



# MUJERES CREATIVAS

POR: LIZBETH ESTRELLO

**D**entro del área de la producción visual es común utilizar la creatividad para desarrollar proyectos, pero ¿qué es la creatividad?, ¿quién es creativo?, ¿dónde está la creatividad en el cerebro?, ¿cuándo somos más creativos?. Sin duda son muchas las interrogantes que surgen en torno a la creatividad, pero te ayudaremos a contestar cada una de estas preguntas.

Empecemos definiendo que la creatividad es una capacidad natural y básica del ser humano, esta nos ayuda a encontrar soluciones inteligentes y originales a nuestros problemas y desafíos diarios. También se puede definir como la capacidad de generar algo nuevo y valioso a través de la transformación de lo ya existente. Esta gran habilidad es muy importante, ya que a lo largo de la historia nos ha ayudado a sobrevivir y a evolucionar como especie, incluso nos ayuda a generar constantes mejoras a nuestra vida, a nuestro entorno y a la sociedad. Se puede utilizar en cualquier aspecto de nuestras vidas pues no es exclusiva del ambiente artístico.

Todos nacemos con la capacidad de ser creativos, pero conforme vamos creciendo la sociedad, la familia y la escuela nos van imponiendo ideas, patrones y modelos, es decir, nos van diciendo qué hacer y qué no hacer; lo que está bien y lo que está mal. Cómo pensar, cómo actuar y cómo vivir. Esto hace que nuestra capacidad creativa disminuya, sin embargo la creatividad es como cualquier otra habilidad, necesita de la repetición como instrumento de enