blanca Criolla), Jihan Ramírez (actriz y emprendedora en la moda), Andrea Ayala Tabosky (elaboradora de trenzas y peinados), Valentina Mena Machado (artista visual y escritora), Yanetzy Correa (escritora y amante de las crónicas), Tomás Marín (escritor), Andrea García (productora de radio y escritora), Carlos De Santis (escritor, poeta y profesor de Literatura), Simy Rodríguez Levy (amante de la repostería), Keana Lomazzi (modelo), Verónica Izaguirre (modelo), Caridad Zabala (modelo).

## **Visión, misión y valores de *El libro de Retazos***

### **Visión.**

Ser una publicación venezolana anual, impresa e independiente; de jóvenes, creada por jóvenes y para jóvenes, para difundir cultura en todas sus expresiones.

### **Misión.**

Bajo el lema “celebración de voces jóvenes de Venezuela, que piensan, se inspiran y crean, para hacer que otros piensen, se inspiren y creen”, reunir colaboraciones de personas auténticas, emprendedoras, críticas, sensibles y conscientes; todas ellas únicas, sin miedo a ser distintas, se aceptan tal y como son, y hacen de sus imperfecciones o puntos débiles, sus fortalezas.

### **Valores.**

- Autenticidad: Hacer de ser-tú-mismo un estilo de vida.
- Pasión: Cumplir con el mundo haciendo lo que más amas.
- Conciencia: Poner la inteligencia y voluntad en todo lo que se crea.
- Renovación: Culturizarse del pasado para generar lo inédito en el presente.
- Inspiración: Ver y aprender del mundo, de otros y de diferentes culturas como fuente de referencia para la creación genuina.
- Universalidad: Trascender las fronteras espacial temporales.
- Localidad: Abrazar lo criollo y promover corrientes culturales nacionales.
- Sinceridad: Crear desde la propia vulnerabilidad, experiencia y humanidad.
- Vanguardismo: Romper con lo convencional, tachar lo uniforme, y adaptar las movidas extranjeras.

### **El modelo de negocio**

Para diseñar el Modelo de Negocio de El libro de Retazos, se realizó en primer lugar un análisis del entorno que permitió construir la Matriz FODA (Ver Anexo S). Posteriormente, se utilizó la metodología CANVAS, propuesta por Osterwalder y Pigneur (2010) para puntualizar los elementos clave que permitan implementar el proyecto (Ver Anexo T).

## Conclusión

Una preocupación a la hora de proponer este Proyecto Final de Grado fue obtener el apoyo de las personas. Afortunadamente, apenas se conversó con jóvenes que se conocían, o se acudió a otros porque llamó la atención su trabajo, se mostraron entusiasmados, agradecidos y dispuestos a colaborar. Así compartieron piezas que ya habían hecho, o se interesaron en la producción del libro. Un aspecto muy satisfactorio es trabajar con individuos distintos, que comparten la necesidad de darle rienda suelta a la creatividad y reflexión, como forma de que el país avance; que valoran la belleza en todas sus expresiones; y son representantes de la autenticidad. Cuando en el encuentro, cada uno con su talento, experiencia, y visión, da su parte, ocurren grandes cosas. No solo ahora, luego de concluir la propuesta de *El libro de Retazos '15*, y gracias a los resultados obtenidos, la motivación personal es mayor; sino que adicionalmente, publicar la primera edición se convirtió en una responsabilidad, como homenaje a todos los contribuidores. Para agregar, si bien al principio se tenía una idea de la revista que se quería, después del análisis, todos los elementos están más claros.

No hay la menor duda de que realizar una publicación no es tarea fácil; requiere de mucha dedicación, responsabilidad y planificación; y es precisamente esto lo que lo convierte en un reto atractivo, interesante y gratificante. Al principio, se sueña; se observa un océano de infinitas posibilidades; pero luego se cae en cuenta de que tanto el tiempo de uno mismo, como el de los demás, es limitado. Para nada se pretende decir que ese océano no existe; por supuesto que está ahí; lo que se quiere afirmar es que es importante recordar cada cierto tiempo que se requiere de un paso a la vez; paciencia, constancia, y nunca perder de vista la meta. Después de todo, recuerda Yepes (1997) que la autenticidad es fidelidad; “es la encarnación del ideal en la vocación, y de la conducta en esta” (pág. 359).

## Bibliografía

- Abel, J. (2 de abril de 2014). *The New York Times*. Recuperado el 3 de febrero de 2015, de [http://www.nytimes.com/2014/04/03/fashion/Tavi-Gevinson-Rookie-Petra-Collins-online-magazine.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2014/04/03/fashion/Tavi-Gevinson-Rookie-Petra-Collins-online-magazine.html?_r=0)
- Amazon. (1 de octubre de 2013). *Amazon*. Recuperado el 13 de marzo de 2015, de <http://www.amazon.ca/Rookie-Yearbook-Two-Tavi-Gevinson/dp/1770461485>
- Amed, I. (2012). *Business of Fashion*. Obtenido de <http://www.businessoffashion.com/2012/04/the-business-of-blogging-tavi-gevinson.html>
- Anaheed, A., & Ahlers, S. (25 de septiembre de 2012). Behold, the Rookie Yearbook! (L. Siddall, Entrevistador) It's Nice That. Recuperado el 2 de febrero de 2015, de <http://www.itsnicethat.com/articles/we-interview-some-of-the-brains-behind-the-sqeal-worthy-rookie-yearbook>
- Barnes & Noble . (2013). *Barnes & Noble* . Obtenido de <http://www.barnesandnoble.com/w/rookie-yearbook-two-tavi-gevinson/1115295606?ean=9781770461482>
- Benaim, D., & Cárdenas, I. (2014). *Retazo Caracas 2014 Proyecto Social Comunitario*. Caracas.
- Bloque de Armas. (2014). *Bloque de Armas*. Recuperado el 3 de marzo de 2015, de <http://www.bloquedearmas.com/>
- Bui, P. (2014). *Russh Magazine*. Obtenido de <http://www.russhmagazine.com/arts-music/artists/tavi-gevinson/>
- Caldera, R. T. (2007). *Ensayos sobre nuestra situación cultural*. Caracas: Fundación para la Cultura Urbana-Grupo de Empresas Econoinvest.

Candy, L. (Ed.). (2014). *British Elle Collections*. Londres: Hearst Magazines.

Casey, P. (2013). Literally the Best Thing Ever: Daily Affirmations. En T. Gevinson, *Rookie Yearbook Two* (pág. 350). Canada: Drawn & Quarterly.

Cills, H. (23 de abril de 2012). *Rookie*. Recuperado el 10 de marzo de 2015, de <http://www.rookiemag.com/2012/04/to-thine-own-self-be-true/>

Crowley , D. (22 de Noviembre de 2010). *In Publishing*. Recuperado el 3 de marzo de 2015, de [http://www.inpublishing.co.uk/kb/articles/paper\\_choices.aspx](http://www.inpublishing.co.uk/kb/articles/paper_choices.aspx)

Dubuc, F. (25 de julio de 2014). *Hoy Qué Hay*. Recuperado el 14 de marzo de 2015, de <http://hoyquehay.net/index.php/26168/retazos-caracas-moda-y-beneficencia/>

Fundación Uno Más. (2008). *Fundación Uno Más*. Recuperado el 11 de Septiembre de 2014, de <https://es-es.facebook.com/fundacionunomas>

Gevinson, T. (12 de noviembre de 2010). *The Style Rookie*. Recuperado el 3 de febrero de 2015, de <http://www.thestylerookie.com/2010/11/its-happening.html>

Gevinson, T. (13 de julio de 2010). *The Style Rookie*. Recuperado el 10 de marzo de 2015, de <http://www.thestylerookie.com/2010/07/open-letter-to-seventeen-magazine-also.html>

Gevinson, T. (31 de agosto de 2011). How Sassy Is Tavi Gevinson? (A. Fortini, Entrevistador) *The New York Times*. Recuperado el 3 de febrero de 2015, de [http://www.nytimes.com/2011/09/04/magazine/how-sassy-is-tavi-gevinson.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2011/09/04/magazine/how-sassy-is-tavi-gevinson.html?_r=0)

Gevinson, T. (2011). *Rookie* . Obtenido de <http://www.rookiemag.com/2011/09/editors-letter/>

Gevinson, T. (2 de Julio de 2012). *Rookie*. Recuperado el 2 de febrero de 2015, de <http://www.rookiemag.com/2012/07/editors-letter-10/>

Gevinson, T. (9 de diciembre de 2012). Tavi Gevinson: the fashion blogger becoming the voice of a generation. *The Guardian*. (E. Wiseman, Entrevistador) Recuperado el 3 de febrero

- de 2015, de <http://www.theguardian.com/fashion/2012/dec/09/tavi-gevinson-fashion-blogger>
- Gevinson, T. (17 de julio de 2012). Tavi Has a Bone To Pick With Seventeen Magazine. (K. Folan, Entrevistador) Racked. Recuperado el 10 de marzo de 2015, de <http://www.racked.com/2012/7/17/7717725/tavi-has-a-bone-to-pick-with-seventeen>
- Gevinson, T. (24 de abril de 2012). The Business of Fashion. (I. Amed, Entrevistador) The Business of Fashion. Recuperado el 3 de febrero de 2015, de <http://www.businessoffashion.com/2012/04/the-business-of-blogging-tavi-gevinson.html>
- Gevinson, T. (9 de diciembre de 2013). An Interview with Rookie Editor Tavi Gevinson. (A. Zeisler, Entrevistador) Bitch Magazine. Recuperado el 3 de febrero de 2015, de <http://bitchmagazine.org/post/an-interview-with-rookie-editor-tavi-gevinson>
- Gevinson, T. (2013). An Interview with Rookie Editor Tavi Gevinson. (A. Zeisler, Entrevistador) <http://bitchmagazine.org/post/an-interview-with-rookie-editor-tavi-gevinson>. Obtenido de <http://bitchmagazine.org/post/an-interview-with-rookie-editor-tavi-gevinson>
- Gevinson, T. (5 de diciembre de 2013). ROOKIE OF THE YEAR, AGAIN: AN INTERVIEW WITH TAVI GEVINSON. *Nerdist*. (D. Casey, Entrevistador) Recuperado el 3 de febrero de 2014, de <http://www.nerdist.com/2013/12/rookie-of-the-year-again-an-interview-with-tavi-gevinson/>
- Gevinson, T. (2013). *Rookie Yearbook Two*. Canadá: Drawn & Quarterly .
- Gevinson, T. (2014). Artists/ Tavi Gevinson. (P. Bui, Entrevistador) Russh Magazine. Recuperado el 3 de febrero de 2015, de <http://www.russhmagazine.com/arts-music/artists/tavi-gevinson/>

- Herman, A. (2014). *Flavorwire*. Obtenido de <http://flavorwire.com/484292/i-did-not-wake-up-like-this-janet-mock-and-tavi-gevinson-talk-impostor-syndrome-celebrity-and-the-internet>
- Hess, A. (26 de julio de 2012). *Slate*. Recuperado el 16 de marzo de 2015, de [http://www.slate.com/blogs/xx\\_factor/2012/07/26/rookie\\_and\\_its\\_20\\_something\\_fans\\_who\\_is\\_this\\_online\\_magazine\\_for\\_.html](http://www.slate.com/blogs/xx_factor/2012/07/26/rookie_and_its_20_something_fans_who_is_this_online_magazine_for_.html)
- I Love Fake. (2011). *Publicitas*. Recuperado el 16 de marzo de 2015, de [http://publicitas.com/fileadmin/uploads/italy/Files/mediakit\\_ILF2011-new.pdf\\_-\\_Adobe\\_Acrobat\\_Standard.pdf](http://publicitas.com/fileadmin/uploads/italy/Files/mediakit_ILF2011-new.pdf_-_Adobe_Acrobat_Standard.pdf)
- Larson, J. (2013). *The Midway Review*. Recuperado el 3 de febrero de 2015, de <http://midwayreview.uchicago.edu/a/8/2/larson/larson.pdf>
- Lodi, M., & Duggan, L. (20 de abril de 2012). *Rookie*. Recuperado el 12 de marzo de 2015, de <http://www.rookiemag.com/2012/04/containing-multitude/>
- Mancuso, L. (2012). *The Blog Studio*. Obtenido de <http://www.theblogstudio.com/2012/09/1063/>
- Marah. (4 de marzo de 2015). *Rookie Magazine*. Recuperado el 13 de marzo de 2015, de <http://www.rookiemag.com/2015/03/march-4-2015/4/>
- Meredith. (13 de enero de 2015). *Rookie*. Recuperado el 12 de marzo de 2015, de <http://www.rookiemag.com/2015/01/the-shadow-of-a-doubt/>
- Millennial Marketing Production. (2010). *Millennial Marketing*. Recuperado el 13 de marzo de 2015, de <http://www.millennialmarketing.com/2009/09/gen-y-defined-by-creativity-not-technology/>
- Nikola. (20 de abril de 2013). *Magazine Designing*. Recuperado el 3 de marzo de 2015, de <http://www.magazinedesigning.com/magazine-columns/>

- Nylon. (26 de septiembre de 2014). *Nylon Magazine*. Recuperado el 5 de enero de 2015, de <http://www.nylon.com/articles/exclusive-emma-watons-spills-about-tavi-gevinson-friendship>
- O'Connor, K. (2013). *Slate*. Obtenido de [http://www.slate.com/articles/arts/books/2013/10/rookie\\_yearbook\\_two\\_by\\_tavi\\_gevinson\\_reviewed.html](http://www.slate.com/articles/arts/books/2013/10/rookie_yearbook_two_by_tavi_gevinson_reviewed.html)
- Ocean Drive. (2011). *Ocean Drive Venezuela*. Recuperado el 3 de febrero de 2015, de <http://www.oceandrive.com.ve/anunciate/>
- Oh! Nena. (2010). *Oh! Nena*. Recuperado el 2015 de marzo de 3, de <http://www.ohnena.com/store/es/about-oh-nena>
- Oh! Nena. (2012). *Oh! Nena Blog*. Recuperado el 16 de marzo de 2015, de <http://www.ohnena.com/blog/2012/09/shop-color/>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation*. Canadá: John Wiley & Sons.
- Outman-Stanford, H. (2012). *Collectors Weekly*. Obtenido de <http://www.collectorsweekly.com/articles/tavi-gevinson-remixes-teen-culture/>
- Paper Magazine. (2014). *Paper Magazine*. Recuperado el 17 de marzo de 2015, de [http://www.papermag.com/uploaded\\_images/PAPERmediakit\\_2014d.pdf](http://www.papermag.com/uploaded_images/PAPERmediakit_2014d.pdf)
- Prokop, R. (2013). Nobody's Perfect. En T. Gevinson, *Rookie Yearbook Two* (pág. 350). Toronto: Drawn & Quarterly.
- Quenqua, D. (18 de enero de 2015). *The New York Times*. Recuperado el 17 de marzo de 2015, de [http://www.nytimes.com/2015/01/20/science/millennials-set-to-outnumber-baby-boomers.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2015/01/20/science/millennials-set-to-outnumber-baby-boomers.html?_r=0)

Ramos, D. (2015). *Oh! Nena Blog*. Recuperado el 15 de marzo de 2015, de <http://www.oh-nena.com/blog/2015/01/sand-sounds/>

Revista DDA. (2014). *Revista DDA*. Obtenido de <http://revistadda.com/nosotros>

Revista DDA. (2014). *RevistaDDA*. Obtenido de <https://es-es.facebook.com/RevistaDDA>

Revista Etiqueta. (2011). *Revista Etiqueta Brochure*. Caracas.

Revista Ronda. (30 de junio de 2011). *Facebook Revist Ronda*. Recuperado el 5 de marzo de 2015, de <https://www.facebook.com/231609980197621/photos/pb.231609980197621.-2207520000.1426957674./231614070197212/?type=3&theater>

Rookie. (2014). *Rookie*. Recuperado el 3 de febrero de 2015, de <http://www.rookiemag.com/shop/rookie-yearbook-three/>

Rookie. (2015). *Rookie Magazine*. Recuperado el 3 de febrero de 2015, de <http://www.rookiemag.com/>

Rookie Magazine. (17 de mayo de 2013). *Rookiemag.tumblr*. Recuperado el 1 de febrero de 2015, de <http://rookiemag.tumblr.com/post/50658436547/rookie-is-hiring-were-looking-for-a-full-time>

Rookie Magazine London. (2015). *Rookie Magazine London*. Recuperado el 18 de abril de 2015, de <https://www.facebook.com/pages/Rookie-Magazine/200549866689271>

Rosenwald, M. (22 de febrero de 2015). *The Washington Post*. Recuperado el marzo de 17 de 2015, de [http://www.washingtonpost.com/local/why-digital-natives-prefer-reading-in-print-yes-you-read-that-right/2015/02/22/8596ca86-b871-11e4-9423-f3d0a1ec335c\\_story.html](http://www.washingtonpost.com/local/why-digital-natives-prefer-reading-in-print-yes-you-read-that-right/2015/02/22/8596ca86-b871-11e4-9423-f3d0a1ec335c_story.html)

SAP Blog. (18 de febrero de 2014). *Forbes México*. Recuperado el 17 de marzo de 2015, de <http://www.forbes.com.mx/millennials-cuando-el-trabajo-es-un-placer/>

Schulman, M. (27 de julio de 2012). *The New York Times*. Recuperado el 5 de febrero de 2015, de <http://www.nytimes.com/2012/07/29/fashion/tavi-gevinson-the-oracle-of-girl-world.html>

Sexo Sentido. (3 de abril de 2012). *Facebook SexoSentido, la revista*. Recuperado el 21 de marzo de 2015, de <https://es-la.facebook.com/pages/SexoSentido-la-revista/119584744725515>

Shin, N. (19 de agosto de 2013). *Cool Hunting*. Recuperado el 5 de marzo de 2015, de <http://www.coolhunting.com/design/jeremy-leslie-modern-magazine>

Siddal, L. (2012). *It's Nice That*. Obtenido de <http://www.itsnicethat.com/articles/we-interview-some-of-the-brains-behind-the-sqeal-worthy-rookie-yearbook>

Sumner, D., & Rhoades, S. (2006). *Magazines: A Complete Guide to the Industry*. Nueva York: Peter Lang Publishing, Inc. .

Tanenhaus, S. (15 de agosto de 2014). *The New York Times*. Recuperado el 17 de marzo de 2015, de <http://www.nytimes.com/2014/08/17/fashion/the-millennials-are-generation-nice.html>

Viction:ary. (2014). *New York*. Hong Kong : Viction Workshop ltd.

Watson, E. (Octubre de 2013). I Want It to Be Worth It: An Interview With Emma Watson. *Rookie Yearbook Two*, 350. (T. Gevinson, Entrevistador, & T. Gevinson, Editor) Canadá: Drawn & Quarterly.

Whitworth, M. (2011). *Telegraph.co.uk*. Obtenido de <http://fashion.telegraph.co.uk/article/TMG8743317/Tavi-Gevinson-launches-her-magazine-Rookie.html>

Wonderland. (2014). *Wonderland*. Recuperado el 17 de marzo de 2015, de [http://www.wonderlandmagazine.com/downloads/wonderland\\_mediakit.pdf](http://www.wonderlandmagazine.com/downloads/wonderland_mediakit.pdf)

Yepes Stork , R. (1997). La Persona como Fuente de Autenticidad de las Acciones Morales. En  
A. Sarmiento, *17 Simposio Internacional de Teología de la Universidad de Navarra* (pág.  
21). Navarra: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra.

## **Anexos**

Anexo A: Material Retazo Caracas 2015



MIÉRCOLES 23 DE JULIO

RETAZO LLC Y FUNDACIÓN YND HÉS  
Presentan



Invitada especial:



CONSTANZA OQUENDO  
DISEÑADORA

Con el host:  
GIANFRANCO BERNARDINELLI

Dj Sets De:



Miércoles 23 de julio LAGUNITA COUNTRY CLUB

Recepción: 6:30 PM

FASHION SHOW: 7:00 PM

AFTER PARTY: 9:00 PM

CARTA DE FELICIDAD SEMI LIBRE

Con la participación de



## Manual del Diseñador Retazo

### Material Retazo

El material Retazo está conformado por la ropa de segunda mano, telas y demás elementos recopilados durante la etapa de recolección. Cada diseñador recibirá una selección de este material, previamente revisado, categorizado y dividido por el equipo Retazo, con base en criterios que garantizan la mayor equidad posible, tales como:

- Cantidad.
- Tipo de tela o material.
- Calidad.
- Estilo.

### Las piezas

Cada diseñador creará cinco piezas de "dama":

- Casual.
- Noche.
- Playa.
- Cóctel o gala.
- Venezolana.

\*Punto flexible: Si se le imposibilita entregar las cinco, puede realizar menos piezas. Además, es libre de plantear realizar alguna/s de las categorías para "caballero", si es de su preferencia.

### Requisitos para las piezas

#### ✓ Hilo conceptual o estético

La pequeña colección de cada diseñador debe llevar un nombre escogido por él. Las cinco piezas que la integran deberán estar enlazadas, bien sea a nivel estético, o a nivel conceptual. La idea es que se pueda reconocer su sello personal.

#### ✓ 80% de Material Retazo

Cada pieza deberá estar elaborada con una mayoría significativa de ropa de segunda mano, y/o telas y materiales provenientes de la bolsa entregada por el equipo Retazo. Dentro de ese porcentaje, el diseñador también tiene permitido valerse de lo que directamente encuentre, siempre y cuando entre dentro de esta categoría (ropa de segunda mano, piezas de colecciones pasadas, retazos de tela, etc.). En el 20% restante, el diseñador es libre de utilizar el material que desee (Retazo o no).

#### ✓ Debe etiquetar

El diseñador deberá colocar en cada pieza la identificación de su marca, con las instrucciones sobre el cuidado adecuado de la ropa. Adicional a eso, el equipo Retazo le colocará una etiqueta propia.



### Nota de desprecidio

Con el fin de sacarle el máximo provecho a todo el material, luego de que el diseñador haya terminado sus piezas, deberá entregar la ropa de segunda mano que no utilizó al equipo Retazo. Este se encargará de que esa ropa llegue a personas que la necesitan.

### Los modelos, tan únicos como las piezas

El equipo Retazo seleccionará a un grupo de modelos conformado por jóvenes de rasgos, colores, estaturas y cuerpos distintos; al igual que con intenciones, carismas y personalidades diferentes, y provenientes de las más diversas áreas (estudiantes, bloggers, DJs, de los medios, etc.). El criterio es que no hay criterio; cada una de ellas resalta por su belleza y autenticidad interna y externa; por aceptarse y valorarse por ser quien es; una persona tan única, exclusiva y sin igual, tal y como los diseños que exhiba.

Cada pequeña colección contará con cinco modelos (una por pieza). El diseñador podrá escoger entre los modelos que le presentamos, o también sugerir otros (siempre y cuando no todos sean profesionales).

### Paso a seguir

1. Una vez que el diseñador haya recibido el material Retazo, puede proceder a crear sus diseños; pero antes **deberá fotografiar** (preferiblemente no con celular) **todo lo que vaya a utilizar**; esto con el objetivo de que cuando un cliente adquiere la pieza reciba un certificado con la foto de su origen.
2. Cuando el diseñador haya conocido y seleccionado los cinco modelos (en un evento que próximamente se anunciará), deberá fijar encuentros con ellas para tomar las **medidas** y realizar los **pruebas**.
3. Al haber terminado las piezas, el diseñador le deberá entregar al equipo Retazo el material sobrante.
4. Se programará una sesión de fotos para realizar el **Lookbook** del evento.
5. Se puntará una fecha para el ensayo general del desfile.
6. El desfile: Retazo Caracas 2014.

### Maquillaje, peinado y estilismo

Cada diseñador escogerá el maquillaje, peinado y estilismo que acompañará a sus diseños. El día del desfile se contará con personal especializada en estas áreas, y tendrá a su disposición productos de maquillaje y cabello. No obstante, el diseñador puede trabajar con su equipo; para ello, deberá entregar la lista con los integrantes que lo conforman.

### Accesorios y Calzado

Entre los aliados de Retazo, se encuentran marcas y diseñadores de zapatos y accesorios que prestarán sus piezas para el desfile. Sin embargo, cada diseñador es libre de utilizar los traídos por él.



### UNO MÁS

Es un asociado de los tres de la U, creado por un grupo de familias y amigos de personas con Síndrome de Down, para trabajar en pro de su inclusión e integración.

Para conocer su misión, mira siempre información actualizada, buscando espacios para su integración e involucrándose activamente en la actividad con UNO MÁS.

### SALUD

Los niños/as con Síndrome de Down deben recibir una cuidadosa evaluación médica para identificar condiciones que pueden acompañar al síndrome.

Con el seguimiento de un programa de medicina preventiva adecuada y la realización de procedimientos de Atención Especializada, las personas con Síndrome de Down podrán disfrutar de una gran calidad de vida de forma saludable.



### ASPECTO DE DESARROLLO

Las Inteligencias Múltiples que se genera integración con la comunidad educativa y social. Influye positivamente en su desempeño como individuo y como miembro de un hogar, un emprendedor y dentro a sus comunidades, un programa de estimulación temprana y educación inclusiva con adaptaciones curriculares.

Gracias a los avances de la medicina y los programas de esta rama, hoy existen más posibilidades para las personas con Síndrome de Down. La sociedad debe proporcionar para recibir a estas personas con Síndrome de Down.

Personas que durante años han trabajado para lograr su inclusión, el mundo requiere respuestas de más educación en escuelas, capacitaciones para recibir trabajo, desarrollo de emprendimientos como emprendedores, procedimientos para una vida de bienestar para poder ser UNO MÁS.



### EDUCACIÓN

Las leyes educativas garantizan el derecho a recibir educación apropiada en aulas regulares a las personas con Síndrome de Down, de la misma forma en la que se lo garantiza cualquier otra persona.

Se entiende de responsabilidad tener en cuenta que el centro educativo tenga las condiciones apropiadas para una integración real y efectiva.

Un cromosoma más, Un apoyo más, porque todos somos UNO MÁS



### ¿Conoces sobre el Síndrome de Down?

Es una condición de los cromosomas que causa un retraso en el desarrollo.

No tiene relación con ninguna raza, nacionalidad, religión o nivel socio económico.

Aproximadamente 1 de cada 1000 niños nace con Síndrome de Down.

Cerca del 80% de los bebés nacen de madres mayores de 35 años de edad.

Si se habilita mentalmente, el desarrollo físico y el comportamiento van mejorando.

Es notable el beneficio que reciben al contar con el amor y el apoyo de sus familias, generando mejores aprendizajes y su aceptación e integración en la sociedad.

En su ámbito, muchos de ellos obtienen trabajos, viven de forma independiente y disfrutan de una vida social como UNO MÁS.

### Conoce más... a nuestros países con Síndrome de Down

- La Fundación UNO MÁS México de ASESORIA E INTERVENCIÓN A LOS PADRES CON SÍNDROME DE DOWN
- Las FUNDACIONES CON SÍNDROME DE DOWN CHILE Y URUGUAY
- El SÍNDROME DE DOWN DE JERUSAÉN POR LA FUNDACIÓN UNO MÁS
- El SÍNDROME DE DOWN EN LAZARTE DE LOS RÍOS EN ESPAÑA
- El UNO MÁS ESPAÑA, el primer club de SÍNDROME DE DOWN



CONTACTOS  
[www.fundacionunomas.org](http://www.fundacionunomas.org)

☎ +52 (424) 170 1114

📧 [fundacionunomas@gmail.com](mailto:fundacionunomas@gmail.com)

📧 [fundacionunomas@gmail.com](mailto:fundacionunomas@gmail.com)

📱 Fundación Uno Más



Anexo B: *Nobody's Perfect* (Nadie es Perfecto)

# Nobody's Perfect

*It took me a long time to realize that included me.*

By Rachael. Playlist lettering by Lisa Malone.

When I was younger, I could go hungry at a restaurant because I was scared to give the cashier my order, and then be onstage in my weekly drama class a few hours later, strutting my stuff with my performing-arts pals. My hand would often be the first to shoot up in the classroom, but I once burst into tears when I had to read an essay of mine aloud. I baffled my parents and my friends—the drama kids couldn't figure out why I turned into a wallflower onstage, and everyone else in my life didn't know what to make of me when I wasn't acting shy.

Simply put, I was TERRIFIED of negative attention. I'd rather freeze up and not do anything than say the wrong thing and be criticized for it. At the same time, I was hungry for praise, and I structured my life around getting a lot of it. I was good in school, so I spoke up in class and took every extracurricular that I had room for. Teachers loved me, I won academic awards left and right. Drama allowed me to express myself without having to come up with my own words, and as long as I worked really hard to please the director, I couldn't go wrong—at least not until I left school. My community-theater dreams were shattered by three failed auditions, and after that I stuck to classes and clubs, where I was always guaranteed parts.

My anxiety didn't end in the classroom. I'm a naturally shy person, and I used to want all my interactions to go perfectly, so I practically wrote them out in advance, always terrified that the other person would go off-script and force me to think on my

feet. If I was ordering food, for example, I'd expect the waitress to ask what I wanted, I'd tell her, then she would leave. If she unexpectedly asked me what toppings or sides I wanted with my burger, I was rattled and took WAY too long to decide. Or worse, she might be chatty and ask a completely unrelated question about my day, and now my whole narrative was off and I wouldn't know how to answer. Do I just say "good" or do I give a full rundown, and then how do I segue back to my order, and oh no, I'm taking too long to answer and I look like an idiot. WHY DOES THIS KEEP TO HAPPEN TO ME? Even the prospect of feeling awkward counted as negative attention, which made me more awkward, because now I was this creepy quiet girl who would turn to stone when asked to do ordinary things like order a hamburger.

I can't tell you how many times my parents cajoled me into doing something I didn't want to do, like cash a check at the bank, and then I'd make a tiny little mistake, like writing down my routing number instead of my account number, and I'd stutter a little bit but pretend to laugh it off even though I was dying inside because I'd made a stupid mistake and now the teller was thinking that I was a dumb teenager who didn't know how banking works. I'd get outside and yell at my parents, "DID YOU SEE WHAT HAPPENED? You made me do this and it all went wrong and don't you feel terrible?" And they'd just shake their heads, wondering where they went wrong raising me.

In those cases, my social anxiety was extreme and noticeable, but I think the more damaging stress I dealt with is something that many, many people experience: I was working so hard to be perfect that I took any sort of reprimand or critique or social misstep as a judgment on my character.

As you can imagine, school was a minefield. When I was six or seven, I once got caught climbing a tree on the playground, and I'll never forget how sick I felt after my teacher yelled at me to get down. It was like I'd done something very, very wrong and it could never be rectified. I couldn't understand why all my friends, who'd also gotten scolded, were able to happily play somewhere else—it took me all day to get over it.

In high school, I wanted to get good marks on all my assignments, because being an honors student earned me the praise I desired, but also because when I didn't live up to my high standards, I'd be crushed. Math was my weak point, and the few Cs that made it onto my report cards stood out as black marks that would forever paint me as a failure. Even constructive criticism could shake me up, like the note I once got on a creative writing assignment to come up with a "punchier ending." The teacher loved the piece, but the ending was mediocre, and now that I was aware of it, I felt terrible for turning in that piece of crap.

That same sick feeling I got as a kid after climbing that tree was triggered any time I did something wrong, like accidentally hurt someone's feelings or make a mistake

attitude By Dylan

1. Teenage Timebomb — The OKmoniks
2. All About Me — The Catch
3. I'm in Love With Myself — Bad Sports
4. Just a Kid — Milk 'n' Cookies
5. Bad Kids — Black Lips
6. Zit — Happy Birthday

## Anexo C: Entrevista a Ema Watson

are parts of the story that are resonant no matter what.

No, not at all! It's funny, *Peris* was really hard for me to talk about, because I think the person that people imagine me to be is someone who hasn't gone through a lot of the issues that are talked about in the movie. When people see me, I'm on the red carpet, perfectly dressed and styled, after two hours of hair and makeup, I'm putting on a show. So when I explain that I have moments when I feel dark or insecure, I understand how it might not really ring true, because there's this weird double-life thing I have going on. But I really related to Sam and Charlie's friendship, because I have a very, very close male friend who has been friends with me since I was 15, 16, and I know that sometimes you just need someone who sees you differently from how you see yourself to make you love and believe in yourself. I really related to that. And I have a stepbrother, David, and [our relationship] reminds me a lot of the relationship that Sam has with

Patrick in the movie. Also, I went to an all-girls secondary school, and I know that feeling where you're at school and it's

intense and that group of people [you know there] are the be-all and end-all, and what they think of you is how you think it's gonna be for the rest of your life. What I loved about *Peris* was that it was a fable where school was like this ecosystem with its own standards and all these cliques, and you have to try to assign yourself to one of them. I so identified with that feeling of, like, "I don't feel accepted by this particular group of people, therefore there's something wrong with me." And actually that isn't the case. The world, especially when you get to college, really opens out, and things do get better.

Just yesterday my friend emailed me an article called "Why You Never Truly Leave High School."

It's so true! It's crazy!

It's horrible! I feel like it's so easy to feel that way, but this article backs [that feeling] up with all these crazy studies about how certain fears really do stick with you into adulthood. It was kind of scarring. I think that even though you're part of something larger—the rest of the world—that you can explore once you graduate, if there isn't a place for you in high school it's hard to remember that. It's easy to feel like *This is how I'll be forever!* You have to remind yourself, like, *I'm 17. I'm going to change. Peris captured that fear so well but made me feel like it would still be OK.*

It's very hard, even though it's true [that things will change], to overcome those feelings. I'll go back to my hometown and I'll go to the pub and see the guys I grew up with, and it's so crazy—I immediately go back to who I was when I was 12, when I thought I was just totally inadequate.

I think a lot of insecurity has little to do with reality. One thing I think about a lot and talk about on *Rookie* is how embarrassed you can be of yourself, and how when you're a teenager you change a lot and constantly try to get away from who you used to be—I

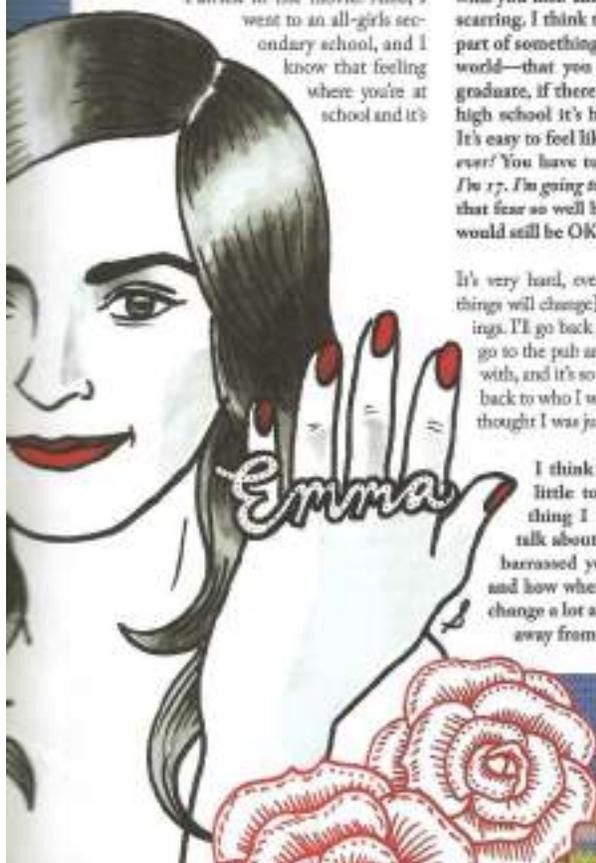
think that's intensified if you are at all in the public eye. Do you ever feel like that? Like it's not only the boys at home who can remind you of the "totally inadequate" person you used to be—it's this whole public documentation of your life?

It's called the impostor syndrome. It's almost like the better I do, the more my feeling of inadequacy actually increases, because I'm just going, *Any moment, someone's going to find out I'm a total fraud, and that I don't deserve any of what I've achieved. I can't possibly live up to what everyone thinks I am and what everyone's expectations of me are.* It's weird—sometimes [success] can be incredibly validating, but sometimes it can be incredibly unnerving and throw your balance off a bit, because you're trying to reconcile how you feel about yourself with how the rest of the world perceives you.

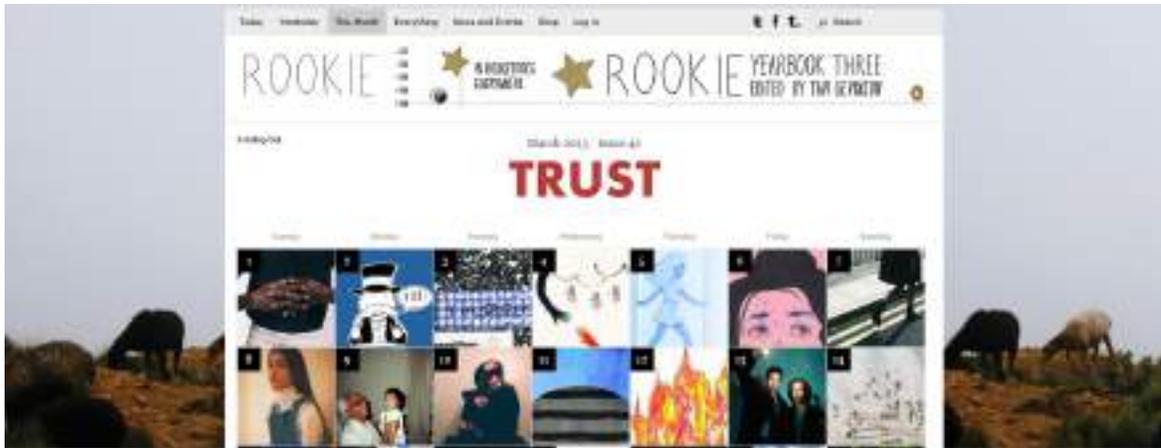
I paint and I draw and I write and I do other things too, and recently some people at school were asking if I'd ever publish any of my [written] work. But I almost feel like I would have to publish it under another name—just because there's a definition of me out there that feels kind of stuck in the moment when it was formed. I was 15 or 16 then, and I'm now 23. I'm not complaining, because people really have given me permission to evolve and have been very supportive of my work outside of Harry Potter. So I don't feel too suffocated in that sense. But sometimes I've felt a little constrained by that idea of who I'm meant to be. Every article that's published about me has some reference to *Hogwarts* or *Hermione* or *magic* or "What would Harry and Ron say?"

But I just can't allow myself to get frustrated by that, because I'm really proud to have been part of Harry Potter and proud of the work that I did on those movies. And it's understandable—you can't expect people to adjust their expectations overnight. I think it would be stupid to try and fight it too much. But certainly if I were to do anything else, I think I would have to create another kind of identity for myself that I could do it under.

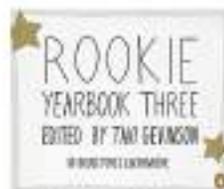
Why is it important to you to have other outlets like writing or drawing?



Anexo D: Imagen de la página web Rookie Magazine



Everything



Categories

- about
- art
- books
- comics
- documentary
- entertainment
- food
- health
- interviews
- music
- opinion
- photos
- reviews
- short stories
- travel
- video
- writing

About Rookie

Rookie is a website for teenage girls, with monthly themed content, fun games, freebies, news, reviews, and more. We're a fun, friendly, and safe place to find out what's hot and what you need to know. We're about the people who write the things here.

Rookie Tags

people-watching, making-advice, beauty, education, inspiration, interviews, daily-quotes, art, book, fun, health, music, movies, tv, video, writing, advice, fashion, relationships, health, style, beauty, education, travel, food, books, inspiration

Saturday Links: *Throw Like a Girl Edition*

Plus: [Florida's Choice to Open](#), [Women's World Championship](#), and [Indiana's School System](#). [AOL's](#), [Cleveland](#), [Diners](#), [L.A.C.S.](#), [NBA](#), [NFL](#), [Rays](#), and [Spartans](#).

Sunday Comic: *Don't Fail Me Now*

[Why](#) is the [best](#) [comic](#) [book](#) [series](#) [ever](#) [made](#)?



Friday Playlist: *Girl Power*



Down in the South



Stay Vulnerable: An Interview With *LeVar Burton*

It's a new people-pleaser theme in **BOTH SIDES NOW**, which considers the topic of **diversity** in **THE BIG QUESTIONS**, whatever form you see. If you've got a project or pitch about **social change** in a **black and white**, please email it to [info@thebigquestions.com](mailto:info@thebigquestions.com).

Anexo E: Tabla categorías de Rookie Magazine y tipos de artículos

Tabla E4

Categorías de Rookie Magazine y tipos de artículos

Secciones	Tipos de artículos
<b>“Music”</b> : Música en todas sus formas, estilos e intérpretes.	<p>- <b>“Friday Playlist”</b>: Cada viernes, es lanzada una nueva lista de canciones, que giran en torno a cierta ocasión, tema, género, época, emoción, etc.</p> <p>- <b>“A video premier”/“a song premier”</b>: Los estrenos de un video o canción son siempre buenas excusas para realizar una entrevista.</p> <p>- <b>“Music that...”</b>: Listado de discos para sentirse de cierta forma.</p> <p>- <b>“Hero Status”</b>: El camino de una estrella que hizo historia musical.</p>
<b>“Live through this”</b> : Para lidiar con ciertas situaciones y momentos de la vida.	Pensamientos, consejos e historias de dificultades y superación
<b>“Movies + tv”</b> : Sobre el cine y la televisión.	<p>- <b>“Why I can’t be you...”</b>: Una entrevista o recorrido por la trayectoria de una celebridad que se admira por su originalidad, talento, trabajo y/o estética.</p> <p>- <b>“Literally the best thing ever...”</b>: Artículo sobre una película, serie, personalidad, personaje, género, o algún otro tema del cine o la televisión que apasiona y obsesiona al redactor.</p> <p>- <b>Entrevistas</b> a directores, actores, elencos, y otras figuras del cine y la televisión, del momento o de otros tiempos; legendarias o en auge; íconos o en las miradas del momento.</p> <p>- <b>“Movies and TV shows about...”</b>: Lista de películas y programa de televisión que tienen en común cierto elemento.</p>
<b>-“Dear diary”</b> : El colaborador comparte un día de su diario.	Notas, confesiones, reflexiones y experiencias.
<b>“You asked it”</b> : Miembros de la revista responden las interrogantes sobre diversos tópicos presentadas por los lectores.	<p>- <b>“Oh! You Pretty Things”</b>: Consejos y respuestas de salud y belleza.</p> <p>- <b>“Damn Girl Ya Look Good”</b>: <i>Tips</i> de estilismo.</p> <p>- <b>“Ask a Grown Man”</b>: Hombres adultos aconsejan sobre un tópico en un video.</p> <p>- <b>“Ask a Grown Woman”</b>: Mujeres adultas aclaran en un video una confusión con respecto a un asunto.</p> <p>- <b>“Just Wondering”</b>: Respuestas a inquietudes de temas tan variados como la amistad, la elección de universidad, desórdenes alimenticios (solo por nombrar unos).</p>
<b>“Fiction” (ficción)</b> : Relatos ficticios	Cuentos, historias.

<p><b>“Tech”</b>: Sobre tecnología.</p>	<p>-<b>“Why I can’t be you...”</b>: Una entrevista o recorrido por la trayectoria de una personalidad del mundo de la informática y la tecnología.          -<b>“Literally the best thing ever...”</b>: El escritor desarrolla un texto sobre un videojuego, programa, invención, equipo, etc., que tiene muy por alto.          -<b>“DIY”</b> Cómo hacer en casa un aparato, tal y como una computadora.          -<b>Recomendaciones</b> sobre video juegos.          -<b>“The Rookie Gift Guide”</b>: Guía para regalar objetos interesantes.</p>
<p><b>“Eye candy”</b>: Colirio para los ojos, y grandes inspiraciones para ponerse manos a la obra.</p>	<p>Editoriales, ilustraciones, collages e imágenes.</p>
<p><b>“Style”</b>: Todo lo que de estilo se trate.</p>	<p>-<b>“The Rookie Gift Guide”</b>: Bellos detalles para regalarle a chicas y mujeres.          -<b>Editoriales de moda</b> (fotografías) con conceptos, historias y estilos llamativos. (Cada una se llama de forma distinta)  <b>“Secret Style Icon”</b>: Cómo lograr el look de una personalidad o personaje de reconocido estilo; o simplemente, un encuentro con ese sujeto.  <b>“DIY”</b>: Tutoriales y técnicas para sorprenderse a uno mismo con maquillajes, peinados, prendas y accesorios.          -<b>“Literally the Best Thing Ever”</b>: Ensayo sobre una persona o tema del mundo de la moda, que el redactor considera lo mejor que existe en estilo.  <b>“Hero Status”</b>: Un paseo por la trayectoria de una figura que impone tendencias y crea nuevos universos.  <b>“Because You Can”</b>: Consejos que impulsan a tomar riesgos y reinventar la apariencia.</p>
<p><b>“Books + comics”</b>: sobre libros, comics, gente que escribe y el proceso creativo.</p>	<p>-<b>Entrevistas</b> a autores (cada una tiene su propio nombre).          -<b>“Sunday Comic”</b>: Cada domingo es lanzada un nuevo comic.          -<b>“Books about...”</b> (en el sumario; los títulos varían): Lista de libros sobre ciertos temas, para algunos gustos, o para situaciones concretas.          -Entrevistas          -<b>“Why Can’t I Be You”</b>: Encuentros con escritores apreciados.          -<b>“Stories about...”</b> (aparece en el sumario): Diferentes voces cuentan historias sobre un mismo asunto.          -<b>“The Rookie Gift Guide”</b>: ¿Por qué no regular un libro? Ideas y sugerencias al respecto.          -<b>“Literally the Best Thing Ever”</b>: Un escrito sobre un tema</p>

	que apasiona de los libros y los comics. <b>“Hero Status”</b> : Personajes y escritores ejemplos a seguir.
<b>“Sex and love”</b> : Historias, consejos y entrevistas sobre el amor, el enamoramiento, los romances, las citas, el cuerpo, el respeto y aceptación propia, el sexo, los rompimientos, entre otros.	(Los títulos varían con los artículos)
<b>“You said it”</b> : Puntos de vista completamente propios.	- <b>“Friend Crush”</b> : Una chica habla sobre su mejor amiga, y luego, es entrevista al respecto. - <b>Foto diarios</b> (no título determinado).
<b>“Fun”</b> : Piezas para reír, y tomarse un poco menos en serio las cosas.	- <b>“Why Can’t I Be You...”</b> : Artículo sobre una figura del mundo de la comedia. - <b>Tips</b> para ser gracioso. - <b>Entrevistas</b> con humoristas. - <b>“Literally the Best Thing Ever”</b> : Un texto sobre un aspecto de la cultura pop que se disfruta, y a la vez causa gracia. - <b>“DIY”</b> : Cómo hacer objetos divertidos. - <b>“The Rookie Gift Guide”</b> : No las más corrientes listas de regalos.
<b>“Everything else”</b> : Otros asuntos menos específicos.	- <b>“Editor’s Letter”</b> : Tavi Gevinson se dirige a los lectores cada comienzo de mes, y habla sobre el tema correspondiente a tal edición. - <b>“Saturday Links”</b> : Los temas y noticias en boga.
Fuente: Elaboración propia con base en <i>Rookie Yearbook Two</i> (Gevinson, 2013).	

## Anexo F: Kit de Medios



**CELEBRACION DE VOCES JOVENES DE VENEZUELA. QUE PIENSAN, SE INSPIRAN Y CREAM. PARA HACER QUE OTROS PIENSEN, SE INSPIREN Y CREEN**

**EL LIBRO DE RETAZOS** es una publicación venezolana anual, impresa e independiente; de jóvenes, creada por jóvenes y para jóvenes, para difundir cultura en todas sus expresiones.

Arte, diseño, literatura, moda, cine, música, teatro; desde un asunto más global (o internacional), como un tributo a Lou Reed, hasta un tema criollo como La Sayona.

Forma + Fondo van de la mano.





### Nuestros lectores, almas curiosas

Entre los 15 y los 35 años  
aproximadamente.

Creativo, auténtico, con ambiciones profesionales, sociable, culto, amante del arte, lector habitual, poco convencional, fanático de la belleza en toda su diversidad, coleccionista; marca un estilo propio; le orgullece tener una voz y visión propia.



### Nuestros colaboradores, inspirados e inspiradores

Personas auténticas, creativas, emprendedoras, críticas, sensibles y conscientes; todas ellas únicas, sin miedo a ser distintas, se aceptan tal y como son, y hacen de sus imperfecciones o puntos débiles, sus fortalezas.

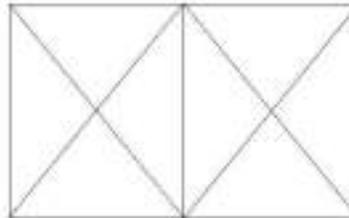


### Anunciantes

#### Especificaciones técnicas



Una página  
278 x 216 mm



Doble página  
558 x 432 mm

Enviar cada hoja en un archivo aparte

Resolución de 300 dpi; en PDF (preferible),  
TIF o EPS.

Anexo G: Tabla Escritos y editoriales por tema Rookie Yearbook Two

Tabla G5:

Escritos y editoriales por tema Rookie Yearbook Two

Tema	Escritos	Editoriales (fotografía)
<i>Paradise</i> (paraíso)	<p><b>Editor's Letter:</b> Carta de la Editora.</p> <p><b>-Secret Wounds (live through this):</b> Sobre admitir que se necesita ayuda.</p> <p><b>-A Tried and True Map to Paradise (live through this):</b> Notas de una madre en la oficina de pasaporte, sobre cómo nunca se termina de poner la vida en orden. + <i>playlist</i> (lista de canciones).</p>	<p><b>-Come to the Sunshine (style):</b> floral.</p> <p><b>Me and You and Everyone We Know (style):</b> Testimonio sobre la identificación de género de la mano con estilos <i>funky</i>.</p> <p><b>-Summer Is Ready When You Are (style):</b> Dulces pasteles veraniegos.</p>
<i>Freedom</i> (libertad)	<p><b>Editor's Letter.</b></p> <p><b>-I didn't realize I could be this loud and heard so far away: An interview with Carrie Brownstein (music):</b> Entrevista sobre cómo ser una estrella de rock, comediante, escritora, y un regalo para la humanidad.</p> <p><b>-Body Conscious (sex + love):</b> El cansancio de sentirse mal por la imagen propia, + <i>playlist</i>.</p> <p><b>-Sneaking Around (live through this):</b> De cómo muchas veces uno mismo es quien se cierra las puertas.</p> <p><b>-Eating, a Manifesto (anything else):</b> Las mujeres no se tienen que avergonzar por querer y comer comida.</p> <p><b>-This Is How It Feels to Be Free (live through this):</b> De cómo el feminismo se puede convertir en una prisión si gira en torno a la rabia.</p> <p><b>-Embrace Your Ignorance: An Interview With Neil deGrasse Tyson (everything else):</b> Entrevista con un astrofísico acerca del misterio del universo.</p>	<p><b>-I Just Wanna Get Along (eye candy):</b> Rebelde, <i>sport</i>, y relajada.</p> <p><b>-Drugstore Cowgirl (eye candy):</b> Estilo irreverente de los 90s.</p>

<i>On the Road</i> (en el camino)	<p><b>Editor's Letter + playlist.</b></p> <p><b>-Queens of the Neighborhood: A tutorial (style):</b> Haz tu propia chaqueta de jean, + <i>playlist</i>.</p> <p><b>-Where your Book Begins (fun):</b> Consejos para llevar diarios personales.</p> <p><b>-Lone Rider (fiction):</b> Un cuento sobre paradas técnicas y comida chatarra.</p>	<p><b>-Queens of the Neighborhood (style):</b> Una banda de chicas con chaquetas DIY.</p> <p><b>-Summer of Love (eye candy):</b> Diario fotográfico de viaje de carretera por Estados Unidos, + <i>playlist</i>.</p> <p><b>-The Magic Hour (eye candy):</b> Estilo etéreo, 70s.</p>
<i>Drama</i>	<p><b>-Editor's Letter.</b></p> <p><b>-On Falling Apart (live through this):</b> La anécdota de una chica diagnosticada de bipolaridad, y sobre cómo le hizo bien ser consciente de lo que tenía.</p> <p><b>-Ten Rules for Writers (books + comics):</b> Verdades para escribir.</p> <p><b>-How to Get Rejected from College (live through this):</b> Cómo sobrellevar no haber entrado en la universidad que se aspiraba.</p> <p><b>-Saving Yourself (live through this):</b> No dejes que el drama de otros te afecte.</p>	<p><b>-All Dressed Up and Nowhere to Go (eye candy):</b> El glamour de antes.</p>
<i>Play (jugar)</i>	<p><b>Editor's Letter + playlist.</b></p> <p><b>-Risk-Y Business (live through this):</b> Una amistad destruida por el juego Risk, + <i>playlist</i>.</p> <p><b>-Literally the Best Thing Ever: M.I.A. (music):</b> En una cantante es posible fusionar el arte y el activismo.</p> <p><b>-A Guide to Ghost Hunting (fun):</b> Consejos para ir en busca de fantasmas.</p> <p><b>-It Takes a Lot to Laugh (live through this):</b> De cómo lidiar con el racismo con un poco de humor.</p> <p><b>-On the Outside Looking Out (live through this):</b> Los <i>outcast</i> pueden ser tan excluyentes como los populares, + <i>playlist</i>.</p>	<p><b>-Creature Fear (style):</b> Al estilo de criaturas excéntricas.</p> <p><b>-Scary Movie (eye candy):</b> Terror colegial.</p> <p><b>-Garbage Pail Kids (style):</b> Circo pop.</p> <p><b>-One, Two, Something's Coming for You (eye candy):</b> Dulce, truco o estilo.</p>

---

<i>Faith (fe)</i>	<p><b>Editor's Letter.</b></p> <p><b>-On Being a Late Bloomer (live through this):</b> El éxito no se obtiene de un día a otro, + <i>playlist</i> + <b>cartas de Tarot (con fotografías tipo editorial).</b></p> <p><b>-I Want to Believe (you said it):</b> El conflicto de querer creer en la ciencia, el feminismo y Allah.</p> <p><b>-Literally the Best Thing Ever: God (live through this):</b> Sobre encontrar a Dios en todas las cosas.</p> <p><b>-Beyond Belief (live through this):</b> Dos ateístas conversan sobre el ateísmo, + <b>Build your Own Shrine</b> (un espacio y calcomanías para hacer tu propio santuario).</p> <p><b>-Mad Love (sex + love):</b> Reflexión sobre cómo los amores que duelen no son los que más convienen.</p>	<p><b>-Miss You Most of All (eye candy):</b> Un tributo al mágico lugar que visita cuando extraña a su mamá, la tierra de Oz.</p> <p><b>-City of Angels (eye candy):</b> Irreverentes en blanco y negro.</p> <p><b>-With You and Without You (eye candy):</b> Inspirada en el tradicional Día de los Muertos mexicano, recuerda a su padre celebrando su vida.</p>
<i>Passion (pasión)</i>	<p><b>Editor's Letter.</b></p> <p><b>-Smashed (music):</b> Enamorarse y desenamorarse de una banda favorita.</p> <p><b>-Love at First Sight (sex + love):</b> De los efectos químicos y psicológicos del amor a primera vista, y cómo lidiar con esto, + <b>Cootie Catcher fortune teller</b> (saca piojos adivino) + <i>playlist</i>.</p> <p><b>-This Charming Man: An Interview With Morrissey (music):</b> Entrevista sobre vivir en el presente y ser escuchado a través de la música.</p> <p><b>-Literally the Best Thing Ever: Stevie + Christine (music):</b> Una amistad que sobrevivió a <i>Fleetwood Mac</i>, y de cómo en las mejores amigas se puede encontrar siempre una que recuerda a Stevie y otra, a Christine, + <i>playlist</i>.</p>	<p><b>-Everybody knows this is Nowhere (eyecandy):</b> Los 70s femeninos.</p>

---

Fuente: Elaboración propia con base en *Rookie Yearbook Two* (Gevinson, 2013).

En las columnas dos y tres (Textos y Editoriales), aparecen entre paréntesis las categorías en las cuales se ubican las piezas en la página web.

Anexo H: Imagen de la página Web revista DDA



¡Descargando la XH edición de DDA! ¡Válida la revista de cultura pop para hacer  
 programas digital con sus repertorios impresores y gráficos. Nuestra marca clásica: "Rodrigo"  
 "Eduardo", quien se ha basado al mundo como artista con su marca personal "Rodrigo"  
 "Rodrigo Soto" también es responsable de diseñar nuestra página digital, así  
 como nuestras tarjetas y tarjetas de presentación por el arte de "Rodrigo".  
 En nuestra revista de la revista, una revista en papel y nuestra revista digital que hemos  
 preparado para ustedes.

Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad en su totalidad. Prohibida la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad en su totalidad. Prohibida la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad en su totalidad.



COMENTAR



COMENTAR



COMENTAR



**@ANDREWKNAPP**

Una de las cosas que me gusta hacer es hacer videos de los perros que me gustan. El  
 Andrew Knapp es un perro que me gusta mucho. Él es un perro que me gusta mucho.  
 Él es un perro que me gusta mucho. Él es un perro que me gusta mucho. Él es un perro que me gusta mucho.

**@IFITWAGS**

Siempre me gusta hacer videos de los perros que me gustan. El  
 If It Wags es un perro que me gusta mucho. Él es un perro que me gusta mucho.  
 Él es un perro que me gusta mucho. Él es un perro que me gusta mucho. Él es un perro que me gusta mucho.

**@CUREANDTHEBEAST**

Esta es la historia de un perro que me gusta mucho. El  
 Cure and the Beast es un perro que me gusta mucho. Él es un perro que me gusta mucho.  
 Él es un perro que me gusta mucho. Él es un perro que me gusta mucho. Él es un perro que me gusta mucho.

**@BIGBYVANWINKLE**

Esta es la historia de un perro que me gusta mucho. El  
 Bigby Van Winkle es un perro que me gusta mucho. Él es un perro que me gusta mucho.  
 Él es un perro que me gusta mucho. Él es un perro que me gusta mucho. Él es un perro que me gusta mucho.

Anexo I: Imagen de la página web del nlog Oh! Nena

## EL VESTIER



### EL VESTIER

by Oh!Nena · May 5, 2015 · No hay comentarios

El Vestier. Proyecto que nos permite exhibir el diseño de prendas que admiramos, que nos inspiran. Más allá de ser sólo lugar para mostrar nuestra pasión, el diseño inspira la personalidad de su dueño. Tan personal como nuestro hogar es interior, su interior, nos inspira, nos inspira y también a otros...

## LATEST ENTRIES



### ARTE · MÚSICA · MODA

## Fashion Weeks: Amira Sain por Oh!Nena

by Oh!Nena · Mar 22, 2015 · No hay comentarios

Ya terminó el mes de la moda. Los cuatro ciudades más importantes de la industria: Nueva York, Londres, Milán y París tuvieron su semana de presentaciones. Cada una de las ciudades se caracterizó por su propia manera de ser. Este mes de la moda, las cosas que muestran las modistas de las ciudades de...

## STORE

FACEBOOK

TWITTER

TUMBLR

PINTEREST

Anexo J: Tabla Categorías y secciones del blog Oh! Nena

Tabla J6:

Categorías y secciones del blog Oh! Nena

Categorías	Secciones
Arte	Entrevistas Ilustradas: Se conoce a un artista mediante su trabajo.
	Mujeres Artistas: “Porque somos mujeres y porque nos gusta el arte” (Oh! Nena, 2012). Reseña o entrevista sobre una de estas talentosas.
Música	Monotema: “@medicenmarie nos deleita con una de sus más grandes obsesiones (y pasiones): las canciones. Una canción y una anécdota quincenal” (Oh! Nena, 2012).
	<i>Sans Sounds</i> : La curiosidad y el amor por la música clásica (Ramos, 2015).
Moda	Inspiración: Desde una musa del estilo hasta una pieza de arte tienen poder para influenciar. Para este blog es fundamental tomarse un tiempo para inspirarse. “Lee, camina, dibuja, conversa, informa, escribe lo que sientes o lo que piensas. No se trata de suprimir el contexto actual en el que vivimos, sino recibirlo de otra manera. Comenzar a mirar desde otro lugar” (Oh! Nena, 2014).
	El Vestier: Proyecto que muestra el armario de personas admiradas e inspiradoras. “Más allá de simple lugar para guardar nuestra ropa, el closet expresa la personalidad de su dueño. Tan personal como nuestro historial en internet, es íntimo, nos describe, nos define y, también a veces,...” (Oh! Nena, 2012).
	Estilosas: “Mujeres que más allá de como lucen y se visten, tienen encantos particulares” (Oh! Nena, 2012).
Belleza	Manos a la Cabeza: Consejos y <i>tips</i> sobre el cuidado del pelo, porque “si algo nos evidencia como mujeres, es la importancia que muchas le damos a nuestro cabello” (Oh! Nena, 2012).
Literatura	Al Vacío: “Que la poesía esté en un blog de moda es una manera de vincularnos con un contenido que estimule y eleve nuestros sentidos. Es un viaje que nos lleva más allá o a ningún lugar,...” (Oh! Nena, 2012).
	Vaivén: Historias de Vanessa Leal.

Otros

*AstateOfMind*: “Imágenes y sonidos a nuestro antojo”  
(Oh! Nena, 2012)

---

Postal: Reseñas sobre encuentros.

---

*La Petite Mort*: Relatos íntimos.

---

Recetas domingueras: Para cerrar deliciosamente el fin de semana.

---

Oh! *Bridal*: Consejos para novias.

Fuente: Elaboración propia con base en (Oh! Nena, 2012).

Anexo K: Imagen del libro CITIx60



**Greg Armas**  
Founder, Assembly New York

Gallery curator turned retailer and designer. Moved from LA to NYC five years ago. Stays up @ 3am every night because of New York.

**Johnson Trading Gallery**  
P.055





**Jeff Staple**  
Creative Director, Staple Design

Founder and Creative Director of Staple Design and Reed Space.

**The Antiques Garage**  
P.054



**Willy Wong**  
COO, NYC & Company

As NYC's CEO, I've had the privilege to collaborate on fantastic projects with amazing partners for the world's most exciting city, New York. Ping me @wyllywong

**Reed Space**  
P.056





**Apartment One**  
Creative agency

We work intimately with clients to give truth, presence, and power to their brands. We find strength in creative partnerships and passion in the service of a greater good.

**Desert Island**  
P.059





**Meh Azima**  
Film Director

Film maker living and working in NYC for 10+ years. "While this city can be hard at times it always rewards you for its efforts."

**Cloak & Dagger**  
P.058



**Chris Golden**  
Designer

Designer specializing in collage, illustration, video and installation work. He currently teaches and works with Cartoon Network / Adult Swim.

**KIOSK**  
P.060





**Jennifer Daniel**  
Designer & Writer

Designer, writer and editor. When not working as the graphic director for an Bloomberg BusinessWeek she can be found in a bar drinking beer after a long day work.

**Strand Bookstore**  
P.063





**Mike Joyce**  
Principal, Designopolis Design

Principal of Designopolis Design. I live and work in the West Village of NYC and refuse to design wedding invitations.

**Patricia Field**  
P.062



**Yuko Shimizu**  
Illustrator

Japanese Illustrator who has been in NY for 10+ years. She teaches at School of Visual Arts and works everywhere with her dog Brodie. Favorite pastime is world travel.

**Bleecker Street Records**  
P.064





**Manuel Garza**  
Co-founder of @collaborative

Also an adjunct professor of architecture and design at New York Institute of Technology. Originally from Texas, Chicago, Garza has lived in Brooklyn for about ten years.

**Tender Buttons**  
P.066

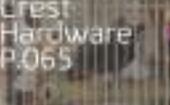




**MOGOLON**  
Multi-media creative agency

Founders Monica Brand and Francisco Lopez focus on creating visionary imagery for art, film, music and fashion clients globally. "Mogolon" is Spanish slang word for "plenty."

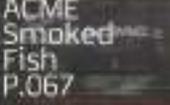
**Crest Hardware**  
P.065



**Craig Ward**  
Art Director

Multi-disciplined designer and art director of the words are pictures studio, primarily known for his typographic works which have frequently been documented and featured in publications and exhibitions globally.

**ACME Smoked Fish**  
P.067



Anexo L: Tabla bosquejo preliminar de las piezas y colaboraciones

Tabla L7:

Bosquejo preliminar de las piezas y colaboraciones

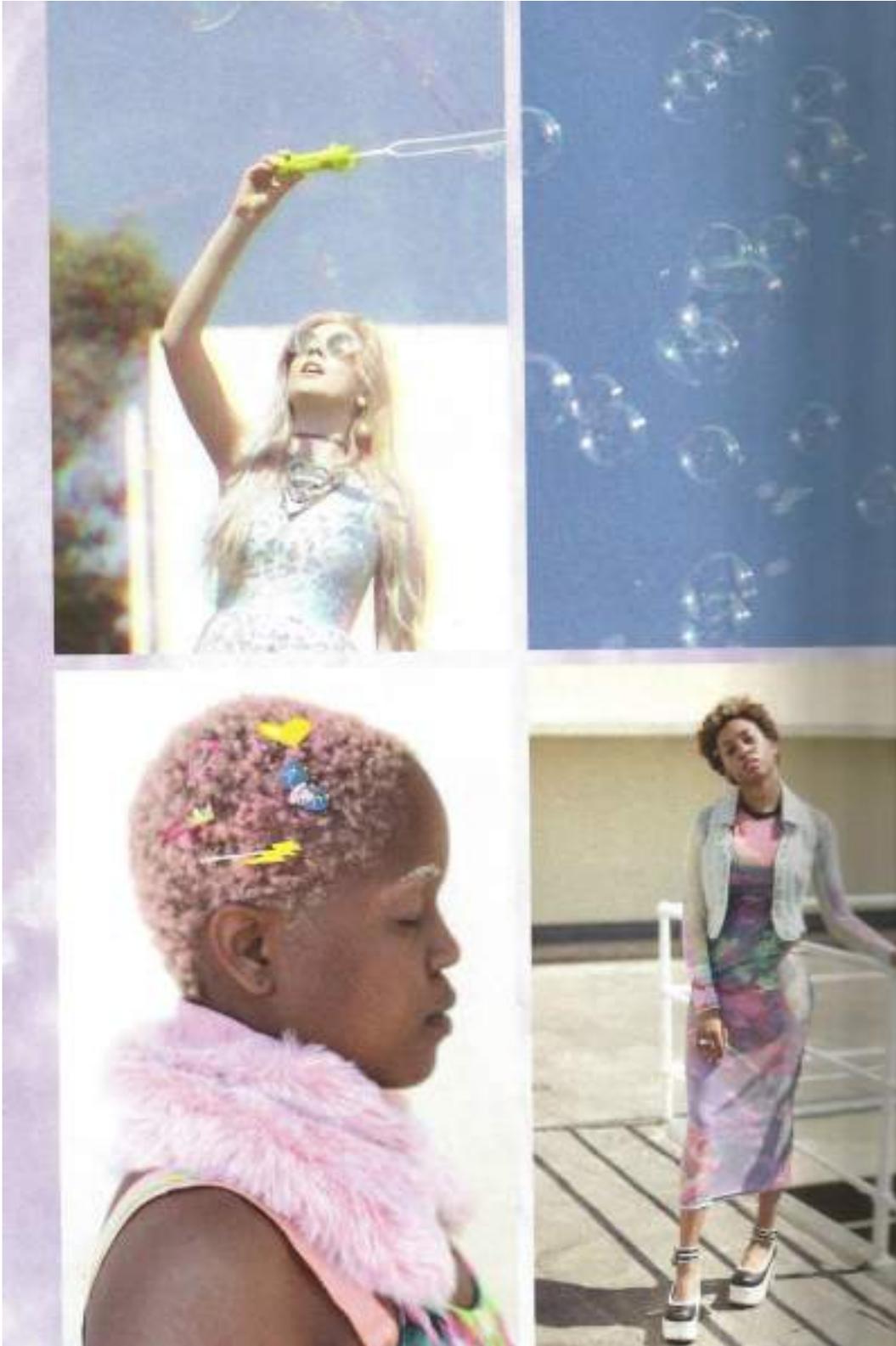
Portada			
Carta del Editor por Daniela Benaim			
Capítulos	Palabras Clave	Piezas	Creadores
I. El místico placer de la nostalgia	90s, recuerdos, infancia, melancolía, calcomanías	Carta del Editor: Introducción del Director Editorial a la publicación + Collage	Daniela Benaim y Caffetina
		<i>En 2015 y todavía Clueless:</i> Editorial fotográfica de <i>Clueless</i> con frases de la película	Tata Hellmund, Daniela Benaim, Jihan Ramírez, Verónica Izaguirre, Caridad Zabala y Andrea Ayala Tabosky
		<i>90s strike back:</i> Editorial fotográfica con artículo sobre los elementos característicos de una década	Daniela Benaim, Gabriela Pineda, Esther Goldman
		<i>Ser curioso de lo que nos rodea,</i> una entrevista a Tata Hellmund	Daniela Benaim
II. Le digo hola al del espejo	Aceptación, encuentro, descubrimiento, ser tú mismo	Carta del Editor: Introducción del Director Editorial a la publicación + Collage	Daniela Benaim y Caffetina
		<i>Si eres único, tienes que aceptarlo,</i> una entrevista a Ricardo Morvay	Daniela Benaim
		<i>El hogar es donde uno está:</i> Editorial fotográfica	Tata Hellmund, Ruben Echeverría, Keana Iomazzi, Emiliana Lante, <i>Vintage</i> Fundaprocura
		<i>Instrucciones para verse en el espejo:</i> “A continuación, repite las siguientes palabras ‘Sea como sea, está bien así, y lo voy a aceptar’ “	Daniela Benaim
		<i>Auto-entrevista,</i> una aproximación a Claudia de Lima	Claudia de Lima

III. El horror del día a día	Terror, escalofríos, muerte	Carta del Editor: Introducción del Director Editorial a la publicación + Collage	Daniela Benaim y Caffetina
		<i>Lucía</i> : “Muchos años después, Lola recogía los escombros que quedaron en el suelo” (ficción)	Andrea García
		Modenólogo: “...me pregunto si la parca también viste de Christian Dior” (ficción)	Tomás Marín
		Halloween Criollo: Editorial fotográfica en alegoría a leyendas urbanas nacionales	Keana Lomazzi, Daniela Benaim, Tata Hellmund, Andrea Ayala Vintage Fundaprocura
IV. Algunos lo llaman fe, otros le dicen magia	Magia, tropical, fantasía, criollo	Carta del Editor: Introducción del Director Editorial a la publicación + Collage	Daniela Benaim y Caffetina
		<i>Imaginario Caraqueño</i> : Editorial fotográfica en lugares icónicos de la ciudad. -La Mansión Mamá de Francisco Pérez Jiménez. -Paseo Los Próceres. -Este es Don Charli, el papá de los estilos	Victoria Bozo, Jade Zoric, Francisco Tavoni, Tata Hellmund, Ricardom Morvay, Verónica Contreras, Rubén Echeverría, Ana Mazzei
		<i>El hombre más feliz del mundo</i> : “Nuestros planos nunca se cruzarán; seguiremos siempre en paralelo; yo andando quién sabe dónde; y él estancado en sus travesías” (ficción)	Daniela Benaim
		<i>Brownies de caraotas, criollos y fitness</i> (receta)	Simy Rodríguez Levy
		<i>La diosa azul</i> : “La gente no le pide a los santos ser lampiños ni tampoco estar menos negros” (ficción)	Yanetzy Correa

V. Las obsesiones de los incomprensidos	Pasión, silencio, soledad	Carta del Editor: Introducción del Director Editorial a la publicación + Collage	Daniela Benaim y Caffetina
		<i>Todo el que escribe lo sabe: “Yo no entendí muy bien entonces por qué se decía que se podía escribir lo que se quisiera si había cosas prohibidas, y ¿por qué la libertad de expresión era un derecho?”</i>	María Valentina Mena
		<i>La Era Plateada (o la vida salvaje de The Factory):</i> Editorial fotográfica en alegoría al estudio de Andy Warhol más letra de “Take a walk on the wild side de Lou Reed”	Daniela Benaim, Eda Nathan, Alberto Levy, Sasha Botbol, Sarina Hayón, Esther Goldman, Adriana Abramovits, Catherine Bendayan, Joette Cojocarú, Simón Hachuel, Karen Revai, David Revai, Daniel Almaleh, Jonathan Rodán, Stephanie Russo, Antonietta Badra, Luisana Duque, Clemy Levy, David Levy, Simón Elberg, Alán Walder
		<i>Ah, yo no sé si huyes: “¿Qué podría decir? ¿Por qué hacerte perdurar como poema, si los poemas rompen el viento, gritan, florecen la tierra?” (poema)</i>	Carlos De Santis

Fuente: Elaboración propia.

Anexo M: Referencia de Rookie Tema "*Summer is ready when you are*"



Anexo N: Referencia de Rookie Tema "*Attention*"



Anexo O: Referencia de Rookie tema "*Faith*"



## DECEMBER 2012: FAITH

I haven't been writing on this site much lately. Recently I've felt so overwhelmed by the absolute horror that is EVER TALKING, EVER, that I've retreated in as many areas of life as possible. I wish I could say I've also resisted becoming a bad friend, but I have been so positive that everybody is absolutely disgusted by every stupid thing I have said or done in the past and that I am bound to say or do in the future that I have stopped talking to most of them. I also wish I could say I've avoided becoming a lousy student, but I keep getting distracted from the education part of school by noticing how creepy people can look when they're smiling, and how sad other people can look when they feel they're missing out.

This is a pretty good problem to have, because the thing I am afraid of (being alive), the vast majority of people manage day after day. Many of them are even happy. Many of them have more reason to be sad than I do. And when I consider that I am just one of billions of people on earth and how tiny we all are and what a brief moment in time this is and... HOLY SHIT THAT MEANS THIS IS THE ONLY TIME I GET HOW DO I MAKE THE BEST OF IT WITHOUT BEING A BAD PERSON? And how does it work that I think life is the worst, but I also don't want it to end? AND, why don't I have a more sophisticated analogy for this than how I felt when I finished the one and only season of E!'s *Pretty Wild*?

See? A really pretty good problem. But if a problem is big enough to keep someone from being a good person, it's worth examining.

In an attempt to talk to some people, I asked the Rookie staffers: "What do you do when you're so mortified by the daily embarrassment of living that you no longer want to interact with people?"

They had a lot of good advice ("Talk to a tree"—Jenna; "Hang out with a cat"—Kimberly). Lola sent me this quotation from Lester Bangs that felt so absolutely right that I copied it into my journal:

Just for the record, I would like it to be known by anybody who cares that I don't think life is a perpetual dive...I suspect almost every day that I'm living for nothing, I get depressed and I feel self-destructive and a lot of the time I don't like myself. What's more, the proximity of other humans often fills me with overwhelming anxiety, but I also feel that this precarious sentence is all we've got and, simplistic as it may seem, it's a person's duty to the potentials of his own soul to make the best of it. We're all stuck on this often miserable earth where life is essentially tragic, but there are glints of beauty and hedonistic joy that come shining through from time to precious time to remind anybody who cares to see that there is something higher and larger than ourselves...I am talking about a sense of wonder about life itself and the finding that there is some redemptive factor you must at least search for until you drop dead of natural causes.

I don't know what my religious deal is completely, but I have a lot of faith. I am sure that there is no shortage of goodness out there. I'm sure that potential and possibility and the fact that something can exist solely as an idea are enough for me. I'm also sure that soon enough, I'll retreat into extreme hermitry once more. By then hopefully the phrase "extreme hermitry" will have caught on and become the title of a reality show that airs on E! the same time *Pretty Wild* used to. And I will love that show's every embarrassment and make the most of it while it lasts. Just like I did with *Pretty Wild*. (And also life, if that wasn't clear.)

So, this month's theme is Faith. Happy holidays, and thank you, as always, for being here.

LOVE,  
TAVI



Anexo P: Referencia de Rookie temas "*Paradise*" y "*Passion*"



# JUNE 2012: *Paradises*



HELLLO ROOKIES I CANNOT EVEN GREET YOU PROPERLY BECAUSE I'M SO EXCITED I HOPE I HAVE YOUR ATTENTION.

Happy freaking June! Summer is here! Time to start coasting down to 7-Eleven's Free Slurpee Day!

I'm pleased to say, however, that this summer will bring more than free chemical sugar sludge. I know, I didn't think it could ever get better than that either, but then we put together a plan for a Rookie Road Trip, and now it feels like chemical sugar sludge times a million!

The Rookie Road Trip, presented by Rookie, The Aardvark, and Urban Outfitters, will start in New York City in late June and end in Los Angeles a month later. We're gonna drive across the country in an odor-ridden van, stopping along the way to meet up with you guys and do stuff like get ice cream and make zines and talk about our feelings and re-enact the heart-to-heart in *The Breakfast Club* and also brainstorm you all into becoming our friends wait what? Maybe we'll just get ice cream and make zines and talk, and get other kinds of chemical sugar sludge, and try other DIYs, and, oh gosh, between your brains and ours, the possibilities are ENDLESS. It's really fun and special to have an online community in which we can talk about the things we're thinking about, but it'll be more fun and special for all of that thinking and sharing to take place in person. I may even jab some of you with my finger to make sure you're real. **TEENAGE GIRLS: Now in 3D.**

We would love to meet you along the way! If you live somewhere along our route, send us a note and let us know about your favorite local places to hang out that you think would be suited for an afternoon field trip of Rookies. This means restaurants, stores, markets, parks, arcades, ice cream parlors, bowling alleys, swimming holes, forest trails, and/or other places that are safe and don't show *Two and a Half Mies* on a TV in the corner.

Once we get to L.A., Petra and I will create an installation at Urban Outfitters' Space 15 Twenty, where we'll set up camp for a week, hosting a bunch of events. There'll be zine making and other DIYs, live readings by our contributors and friends, danceparty-fun-times, and lots of chemical sugar sludge. We'll also be building a giant shrine, so if you come to one of the meetings along our route, bring some kind of souvenir of your teenagehood that might be at home in a giant Rookie shrine—a journal, bracelet, photo, tape, or any weird thing, so long as it is not dangerous and/or *Two and a Half Mies* memorabilia, and you are OK with never getting it back, 'cause we'll need them for keeps. (It's less shady than it sounds, we swear.)

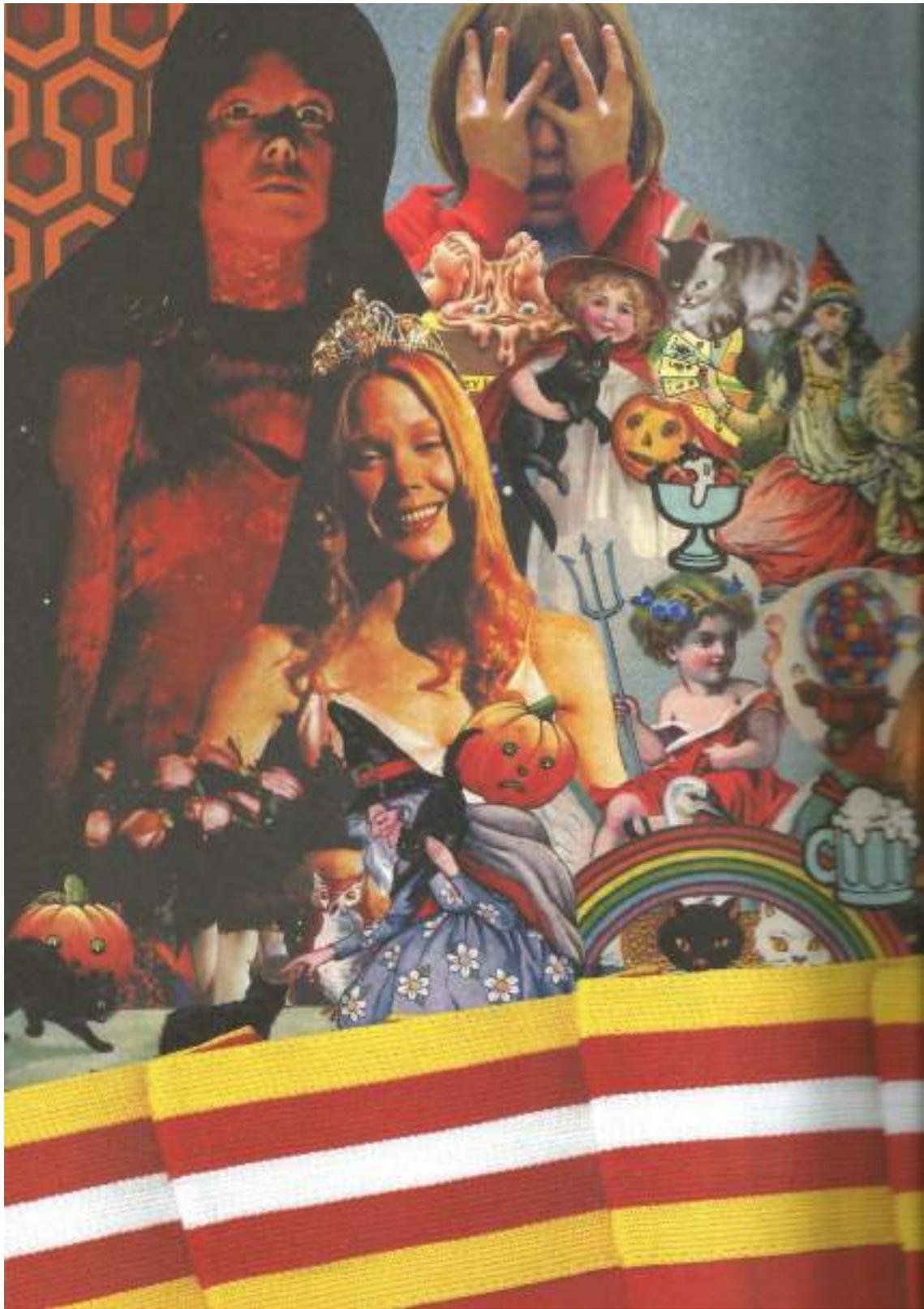
June's theme is Paradise, and it is basically a love letter to our final destination of Los Angeles. Expect lots of Beach Boys, *Blurred Lines*, and *Jane Fonda*, and a ton of writing about what happens when you realize that the whole idea of a paradise is kind of a myth, and about how to construct your own paradise, since adolescence can kind of suck, and I know it gets better, but you need to make yourself happy in the meantime, you know?

And so, in the meantime, ROAD TRIP. We hope to see you there.

Love,  
Tavi



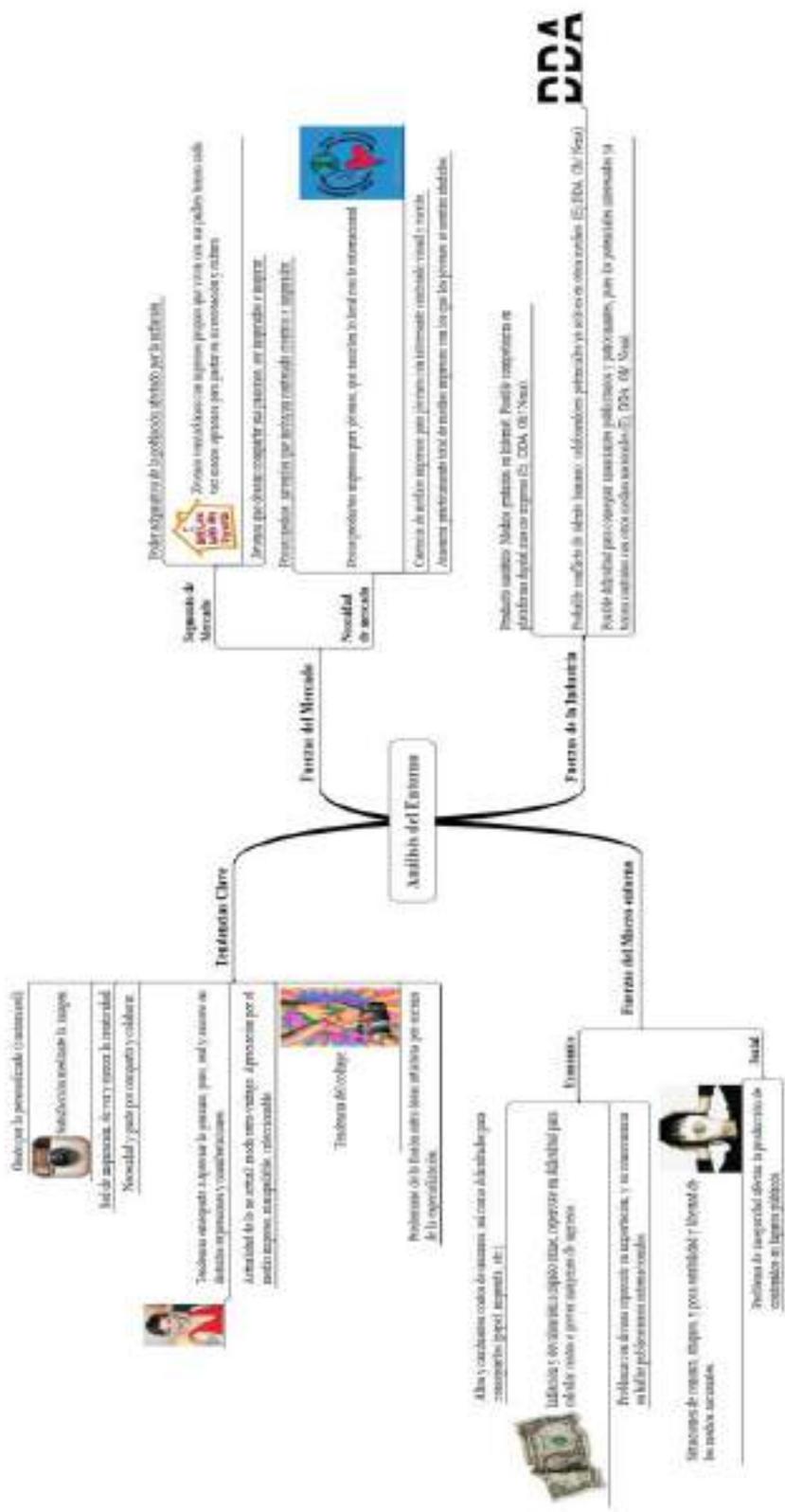
Anexo Q: Referencia de Rookie tema "*Play*"



## Anexo R: Muestra de la publicidad en Elle Collections

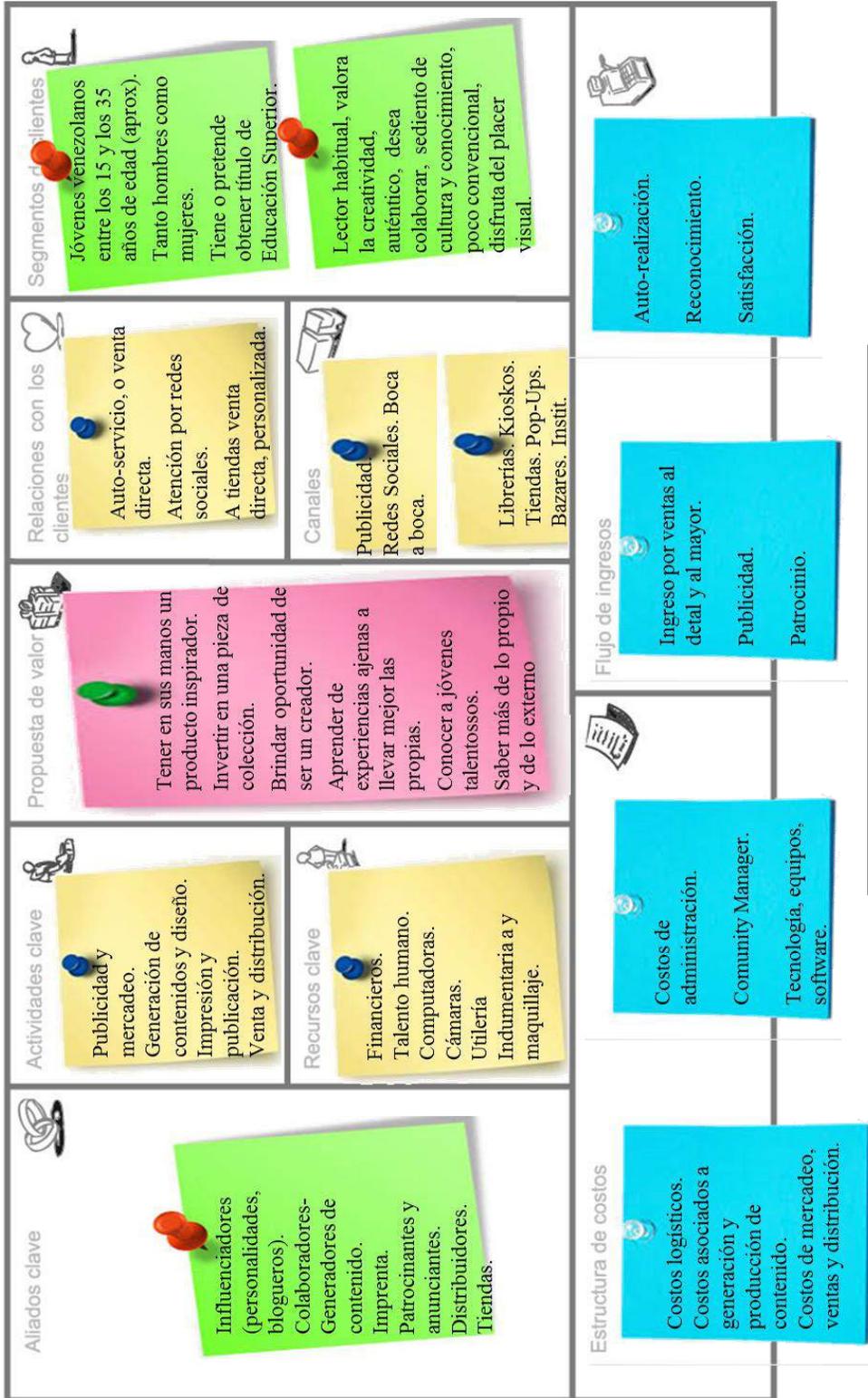


Anexo S: Análisis de entorno y matriz FODA de *El libro de Retazos*



<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• A los distintos involucrados en la elaboración del producto les apasiona participar en el proyecto.</li> <li>• Cada creador está consciente de que el proyecto es un medio para ayudar a la comunidad y entretener de forma sana.</li> <li>• Prestigio del evento Retazo Caracas 2014, ante el público, patrocinantes y colaboradores.</li> <li>• Capital social de redes generada por la Directora Editorial que incluye potenciales colaboradores.</li> <li>• Alta preparación y experiencia de trabajo de la Directora Editorial en medios impresos (Revista ETIQUETA).</li> <li>• Equipo altamente creativo, trabajador, y dispuesto a asumir retos.</li> <li>• Directora Editorial con excelente preparación universitaria; y en las áreas de generación de contenido (impreso, fotográfico, etc.).</li> <li>• Combinar lo local con lo internacional.</li> <li>• Se dirige a jóvenes de manera sincera y genuina.</li> <li>• Interés en promover ejemplos de autenticidad.</li> <li>• Trabajo sólido de investigación que sustenta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Probable falta de credibilidad hacia la Directora Editorial por tratarse de una recién egresada universitaria.</li> <li>• Poca experiencia en el área editorial y de publicación.</li> <li>• Escasas fuentes propias de financiamiento y posibilidades de inversión o endeudamiento por parte del equipo.</li> <li>• Alta dependencia de colaboradores y aliados, probablemente sin remuneración monetaria inicial.</li> <li>• Para ninguno de los integrantes del equipo, ni los colaboradores, la publicación es su trabajo a tiempo completo ni su principal fuente de ingreso.</li> <li>• Se corre el riesgo de estar dirigido y representar solamente a un segmento de los jóvenes venezolanos.</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jóvenes venezolanos con ingresos propios que viven con sus padres tienen cada vez menos opciones para gastar en su recreación y cultura.</li> <li>• Jóvenes que desean compartir sus pasiones, ser inspirados e inspirar.</li> <li>• Pocos medios juveniles que incluyan contenido creativo e inspirador.</li> <li>• Carencia de medios impresos para jóvenes con interesante contenido visual y escrito.</li> <li>• Ausencia prácticamente total de medios impresos con los que los jóvenes se sientan aludidos.</li> <li>• Gusto por lo personalizado (<i>customized</i>).</li> <li>• Satisfacción mediante la imagen.</li> <li>• Sed de inspiración, de ver y ejercer la creatividad.</li> <li>• Necesidad y gusto por compartir y colaborar.</li> <li>• Tendencia emergente a apreciar lo genuino, puro, real y sincero en distintas expresiones y manifestaciones.</li> <li>• Actualidad de lo no actual: moda retro-vintage. Apreciación por el medio impreso, manipulable, coleccionable.</li> <li>• Tendencia de collage.</li> <li>• Predominio de la fusión entre áreas artísticas por encima de la especialización.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poder adquisitivo de la población afectado por la inflación.</li> <li>• Producto sustituto: Medios gratuitos en Internet. Posible competencia en plataforma digital (Ej. DDA. Oh! Nena).</li> <li>• Probable conflicto de talento humano: colaboradores potenciales ya activos en otros medios (Ej. DDA. Oh! Nena).</li> <li>• Posible dificultad para conseguir anunciantes publicitarios y patrocinantes, pues los potenciales interesados ya tienen contratos con otros medios nacionales (Ej. DDA. Oh! Nena).</li> <li>• Altos y cambiantes costos de insumos, así como dificultades para conseguirlos (papel, imprenta, etc.).</li> <li>• Inflación y devaluación a rápido ritmo, repercute en dificultad para calcular costos o prever márgenes de ingresos.</li> <li>• Problema con divisas repercute en importación, y en consecuencia en hallar publicaciones internacionales.</li> <li>• Situaciones de censura, ataques, y poca estabilidad y libertad de los medios nacionales.</li> <li>• Problema de inseguridad afectan la producción de contenidos en lugares públicos.</li> </ul>

Anexo T: Modelo de negocio (CANVAS) de El libro de Retazos



- Factores críticos de éxito**
- Conformación de equipo de colaboradores.
  - Generación y producción de suficiente contenido.
  - Generar o conseguir recursos financieros.
  - Llegar a acuerdos con imprenta o editorial.
  - Lograr canales de distribución y venta.
  - Vender una cantidad significativa de ejemplares.
  - Lograr un buen *feedback* del producto.
  - Demanda de una segunda edición por alta

El libro de Retazos 15: “Celebración de voces jóvenes de Venezuela, que piensan, se inspiran y crean, para hacer que otros piensen, se inspiren y creen”



Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información

por

Daniela Benaim

Proyecto Final de Carrera

**Muestra de Contenido para el libro (Diseño Gráfico en proceso)**

Universidad Monteávila

2015

## The 90s strike back: Queremos de vuelta lo que dimos por sentado

*El santuario de la escarcha, lo ácido y lo peludito*

Escrito y fotografiado por Daniela Benaim Modelo: Gabriela Pineda

Muchos tachan a los noventa como superficiales y banales; y a quienes crecimos en ellos, como individualistas, materialistas, y narcisistas. No pretendo encabezar un debate sobre los 90s, ni hacer un ensayo sobre la Generación Y.

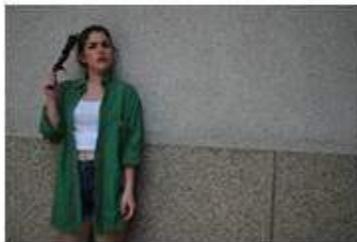
Me basta con haber sido testigo de lo increíble que fue esa época. Vimos llenarse nuestras casas de nuevas tecnologías, pero supimos igual divertirnos en el parque y apreciar los juguetes; los verdaderos y tangibles juguetes (esos que hacían necesarias las jugueterías). Recitábamos al pie de la letra cada uno de los capítulos de una variedad de programas de televisión pensados para niños (The Rugrats, Hey Arnold, Doug, Leyendas del Templo Escondido, Sabrina, ¿Le Temes a la Oscuridad?). Disfrutamos de un MTV que de hecho giraba en torno a la música. Queríamos tener un celular, pero para hablar (sí, hablar, con la voz) y no tener que llamar a las casas (aunque nos sabíamos de memoria todos los teléfonos).

Lo que sí quiero es recordar junto con otros, que como yo tuvieron su infancia en esa época, elementos que marcaron una década (y para cada uno, su vida).

### EL PLAYLIST DE UNA GENERACIÓN

La música, como siempre, influyó la moda; las tendencias cambiaban a medida que nuevos hits encabezaban las listas.

#### "California Love" – Tupac ft. Dr. Dre



Ropa holgada, cómoda y en tallas un tanto más arriba de las que formalmente les correspondían. En cada capítulo de *The Fresh Prince of Bel-Air*, Will Smith se atrevió a crear excéntricos looks al mezclar colores brillantes y texturas.

#### "Juicy" – The Notorious B.I.G. ft. Total



Empezamos por los patines Fisher-Price y terminamos en polipatinetas; pero una cosa es segura, sentíamos que dominábamos el mundo cuando estábamos sobre ruedas.

**"Nuthin' But A G Thang" – Dr. Dre ft. Snoop Dogg**



Ahora recogemos el cabello con ligas que pasan tan desapercibidas que fácilmente podemos perder una diaria. Pero esto no siempre fue así. Bien sea en una cola o en la muñeca, siempre cargábamos con nosotras las llamativas, gruesas, brillantes y coloridas scrunchies.

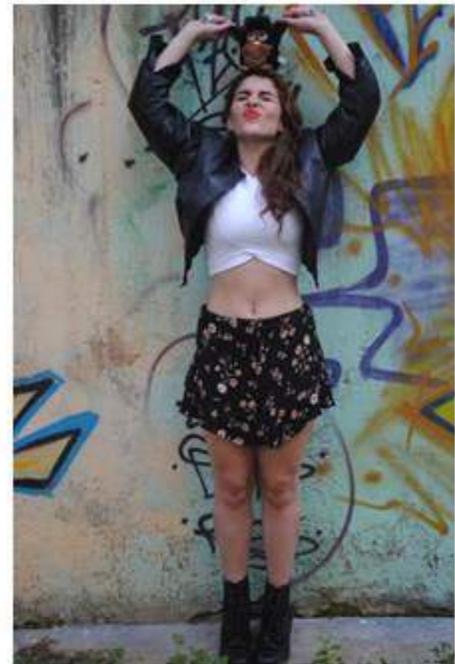
**"Smells Like Teen Spirit" -Nirvana**



Camisas de cuadros atadas a la cintura y botas de combate. El género de Kurt Cobain, con su "I don't give a fuck", y su pretensión de no tener nada que ver con la moda, terminó inspirando costosas editoriales y colecciones.

Queríamos parecer muy rebeldes y roqueros cuando todavía pedíamos permiso para todo, y dependíamos de papi y mami para llevarnos y buscarnos. Pero no importaba, porque teníamos los piercings falsos, con los que lográbamos una apariencia osada sin quebrantar la ley de nuestras casas (aunque probablemente antes de llegar a la fiesta, ya se habían caído).

### **"Jeremy" - Pearl Jam**



Cada vez que se encendía el televisor, tal y como sucede con los infomerciales, aparecía el último juguete que aunque nunca te pasó por la mente que podía existir, pasaba inmediatamente al primer lugar de la wish list de cumpleaños (uno más que permanecería en la gaveta de objetos rezagados).

Y cuando creíamos que lo habíamos visto todo, apareció el Furby. Más que una mascota, era una especie de alienígena que hablaba una lengua diferente, y que con el tiempo aprendía tu idioma. Aunque a veces se volvía tan intenso que provocaba desaparecerlo, o se despertaba de la nada y mataba de un susto a alguien de la familia, hay que admitir que era difícil no enamorarse de este tierno bicho raro.

### **"Dirt" - Alice in Chains**



Las innovaciones no se limitaban a los juguetes; todo lo que te rodeaba y hacías tenía que llamar la atención. Por eso, eras tan cool como el dulce que te comías. Además, no se trataba simplemente de devorarlo, cada chuchería tenía su propia forma de ser consumida: el Fruit Roll debía ser enrollado en el dedo; el Cry Baby tenía que ser parte de un acto público para que los demás fueran testigos del valiente acto masoquista y de la cara de sufrimiento cuando el chicle entraba en la boca.

Cuando el Push Pop fue lanzado, se convirtió en el dulce preferido; pero fue inmediatamente superado por un Push Pop con luz incluida (si hay algo que adorábamos era lo que brillaba). Mejor te lo comías en el momento, antes de que con tapa y todo, empegostara a lo que se atravesara en su camino.

### “... Baby One More Time” -Britney Spears vs. “Genie in a Bottle” -Christina Aguilera



Ser rebelde y pedir que te dejaran solo era difícil. Mejor unirse a uno de los grupos de fanáticos rivales. ¿ Britney Spears o Christina Aguilera? ¿ NSYNC o The Backstreet Boys? Uno o el otro, todo se reducía al ombligo, Skechers y jeans a la cadera.

### “I Want It That Way” -Backstreet Boys vs. "Tearin' Up My Heart" -\*NSYNC



Gracias a los noventa, desde pequeños entendemos sobre negocios. Todas las calcomanías valían, pero no todas, lo mismo. Para obtener una de las grandes (peludita, tridimensional, brillante en la oscuridad, o con una importancia subjetiva para el dueño), había que intercambiarla por otra equivalente, o dar por esta unas cuantas calcomanías regulares. Nos encontrábamos con diferentes clases de sujetos: los coleccionistas, que organizaban sus stickers en álbumes y evaluaban bien el intercambio antes de concretarlo; los generosos, que las regalaban desinteresadamente; y los derrochadores, que las pegaban en todos lados (closets, pupitres, cuadernos, el cuerpo, etc.).

### “Wannabe” -Spice Girls

Éramos realmente aficionados a las típicas cosas que se encuentran en una papelería (borras, marcadores, lápices...); pero claro, tenían que tener un valor agregado. Mientras más sentidos despertara el objeto, ¡mejor!

### “Barbie Girl” –Aqua

¿La mejor forma de escribir? Con los Milky y Gel Pens. Podías anotar en el cuaderno o hacerte dibujitos en el brazo, pero debían ser en tonos pasteles o escarchados.

## SER CURIOSO DE LO QUE NOS RODEA: UNA ENTREVISTA A TATA HELLMUND

*En la cual aprendemos de la perfección que hay en cada cosa, a rodearnos de gente talentosa y del arte del coleccionista*

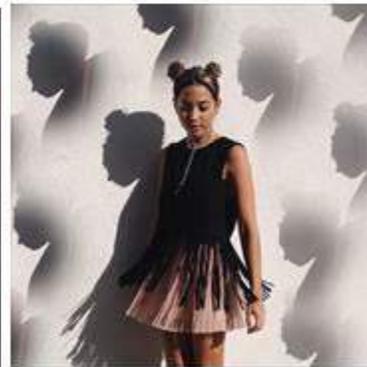
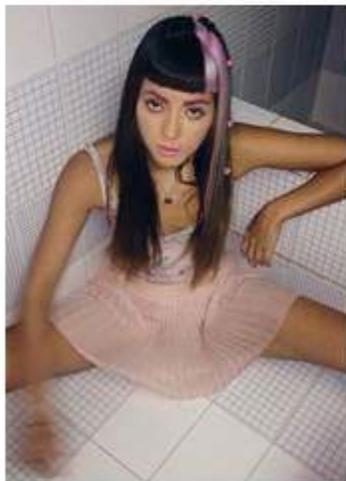
Entrevista por Daniela Benaim

La primera vez que vi a Tata Hellmund supe que así era cómo debía lucir un icono en potencia. Parecía anunciar sin necesidad de gritar (en contraste con aquellos que lo fuerzan demasiado), o al menos eso fue lo que quise escuchar, “¡Amó la moda! Por eso, hago con ella lo que me da la gana; cuando en unos meses ustedes estén usando esto, ya será momento de realizar mi siguiente jugada”.

Todo en su look merecía entrar en la categoría de eye candy; cada detalle se encontraba en perfecta armonía, una que desentonaba completamente con lo que la rodeaba; sus plataformas; su blazer morado. Su pelo parecía una de esas decisiones que agradeces que la persona haya tomado; nunca me pasó por la mente que fue algo que vino con su naturaleza. Ella es de esas que se adueña conscientemente de cada parte de sí, y la convierte en propiamente suya.

Por cosas de la vida, coincidimos en el año 2013 en el cierre del Laboratorio Fast Fashion, organizado por ECCE Pasarela 360; y justamente, yo estaba documentando los estilos del evento. Por supuesto me acerqué a Tata y le pedí tomarle una foto a su outfit. Su apariencia badass era simplemente una traducción de la total determinación para llevar a cabo su arte; me encontré con una chica súper relajada, simpática y abierta a colaborar en lo que sea.

Inmediatamente, ella se volvió la persona que quería que iniciara una marca; la chica con la que deseaba trabajar; la niña que me encantaría fotografiar. Para mi suerte, se han cumplido todas (menos la tercera, que la tenemos pendiente).



**Daniela Benaim: ¿Cuándo supiste que te querías dedicar al Estilismo y Producción de Moda?**

Tata Hellmund: Fue en la Universidad (de Palermo, en Buenos Aires, Argentina). Estaba estudiando Diseño de Moda, y tomé una electiva de Producción de Moda, y me enamoré no solo de la carrera en sí sino además, de mi Profesora; y comencé a incursionar en ese mundo del estilismo y lo continué. De hecho, las dos chicas que me dieron clases de Producción fueron personas que admiré, y con las que me encantaría trabajar; y con una de ellas realicé una pasantía.

**¿Por qué no Diseño de Moda?**

Más que crear una pieza, me gusta crear un mundo, un ambiente; unir la indumentaria con escenografía, modelo, y acting.

**¿Cómo defines tu estilo?**

Me inspiro por un color, por mi humor, por alguna silueta o estilo que quiera personificar; entonces es cambiante, creo que no tengo uno definible, ni características que lo puedan describir. Voy descubriendo todos los días e inventando en mi cuarto; no solo con mi closet porque también agarro muchos elementos que no son de indumentaria. Lo defino como una mezcla que para mí tiene sentido y de repente para alguien no; es mi punto de vista. A veces mi interpretación de lo sexy es demasiado mía; muchos personas pueden no entenderla, y si es así, no está dirigido a ellos y punto.

Esta semana, por ejemplo, me basé en unas colitas de colores pasteles que una amiga me dio porque pensó que iban a estar mejor en mis manos que en las suyas; son estas que tengo en la cabeza. Obviamente me las tenía que poner al día siguiente porque estaba demasiado emocionada; es más, siempre que me regalan algo, lo termino usando de primero, y si no, lo tengo pillado, y ya empiezo a crear en mi cabeza lo que me voy a colocar en torno a ese objeto. Así que complementé mis liguitas pintándome el cabello de color rosado, y ayer me vestí como de pastelito rosa y faldita, para el día; y para la noche, también de rosado, pero mucho más sexy. Pasé de princesita a bailarina vamos a decir gótica.

**¿Ha evolucionado?**

Sin duda. Mi primera gran evolución de pasar de *Basinger* y *Básico* a algo aceptable para el mundo de la moda fue en mi viaje de 15 años, que me inspiré muchísimo en el look europeo y cambié por completo mi clóset. Tengo algunas de esas piezas hasta el sol de hoy.

**¿Te acuerdas de alguna de ellas?**

Sí, una cartera que es marrón tipo folio que me compré en Zara y todavía la amo. La uso poco, pero cada tres meses la saco y es especial.

Después me fui a Nueva York a tomar un curso en Parsons, donde di el siguiente paso de mi evolución; y luego mi mudanza a Buenos Aires fue otro escalón para arriba. Ahí experimenté otra etapa en donde no sentía que me vestía para mí sino más para los hombres. Y más adelante, llegué a donde estoy hoy en día, que reúne todos los estilos que había venido experimentando en mi pasado, pero más pulidos; y siento que voy en la dirección estética correcta.

**¿Tu sello?**

Mi pelo.

**¿Qué te inspira?**

Soy demasiado curiosa de todo lo que me rodea. Hoy pasé diez minutos grabando una nube desplazándose. Me inspira la naturaleza en movimiento; el mar, el cielo. A veces extraigo elementos del paisaje. Otra de mis fuentes principales es el mundo digital; soy una hija de esta era. Instagram es mi biblioteca de imágenes, porque sigo a todas las personas que están haciendo algo que admiro, y los tengo ahí monitoreados. Ni sé cuántas veces al día lo reviso; cada vez que tengo chance, comienzo desde la foto número uno hasta que ya no puedo seguir bajando.

Mis ideas surgen de cualquier cosa que me rodea, hasta el nivel que vi a una chinita con un peinado increíble; eran tres colitas, una arriba y dos a los lados; y al día siguiente, no fue que me inspiré, me copié. Me lo hice igual a la niña de tres años en mi cabeza.

### ¿Cómo educas el ojo?

Me gustan muchísimo los museos, la naturaleza, el arte en todas sus expresiones, el cine, los documentales. El otro día estaba viendo un libro de Dalí, por ejemplo; y luego, un documental de un tipo que amaba los osos. Cosas bonitas y a veces feas, pero que les encuentro algo impactante y eso es lo bello. Soy una fanática de la belleza; me pongo como una niña curiosa ante ella; me puedo quedar viéndola, apreciándola y admirándola, sin importar quién me está mirando, o si estoy actuando de una forma socialmente distinta.

### ¿Para qué te vistes?

Para mi día. Me organizo con todo lo que me viene por delante, desde donde empiezo hasta donde podría terminar, y dependiendo de eso, me pongo la indumentaria y los zapatos correctos. Tengo que admitir que no soy tan considerada; si me tengo que montar en el metro, igual me voy a colocar algo que me gusta; si tengo que reunirme para alguna cuestión seria, voy a tratar de ser mi yo más formal, pero siempre manteniendo mi yo. Yo me pongo mis plataformas cuando voy a El Centro, y una vez un señor me preguntó dónde compraste eso, y yo "en internet con mi cupo Cadivi" jajaja.

### (risas) ¿Todos los días te consideras la misma o hay 50 sombras de Tata?

Si hay más de 50 sombras de Tata.

### ¿Creas personajes?

Sin duda. A diario lo hago. Por ejemplo, el personaje que era ayer estaba inspirado en algo que tiene un pelo de inocencia, pero a la vez es juguetón; con los colores rosados que dicen una cosa, y con una silueta y un *sexyness* que dicen otra. Mi personalidad es siempre la misma, pero mi look es lo que define al protagonista del día. La Tata gótica es uno de los más frecuentes. La Tata bailarina, la Tata de pasteles, la Tata elegante, la Tata grunge; por ahí va la cosa.

### ¿Cómo interactúas con las tendencias?

Las que admiro tienen influencia sobre mí. Hay muchas con las que no me identifico y las descarto. Una de las que considero mis grandes cualidades como estilista es que logro identificar las tendencias antes de que sean masivas. Tengo la facilidad de saber qué se viene, o ver una tendencia cuando todavía no es sino una idea más; y extraerla y adoptarla. Y después, cuando se populariza, la dejé a un lado, porque me fastidia ser masa.

### ¿Dónde las ves, o es más como un sexto sentido?

Las veo en todas partes porque es impresionante como en realidad están en todo; se extraen de las culturas, de todo lo que está pasando. La moda obviamente te impone una gran parte de las tendencias; pero también, fuera de esta, hay muchísimas que simplemente se vienen como un fenómeno que no se puede controlar. Son patrones que se convierten en modelos de la sociedad.

**¡Eso es increíble! A veces pasa que un día ves a una amiga y están vestidas igual, y no porque sea tendencia; sino que hay algo en el ambiente. No es casualidad que todos los diseñadores hacen lo mismo de repente.**

Tal cual. Mi teoría es medio loca; pero siento que obligatoriamente todas las tendencias van a ir hacia un lugar por fenómenos externos.

**Como por inercia; algo mágico que nos rodea.**

Sí, es como que hacia allá está yendo el carro poco a poco, y todo el mundo va a caer.

### **¿Por qué esa fijación por los 90s?**

Los 90s fueron una época que me define, y va a marcar a mi persona hasta el día de mi muerte. Fue mi primera década, mis inicios, el momento de las cosas que me empezaron a influenciar. Las *Spice Girls*; *Furby*, con su textura de peluche; los colores psicodélicos pop de toda la indumentaria de Cristina Aguilera, Britney Spears, *Aqua*. No me perdía *Dragon Ball Z*; vi todo *Pokémon*, *Sailor Moon*, ¿cuál más?

### ***Sakura Cardcaptor*.**

Wao, ¡sí! *Sakura*. No lo puedo creer. ¡Qué locura! Alta inspiración el Animé...

### **¿Cómo era Tata en el colegio?**

Me creía una rata; era *bully*. No por ser mala sino por payasa, para reirme con mis amigas. Ahora me hubiera gustado ser mejor persona con muchísimos de mis compañeros del colegio. La Tata del colegio era sexualmente inactiva; ni me di un beso en todo mi colegio. No me sentía segura de mi misma, no me creía bonita. No estaba preparada, por alguna razón, para abrirme a una relación, para compartir y dejar que me quisieran como era. El pelo me lo pintaba desde los 11 años cuando me empezaron a crecer mechones blancos; no lo aceptaba. Hasta que a los 20 empecé a dejarlo crecer al natural.

### **¿Y cómo tomaste esa decisión?**

Fue por fastidio. Porque en Argentina me volví una niña demasiado hippie. No me gustaba hacerme las uñas yo misma, y no es como aquí, que uno va una vez a la semana a la manicurista. Me empezó a dar flojera pintarme el pelo. Aparte que vivía en dólares, y las peluquerías allá no son tan accesibles; eso obviamente influía, y yo era una vaga. Eso hizo que mis canas crecieran. Fue como mi proceso de aceptación a mi misma. Llevaba diez años de mi vida pintándome el pelo cada dos meses. Estoy segura de que a los 30 años, voy a tener todo el pelo blanco.

### **O rosado o morado, o rojos capaz.**

Exactamente. O escarchoso, o plateado mate, quién sabe qué tintes habrá en ese momento. Seré la primera en experimentarlo sobre mi pelo blanco.

### **¿Personalizabas de alguna manera el uniforme?**

Lo usaba a mi manera rebelde. Me pintaba las uñas e iba por ahí con la camisa por fuera, a pesar de que en el colegio no lo permitían. Prefería estar así hasta que me regañaran. Me tripeaba mi falda de tabla, mis medias altas, mis mocasines; lo único que no me gustaba tanto era la *chemise*.

### **¿Qué se siente trabajar en lo que te gusta?**

Como no trabajar. Se siente simplemente como hacer lo que me gusta. A veces me sobre-exijo en cuanto a tiempos de trabajo y horario laboral, de lunes a domingo, pero en realidad es en lo que quiero estar. Me acuesto a dormir a la hora que sea por estar con la computadora editando, que me encanta; y me despierto abriendo la laptop y viendo revistas y blogs para informarme y nutrirme para mi trabajo, pero también porque es lo que disfruto.

### **¿Cómo mantienes la motivación?**

Por mis metas claras. Tengo mi horizonte, y muchas ambiciones para mi futuro; y eso es lo que me motiva. Sé cuál es mi camino y para allá voy.

### **Explicame tu proceso creativo.**

Mi proceso creativo es como mi personalidad. Hago todo a mi manera. A veces debería tener más estructura de trabajo; pero improviso mucho, soy intuitiva. Planifico lo mínimo que tiene que ser planificado. y lo dejo ser.

### **Lo que pasa en la moda es que uno planifica y el universo se burla de ti. La modelo te suspende, en la locación llueve; entonces tienes que saber improvisar.**

Sí, pero no me vendría nada mal un poco de organización. Casi siempre quedo bastante complacida con los resultados; no soy de las personas que termina un trabajo y no le gusta. Siento que siempre hay una manera de repararlo, repotenciarlo o transformarlo. En todas mis expresiones artísticas es



así; empiezo y no hay errores. Todo es como es, y es transformable hasta que llegue a ser lo que estoy tratando de decir.

**También te gusta el Diseño Gráfico, ¿no?**

Soy como un híbrido entre moda y gráfico. Es mi carrera frustrada, pero lo he ido adoptando a mi día a día de manera primitiva; y digo primitiva porque he sido autodidacta con todas las herramientas. Me encanta. Siempre llego a los resultados de las maneras más largas y laberínticas, pero lo consigo y tengo mi proceso.

**¿Por qué te gustan los trabajos colaborativos?**

Una de mis cosas favoritas en el trabajo es la interacción con otros artistas y personas interesantes. Siempre estoy tratando de rodearme de gente con puntos de vista y talentos. Y en las colaboraciones es así. Llegas con una intención y una idea de lo que quieres lograr; y en realidad, con la influencia y la mano de los demás, se alcanza algo mucho mejor, que no hubieras podido hacer solo.

**Me gusta eso. El arte no su supone que sea excluyente, sino acumulativo.**

Aprendo demasiado de los demás. Soy súper observadora; me encanta ver el trabajo de otros. Nunca me ha tocado trabajar con alguien que no deje espacio para que las personas que están contribuyendo se expresen como quieran; pero sin duda, siempre trato de dejar mi huella.

**¿A quién te gusta vestir?**

Primero que todo, a mí; yo personifico a la persona que quiero vestir. Siento que mi punto de vista en el vestuario lo sé expresar yo; pero también me gusta trabajar con niñas, con jóvenes. Me encanta cuando tienen un *coolness* propio; lo llevan todo mejor si es con actitud, si se apropian de lo que yo estoy sugiriendo y les gusta. Creo que mi estilo es un poco más editorial. No todas las personas aceptan lo que yo quiero decir porque de repente es un poco mío; en cambio, en las fotografías, sí logro transmitir el mensaje.

**Si tuvieras que escoger entre realizar el vestuario de una película o vestir a una famosa para una *red carpet*, ¿cuál escogerías?**

El vestuario de una película, sin duda.

**¿Qué tipo de película? ¿De época como Marie Antoinette, o moderna tipo Clueless?**

Algo más moderno, de repente personificado en el futuro. Me encantaría una película así.

**Generalmente trabajas con niñas jóvenes, ¿por qué?**

Me gusta la belleza de la juventud. Ahora tengo ganas de trabajar con niñas más jóvenes, adolescentes.

**¿Qué te gusta de ellas?**

No sé. Me gusta la inexperiencia; no tienen patrones de modelaje que se estén auto exigiendo.

**Sí, son como vírgenes.**

Tal cual, son como vírgenes de la fotografía y están intimidadas; ese *awkwardness* me gusta muchísimo.

### **¿Crees en lo “perfecto”?**

Sí, creo que todo lo es; así sea imperfecto, esa es su perfección. Es lo que simplemente es. Sin embargo, la forma como la ve la industria es una desfiguración porque está imponiendo una supuesta perfección, que más bien influye de manera negativa en muchas personas.

**El otro día me di cuenta que es muy difícil encontrar en Vogue Latinoamérica mujeres afrodescendientes.**

¿Así mismo?

**¡Es grave!**

En Latinoamérica hay mucho racismo, y por ignorancia.

**Por creernos algo que no somos, y negar una parte que es nuestra.**

Sí, por no aceptar nuestra naturaleza.

**¿Prefieres la magia o lo real?**

La magia. Es una magia real; la hacen los elementos en conjunto, toda la composición.

**Y ni siquiera sabes decir dónde está la magia, pero es mágico.**

Exacto.

**¿Te importa lo que dice la gente?**

Trato de que no. Me importa lo que dice mi mamá.

**¿Has tenido que lidiar con inseguridades?**

Claro. Las inseguridades de mi vitiligo; las inseguridades del hecho de que mi familia está incompleta de padre; las que hay en el país; las naturales de una niña convirtiéndose en mujer, que es de mis etapas recientes, a lo mejor tardía, pero así es.

**¿Cómo las has sobrellevado?**

Mi foco es quererme a mí misma, y aceptarme yo; esa es la base.

**¿Cómo te viste en los días que estás desanimada?**

Me pongo pantalón, cuando normalmente uso falda, shorts o vestido.

**¿Y por qué tus piernas tienen algo que ver con eso?**

No sé, siento que me siento súper cómoda con mis piernas, y con la desnudez en general; de hecho, aprovecho el clima tropical para mostrar mi piel morena.

**¿Mejor halago y peor ofensa?**

La peor ofensa es cuando los niños me dicen que parezco Cruela De Vil por mi pelo. Me intimidan bastante y digo “bueno, ok”. Otro insulto es que en Argentina, me preguntaban si yo era Natalia Fassi; y cuando la *googleé* resulta que es una estrella porno asiática-argentina.

**¿Y se parecía a ti?**

Un poco, pero tiene las cejas sacadas, que si la mitad de las mías.

Y el mejor elogio, cuando la gente vacila con mi estilo.

**¿Te gusta lo controversial?**

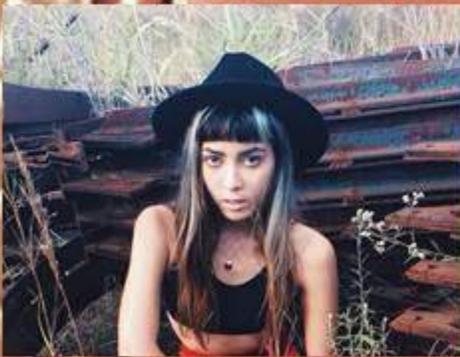
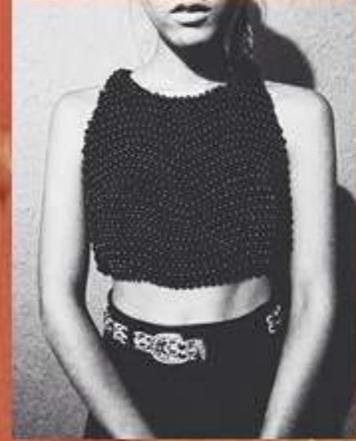
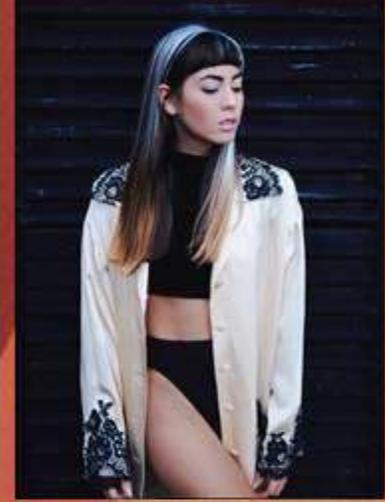
Sí, muchas de las cosas que me gustan, casualmente, o de repente no es ninguna casualidad, son controversiales. Simplemente tengo algunos intereses estéticos que pueden causar controversia, ni siquiera por serlo realmente ante el mundo, sino que lo son en la sociedad en que vivo.

**¿Cómo has aprendido a seguir tus instintos?**

Creo que es cuestión de escuchar la intuición propia, saber oírme e identificar lo que quiero.

**¿Feminista o femenina?**

Me considero femenina. Mi lado femenino es gran parte de mi persona, de mi personalidad, de todo lo que soy. Tengo el ejemplo de mi madre que es una superhéroe; y mi idea de lo que quiero lograr hacer, de quien quiero llegar a ser, es una mujer independiente, que no depende de un hombre, sino que lo complementa y él la complementa a ella. Sí soy pro *Girl-Power*.



### **¿Cuál te gustaría que fuera tu legado?**

Me gustaría ser recordada como una persona que influyó de manera positiva por el hecho de que siempre fue ella misma. Toda persona tiene; bueno, no voy a hablar de lo que tiene que hacer la gente, voy a hablar de mí; tengo que ser auténtica y genuina.

### **¿Cómo ves la movida cultural y artística en Venezuela?**

Tiene muchísimas cosas positivas. Expresa el fenómeno y la situación que estamos viviendo y nos está marcando a todos; y mi camino como diseñadora, estilista, o cualquiera que sea el nombre de mi arte, está influenciado por eso. Así que lo agradezco y lo represento. Obviamente le falta, pero como cada cosa, tiene su proceso; estamos en nuestra vía evolutiva del arte y la cultura; y así como es, nos va a influenciar, y hacer ir por una ruta. Vivimos en una ciudad con muchos prejuicios, frenos y miedos; justamente eso es lo que trato de ignorar y simplemente no tomar en cuenta.

### **¿Sigues trabajando para el Vintage de Fundaprocura?**

Sí, sigo involucrada como voluntaria, porque me gusta el proyecto y le agarré cariño.

### **¿Qué te gusta de lo vintage?**

La ropa *vintage* es mi fascinación. Me encanta tener en mis manos una pieza especial y única, que no he visto en ningún otro lado; que tiene una historia.

### **¿Te consideras una curadora?**

Sin duda, más de la mitad de mi closet es *vintage*, y la mitad de mi ropa *vintage* es intervenida. Me encanta reconstruir. Siempre reconozco el potencial de una pieza; desde que la veo, me la imagino reformada; y si no queda bien, siempre hay otra opción. Es más, muchas veces me aburro de una pieza que transformé, y entonces lo vuelvo a hacer; tengo piezas que han sido modificadas más de una vez y seguirán siendo reinventadas. Soy un peligro con la tijera; llevo una siempre conmigo siempre.

### **Háblame de Delrayo.**

Es mi nuevo bebé; me queda grande, pero me encanta el reto. Así es como yo he aprendido en realidad, siempre sobre-exigiéndome y buscando alcanzar algo que considero que es más de lo que puedo lograr; siempre me demuestro que a mi manera y a mi tiempo, llego.

Delrayo va a unificar en un mismo espacio varios talentos y creativos; será un lugar para intercambiar conceptos, ideas; súper interactivo y con muchísima energía. Es un proyecto itinerante que va a durar probablemente un año.

### **¿Qué quieres ser de grande?**

No quiero ser grande.

**Jajaja, yo tampoco.**

### **¿Y dentro de tu yo chiquita?**

Mi yo va a ir evolucionando hacia una persona más madura. Quisiera seguir con el estilismo; incursionar en otras artes como la escultura; retomar el dibujo; me llama la atención la cerámica. Me encanta culturizarme, saber cada vez más solo por saber; por no ignorar. Es por eso que quiero cultivar mi espiritualidad, para conocerme y estar consciente de lo que soy y lo que me rodea.

### **¿Cuál ha sido tu producción o foto favorita?**

No sé si mi foto, pero mi producción favorita fue en la que usamos libremente, sin miedo, espacios de la ciudad, como Plaza Caracas. Exploramos la capital en la que vivimos desde un punto de vista artístico.

### **Y creo que ha sido la producción más arriesgada en estilismo.**

Primero que todo, no tenía fines comerciales y ya solo por eso, me volé un tapón y expresé tal cual lo que estaba pasando por mi cabeza; y logré el estilismo que realmente quería hacer.

### **¡Estamos listas!**

¡Qué fino!

**Mil gracias por todo.**

## **COLLAGE DE VIDA**

PELÍCULA: Daisies

INSPIRACIÓN: El agua y los arcoíris

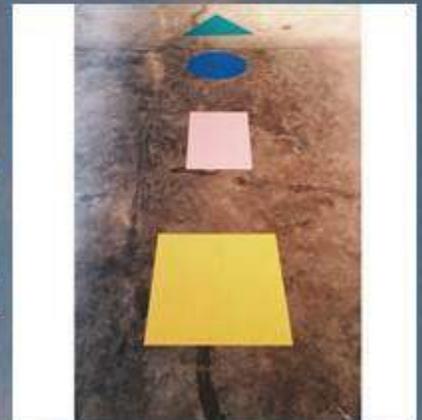
FACHADA: Un edificio en Bello Monte loquísimo; los pisos están en diagonal y se encuentran en un ángulo

ANTOJO: Sushi de Fresh Fish, tacos de El Tizón, una crepe de Café Noisette

QUINCENA: El Centro; me pierdo en esas calles y consigo cosas súper especiales. Encontré un top que me costó 200 Bolívares, en un lugarcito de un viejo que está cerrando su local. Él crea un tejido elástico arrugado, tiene su maquinita de corte; le compré diez para reformarlos

CULTIVO: La Organización Nelson Garrido (La ONG)

DESVELA: Suka



## Auto-entrevista: Una aproximación a Claudia de Lima

*“Uno es el que se limita a hacer las cosas o dejarlas de hacer”*

Entrevista y Fotografía por Claudia de Lima

### **¿Por qué los autorretratos? ¿Cómo empezó todo?**

Cuando tenía 13 años me gustaba tomarme fotos cuando mis papás no estaban en la casa. Siempre he sido extremadamente “coqueta” (Dios me perdone por utilizar esa palabra), me gustaba jugar a vestirme bonito y crear momentos. Poco a poco me di cuenta de que era buena poniendo el timer y colocándome en la mejor posición para tomar una foto, en menos de 10 segundos. Entonces se convirtió en una adicción, tenía muchísimas ideas que quería plasmar en mis fotos y mi reto diario se convirtió en imaginar, a pesar de las pocas cosas que tenía, cómo podía crear el ambiente, la ropa y utilizar la pose perfecta para que lo que quería se hiciera sentir.

### **¿Cómo defines tu arte?**

Mi arte es paz, es ese silencio que sientes cuando estás completamente sola en un lugar y solo escuchas tus pensamientos. Es sentimiento, porque por sobre todo me desahoga y me saca del mundo real; me hace sentir que tengo algo que hacer más que respirar.

### **¿Tiene un mensaje o intención?**

Me gusta pensar que sí, pero a veces me parece más como si no pensara mucho en eso y simplemente dejara que el momento diga lo que quiere decir.

### **¿Cómo la cultura influye en tu trabajo?**

Creo que más que la cultura, la falta de cultura que existe en este país influye muchísimo en lo que hago. No quiero sonar como una rebelde sin causa, pero básicamente mi trabajo es distinto a todo lo que este país ha visto o se ha permitido ver. Estamos tan encerrados en los problemas del día a día, que olvidamos que la vida es más que dinero y lucir bonito. El arte no resolverá los problemas por completo, pero sé que será una gran ayuda para sanar muchísimas heridas y hacer que la gente vuelva a sentir. Porque, para mí, al final eso es lo que hace el arte, hacerte sentir cosas que no has vivido o que no te permites abrigar por el miedo de hacerte daño; abrirte los ojos ante un mundo nuevo o hacerte entender que los problemas no son tan grandes como parecen.

### **Explica tu proceso creativo. ¿Quién colabora en tu trabajo? ¿Tienes un equipo?**

Yo sola hago todos los papeles. Producción, modelo, fotografía, post producción, etc. Creo que ese es uno de los mayores retos que tengo. No me gusta mirarlo como una limitación, porque siento que más bien me hace mejor persona, me ayuda a entenderme a mí misma para poder trabajar con los demás. Es un proceso a veces complicado, pero siempre divertido (aunque también un poco doloroso).

### **Coméntame del trabajo de los covers de discos.**

Los covers fue una idea que comenzó gracias a Jim Morrison. Sí, el cantante de The Doors. No, no soy amiga de él. Un día estaba viendo fotos de la banda y me pareció cool hacer una foto vestida como él. Me pareció muy cool tener que pretender ser alguien famoso y todo el proceso de hacer la imitación lo mejor posible.

### **¿Cómo era Claudia en el colegio?**

Timida. Tonta. Tenia miedo de lo que la gente pensara. Pero eso solo fue una parte de él. Cuando comencé a tomarme en serio el tema de la fotografía fui evolucionando. Me di cuenta de que no podía dejar que la gente decidiera quién era yo, sino que tenía que demostrarles lo que de verdad quería ser; no porque sentia que les debía algo, pero porque queria que se dieran cuenta de que yo era muchísimo más de lo que ellos pensaban.

### **¿Qué representa la desnudez en tus fotos?**

Muchísima cosas, para comenzar, representa libertad, ser fiel a mí misma y a mi ideología; representa saber quién soy y aceptarme, entender que no siempre la gente va a estar de acuerdo conmigo, pero no por eso significa que yo estoy equivocada o que ellos lo están. La gente siempre tendrá una opinión de lo que uno es, lo importante es saber que lo que estás reflejando es lo que realmente eres y quieres que la gente vea.

### **¿Cómo logras expresar la sexualidad femenina de una manera pura y natural, en vez de como un objeto?**

Mucha gente me ha preguntado esto y creo que tiene que ver con lo que estás pensando en el momento en que tomas la foto. Además, ser natural no significa tener cero maquillaje, pero ser tú misma a pesar de eso. Mostrarte como eres. Eso sí, estoy súper en contra de arreglarte en photoshop. Me parece que es lo más inauténtico que alguien puede ser.

### **¿Qué es para ti la belleza? ¿Crees en lo “perfecto”?**

Creo que la perfección, como la sociedad te lo demanda, no existe. Lo siento si digo 100 mil veces esto, pero creo que ser perfecta es ser tú misma. Ser auténtica. Sé que ya lo he dicho muchas veces, pero creo que nunca será suficiente. La gente cree que la belleza es tan fácil como hacerse cirugías o secarse el cabello y hacerse las uñas, pero la realidad es que se necesita de muchísimo más para ser bello. Y es difícil, no lo niego, porque constantemente estamos viendo cosas que desfiguran nuestra concepción de quiénes somos y qué queremos, pero lo importante es siempre saber a dónde vamos; en ese camino no hay pérdida, porque siempre nos encontraremos con nuestro *yo* verdadero en algún punto.

### **¿Cómo consigues esa comodidad y confianza que reflejas en las fotos? ¿Tuviste que lidiar con inseguridades?**

Como todo ser humano, tuve que aceptarme primero. Fue una tarea difícil, más allá de saber utilizar photoshop o saber calibrar una cámara manual, entender que tenía tanto derecho como los demás a vivir y decir lo que pensaba me costó. No culpo a nadie sino a mí misma, porque uno es el que se limita a hacer las cosas o dejarlas de hacer, pero dar un paso sin saber qué vendría luego fue la mejor decisión de mi vida.

**¿Te importa lo que dice la gente? ¿Has tenido que lidiar con situaciones incómodas?  
¿Mejor halago y peor ofensa?**

Siento que la gente no me cree cuando digo que no me importa lo que los demás piensen, porque realmente escucharlo suena como algo de alguien que debería ir a un manicomio. Estoy loca, es la verdad. ¿Quién podría imaginarse que los comentarios negativos dejan de pesar tanto cuando haces algo que amas? Pero no hay nada más certero que eso.

Quizás no incómodas, pero injustas. Por algún tiempo tuve que lidiar con gente que me decía que dejara de hacer mis fotos, porque estaba equivocada, porque me iba a dañar la vida, etc. Y a mi me parecía insólito que unos extraños me dijeran cómo debía vivir mi vida. Cada quién tiene derecho a tomar sus propias decisiones, con respecto a su vida y a lo que es bueno para uno mismo (siempre y cuando no te dañes ni a ti, ni a los demás).

**Mejor halago:** "Eres arte" jajaja, creo que no hay nada mejor que eso.

**Peor ofensa:** No recuerdo una en específico, pero me duele muchísimo cuando la gente (específicamente los hombres) dice que les gustan mis fotos y hacer comentarios obscenos o demuestran de alguna manera que no están ahí por el arte. Me desalienta más que todo.

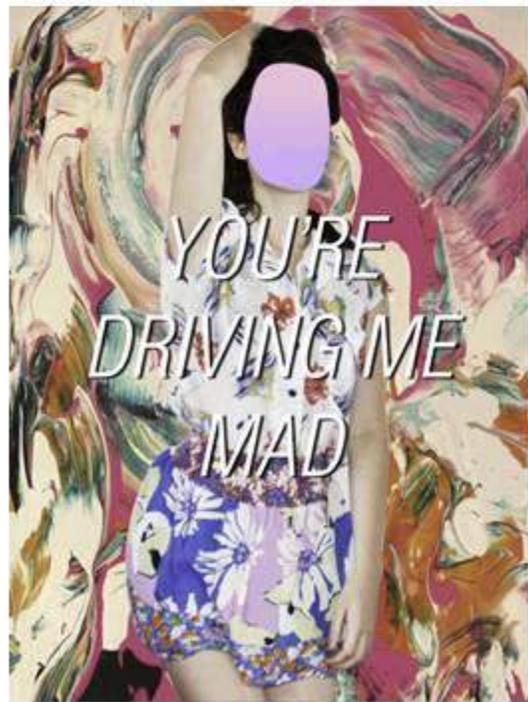
**¿Cuál te gustaría que fuera tu legado? ¿Cómo te gustaría ser recordada y haber influido?**

Me gustaría que la gente se atreviera a hacer lo que les gusta sin importar lo que los demás digan. Quiero que la gente me recuerde como la chama valiente que hizo todo por lograr ser feliz sin importar lo que los demás dijeran de ella, como esa persona que no le importo tener mil obstáculos porque quiso enfrentarlos todo sin miedo. Quisiera que la gente pueda lograr siempre lo que se proponga, a pesar de todo, porque de esa manera construimos un mundo mejor.

**¿Qué quieres ser de grande? ¿Hacia dónde crees que evolucionará tu trabajo?**

Cuando sea grande quiero ser artista y espero que mi trabajo pueda llegar a los ojos de aquellos que son incapaces de ver la realidad tal como es, porque son a esas personas a las que me gustaría que se dirigiera lo que hago.

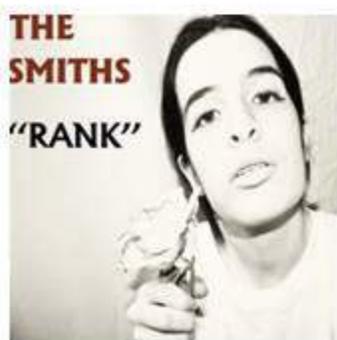
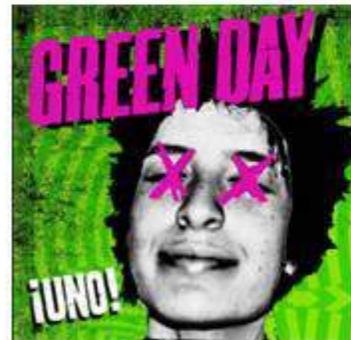
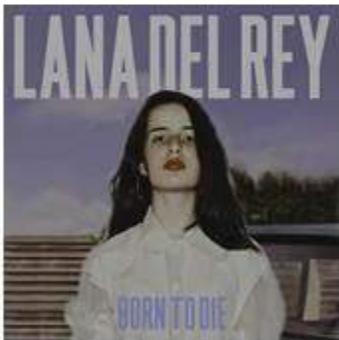




### Collage de vida

- Tu trabajo propio favorito: <https://www.flickr.com/photos/klankitax/6911517649/> (mi primer desnudo)
- Un fotógrafo: Estoy entre Leif Podhajsky, Neil Krug y Nelson Garrido.
- Una frase: "Perhaps, somewhere, some day, at a less miserable time, we may see each other again." - Vladimir Nabokov, Lolita
- Un libro: Liubliana de Eduardo Sánchez Rugeles.
- Una película: Lolita.
- Una canción: Red Eyes de The War on Drugs.
- Una pieza de arte: Cualquiera de Monet.
- Un ejemplo a seguir: Stephen King.
- Otra pasión: la comida (de Caracas).
- Una fachada para ver: El Museo de Bellas Artes.
- Un lugar para comer: Ávila Burger.
- Un sitio para comprar: Columpio.
- Un espacio para cultivarse: La Universidad Central de Venezuela.
- Un ambiente para trasnocharse: En una fiesta en el Ávila (bajar en el teleférico a las 3 de la mañana es una experiencia recomendada).

### COVER ADDICT



# Cecilia

*Muchos años después, Lola recogía los escombros que quedaron en el suelo .*

**Por Andrea García**

Muchos años después, Lola recogía los escombros que quedaron en el suelo. Había soltado los perros y sus deseos. La Quinta Celia, como se le conocía hasta entonces pasó a llamarse Araguaney. Por los ventanales, se metían las flores solas o en grupos, y aquel sol de febrero secaba rapidito los charcos de una lluvia pasajera. Cachapal era entonces, un caserío que no llegaba a tener más de nueve cuadras y apenas si tenía un puñado de habitantes que se encerraban temprano, aunque de vez en cuando y solo de vez en cuando, se espabilaban con por un buen cotilleo.

Aquella mañana, en la acera B. los muchachos iban y venían como pavorreales, con sus camisas planchadas y sus pantalones a la cadera. En la acera A. en cambio, las muchachas caminaban sonrientes. El Araguaney estaba de fiesta y todos los sabían. Lola, sacó todas sus sillas, las mejores, esas de madera gruesa y también las de la noche, las indecorosas le llamaba, cuya apariencia pasada las siete le dejan de importar a la gente.

Mientras, el sol se iba entre las montañas, siete hombres armaban la tarima y dentro de la tasca se veía a Matilde en la cocina colando guarapo y dándole de probar a los recién llegados. Sirvió unas copas y se fue al baño. Al entrar vi por la ventada algo negro que voló al techo, sonaban como pisadas por aquel techo. Matilde, salió rápido del baño, se asomó por fuera y no vio nada. Volvió al ventanal.

-Tres y tres, Mati.. Saluuud! Ah buena hora, mujer, por aquí ya se extrañaba un festejo-

-Si ombe, yo no sé cómo pueden vivir así, tan poco e` todo- decía Matilde con la atención aún en lo que había pasado en el baño.

-¿De todo? -se lanza otro guarapo uno de los caballeros- aquí la vida dejó de ser fiesta hace ratoooo, -dijo el otro-

Todos asentaron con la cabeza

-Ay ombe!, déjele esa quejas a las doñas. Mire, ahí viene unas-

Los músicos comenzaban a llegar, llenos de cuentos de la Ciudad, que si los zapatos eran de cuero y no de pelo de ganado, que si las mujeres salían solas no solo de compras, y que a los maridos de estas les llamaban -independientes- ya te digo yo. A esos en Capachal les llamamos Don Juanes y a esas mujeres, con suertudas y adelantadas. Como buen conocedor de cuentos, a este hombre en particular le creía el saludo y nomás. Había llegado con un cuatro de Barquisimeto y que según él, el mismo Pablo Canelas le había tallado a su medida. Las muchachas le admiraban y no se les quitaban de su lado y con razón, aquel hombre le rimaba a la patica del oído a cada una. Incómodo ya de por sí, avisté a los que llegaban y me fui a recibirlos, venían en cambote y por fin, la fiesta había comenzado.

Lola, se había puesto su mejor vestido, encerró a los perros y sacó a pasear a sus deseos. Llena de agradecimientos, la saqué de la muchedumbre y la llevé a bailar.

-Ah buena broma me echas mujer, -le dije- estas más bella que el Araguaney del patio, ese a quien le debemos esta gracia-

-No ombe, JoseIgnacio, no me diga eso que me apeno y yo así no bailo-

-No, no mujer, ya me callo, -susurré- mientras le agarraba la espalda.

La luna alumbraba de llenito el piso de tierra y el morichal que tenían cerca de donde bailaban las parejas. Matilde, pasó el rato sirviendo guarapos, de siete que servía, se bebía por lo menos mitad de uno -disimuladamente, creía ella-. Pensaba que aunque le gustaba beber, era muy digno andar siempre con prudencia. Ya lo había advertido, la fiesta se ponía buena y el guarapo también. En dos horas se habían bebido seis jarras. Se lavó las manos y salió hacia el pasillo, era largo, tenía un cuarto pequeño y dos closet que todavía oían a recién pintado. Bajó dos escalones y se agachó a buscar el malojillo. Agachada vio dos pies de gallina enormes, que miraban en dirección hacia ella. Saltó y gritando fuerte corrió hasta el ventanal. Llegó jadeando y con el rostro pálido. Yo la vi y pensé que esa no era Matilda, de repente le habían pasado veinte años por encima.

-¿Qué pasó mujer? -Le decía Lola- ¿qué pasó, cuéntame, qué viste, qué viste dime qué te puso así?- Lola, no paraba de ver a los lados, los hombres medio borrachos se pararon a ver a las muchachas bailar. Como si nada, como si Matilda fuese una desconocida y no la que le sirvió la borrachera que ahora cargaban. Yo supuse que algo muy feo debió haber visto porque la tenía muda, y uno no se queda mudo sino cuando lo decepcionan o cuando ve a un aparecido, no más que eso. Lola me agarró la mano, y me dijo que no quería arruinar la fiesta -JoseIgnacio hay que ver que ha pasado. Se adelantó y me dijo -yo me quedé con Lola y tú ves que hay atrás o...

Le interrumpí -no, no, mujer, ya llamo al Compadre Ali para que se quede con Matilde y vamos los dos-

Ali, era el catire de la cuadra tres, tenía barba de guerrillero y las cejas hacia abajo, yo le decía ojo e vela, con esos ojos caídos de actor de cine convencia a más de una y hasta a uno mismo. Más hábil que él, poco en el pueblo. Llegó en un santiamén, me lo había mandado a buscar Don Joaquín con uno de sus carajitos.

Lola agarró un palo, y yo una sábana. Le dimos la vuelta al pasillo, revisamos los closet, estaba todo el malojillo tirado. De repente la música se calló de golpe y la gente comenzó a gritar. Lola y yo nos miramos perplejos y corrimos de nuevo al ventanal. Matilda estaba en el suelo, tapándose los ojos. Unos corrían hasta la salida y otros desde la tarima señalan con el dedo hacia el cielo. Volteamos Lola y yo y vimos un gran pájaro negro que volaba sobre el Araguaney, haciendo un chillido que casi me paró el corazón, apunto estaba hasta que cayó al suelo. Era el compadre Ali, no peló una de sus alas con la cerbatana de Ayacucho. Ah puntería la de catire.

Las doñas que quedaban, miraban el cuerpo de aquel pájaro, entre ellas se encontraba Doña Lucia, la mujer más vieja del caserío. Tomó una malla y antes de ponérsela encima, le escupió, puso una vara al fuego y le quemó una de las patas. Todos miraban con atención mientras aquel espantajo gritaba sin parar como quien le pide ayuda al cielo cuando está en apuros.

-Déjala amarrado en el zaguán y en la mañana vendremos a verlo. Ya veremos quién es - decía Doña Lucía con intriga-. Pero lo que han dicho unas por ahí, puede que sea cierto, este animal es raro, tiene cara de gente, el semblante de Doña Cecilia. Si - decía mirándola- es ella a donde la pongan, tan solo mirenle esa nariz, no hay en todo Cedeño una nariz tan fea como la que ella tenía. Y esa boca tan vulgar. Y no me extrañase que después de lo que era acá en el caserío terminara en esto.

La fiesta de Araguaney había terminado, Matilda yacía dormida en la cama del cuarto principal. Lola no recogió nada, dejó todo intacto y yo no le abandoné ni un solo instante. A pocas horas, cuando ya casi pegaba un ojo, el sol salió y la puerta principal comenzó a sonar, tocaban Doña Lucía y compañía, tres señoras más que se hacían llamar vecinas. Esperaban inquietas, o así las percibí. Todos estábamos madrugados, les ofrecí café y me dijeron que no, había que ver el animal lo más pronto posible, refunfuñaban. Lola se encerró con Matilda, y entonces les dejé pasar al zaguán. Ah sorpresa, encontramos la malla en el suelo, no había rastros de plumas, pero sí de sangre, gotas que hacían un recorrido que perseguimos hasta el ventanal y desde allí, vimos un cuerpo que se veía cada vez más lejos. Era Doña Cecilia, desnuda hasta los pies, cojeando apresuradamente mientras se aguantaba el brazo roto con el otro. Bajaba la rampla del Araguaney, que como la mañana anterior se comenzaba a deshojar, perdiéndose ella con las flores frente a nuestros ojos.

### *Playlist del Horror*

*Thriller-Michael Jackson*

*Helena-My Chemical Romance*

*Rosemary's Lullaby-Mia Farrow*

*Not while I'm around -Helena Bonham*

*The Music of the Night-Michael Crawford*

*Sweet Transvestite-Tim Curry*

## MODENÓLOGO

*me pregunto si la parca también viste de Christian Dior*

Por Tomás Marín.

Fotografía Adrea Vargas. Modelo Tata Hellmund

Para Dani, a quien le gusta la moda y lo lúgubre.

Antes que todo, les suplico que me escuchen con atención. Mi nombre es lo de menos, soy modelo de profesión. He lucido las más finas telas, he caminado por las más importantes pasarelas, he posado de frente para infinidad de lentes, me he aplacado bajo luces de colores aderezando mi vista frente a miles de periodistas y millones de adúladores.

He portado los más caros trajes, cintas y moños; de invierno, de primavera, de verano, de otoño. He estado en la cima donde todo luce como una pequeñez. He vivido la vida que toda niña ha soñado alguna vez.

He caminado por la senda de una apretada agenda: la prensa haciendo registros, las cenas con los ministros y el rutinario suplicio de la dieta y los ejercicios. ¿Qué más puedo pedir? soy vicaria de un mundo en el que pagan por sonreír. Donde el tiempo se consume entre afiches gigantescos y esplendorosos perfumes. Sin embargo, una lección hay que aprender: el paraíso siempre es de alquiler y es cosa cierta que, cuando una nunca está alerta, el Diablo llama a la puerta. “Señorita, buenos días, la llamo para informarle que ha salido algo extraño en su tomografía, una mancha aún no identificada, pero no se preocupe, que seguro no es nada”.

Dicen que la muerte no guarda recelos, que luce de pordiosera con traje de terciopelo. El cambio fue radical, mi blusa de lentejuelas ahora es bata de hospital. Las llamadas de hombres y mujeres: “nos enteramos de la noticia, ojalá te recuperes”. Pero pasan los días y estoy peor, me pregunto si la parca también viste de Christian Dior.

Pero ya no importa nada, da igual lo que yo hable, todos haremos andada en la pasarela inexorable.



# Halloween Criollo

*"Sayona serás para siempre, y en nombre de Dios, que así sea".*



## *Doctor Knoche: El Frankenstein del Caribe*



Producción General Daniela Benaim. Fotografía Tata Hellmund.  
Estilismo y maquillaje Tata Hellmund. Peinados Andrea Ayala.  
Modelo Keana Lomazzi.  
Cementerio del Este, Caracas 2014.  
Gracias a Vintage Fundaprocura por permitirnos usar las piezas únicas.

# Brownies de Caraotas

*Los brownies más criollos, con ingredientes de nuestro país y sin harinas refinadas.*

Por Simy Rodriguez Levy

## Ingredientes

2 tazas de caraotas cocidas  
2 huevos  
2 cucharadas de aceite  
1/4 taza de cacao en polvo  
1/4 taza de papelón  
2 sobres de stevia  
1cdta de polvo para hornear  
3 cucharadas de leche  
Un chorrito de vainilla y poquito de canela  
Nueces al gusto  
Chocolate negro derretido (opcional)

## Preparación

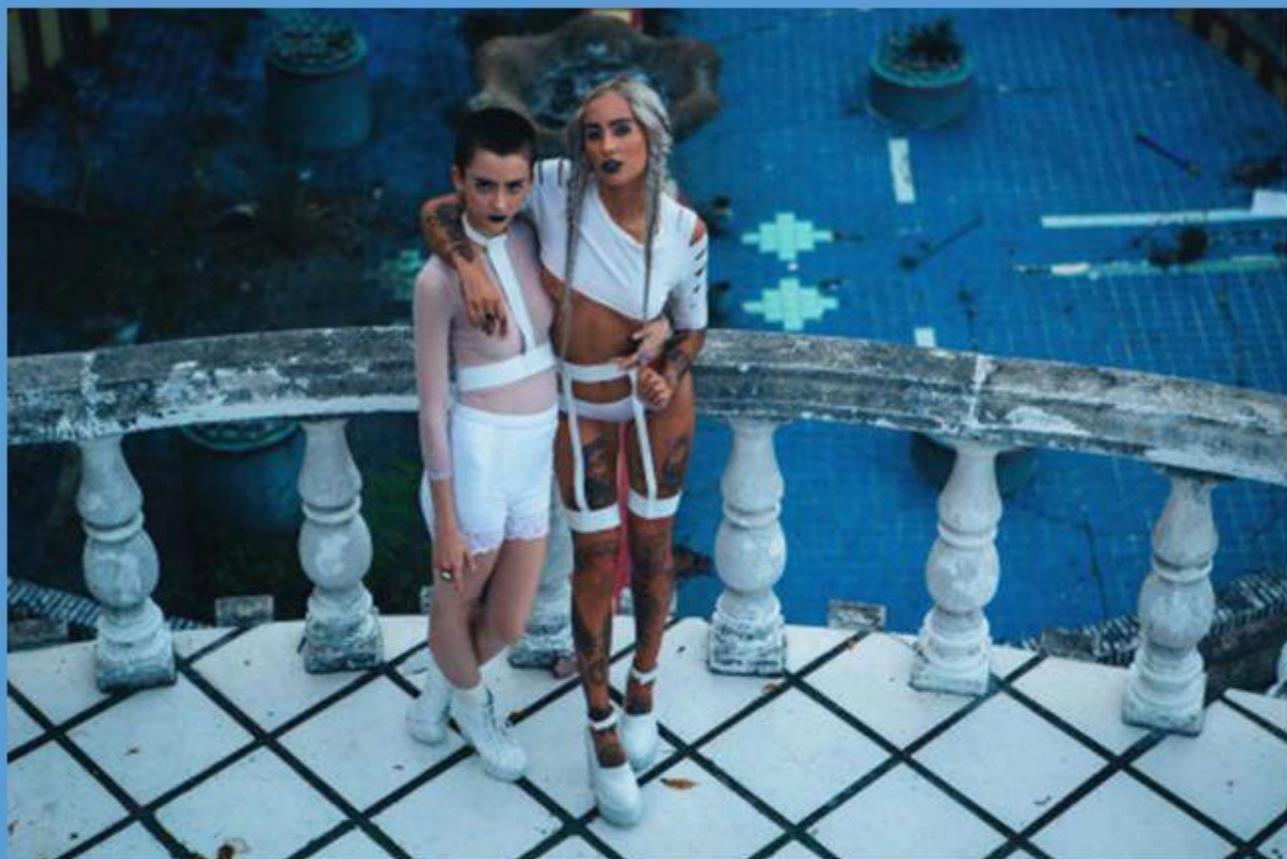
Cocinar las caraotas con agua hasta que ablanden. Una vez cocidas, esperar a que enfrien.  
En el vaso de la licuadora agregar las caraotas, los huevos, el aceite, y la leche. Batir.  
Incorporar los ingredientes secos poco a poco.  
Echar la mezcla en un molde de silicona agregar la mezcla.  
Agregar las nueces por encima o el chocolate negro.  
Hornear de 15-20 minutos a 350°.



# LA MANSIÓN MAMÁ DE FRANCISCO PÉREZ JIMÉNEZ



Modelos Victoria Bozo y Jade Zoric. Fotografía Francisco Tavoni. Diseños, estilismo y maquillaje Tata Hellmund. Asistencia Ricardo Morvay



# DON CHARLI: EL PAPÁ DE LOS ESTILOS



Modelos Verónica Contreras y Ana Mazzei. Fotografía Francisco Tavoni. Estilismo y maquillaje Tata Hellmund. Asistencia Ricardo Morvay



# Ah, yo no sé si huyes

*¿Por qué hacerte perdurar como poema, si los poemas rompen el viento, gritan, florecen la tierra?"*

Por Carlos De Santis  
Fotografía Tata Hellmund

Ah, yo no sé si huyes, si escapas a mi lado  
como una estrella, fugaz, perdida entre mis brazos.  
Colgada, callada como una máscara,  
siento que huyes y te quedas, hablando en versos,  
conmigo no, con la noche.  
Esas noches tuyas, que en tus manos resplandecen.  
Esas noches de nosotros que no están, no sé si quieres...

Y así, me lleno de dudas,  
mi corazón naufraga como la barca del cielo,  
que en el cielo de tus noches encalla los instantes,  
en tus besos diarios, islas de soles,  
uvas de verano, silencios largos, solitarios.

Pero tú, tú me llamas en silencio, me rompes con silencio,  
me amas con silencio, me torturas, me viajas, me tormentas,  
y somos un mar y una orilla, en silencio, de noche.

¿Qué podría decir? ¿Por qué hacerte perdurar como poema,  
si los poemas rompen el viento, gritan, florecen la tierra?

Pero tú... tu silencio de poema  
me corresponde,  
me llama cuando quiere.  
Lo acepto, lo idolatro, lo hago  
parte de mi propio silencio.  
Tu silencio hace florecer al  
mundo de flores y colores  
inexistentes.

Ay, seguir tu camino mudo,  
que llega a la noche que existes,  
donde yo permanezco lejos y  
cerca,  
intentando que tu silencio y mi  
silencio  
se encuentren.

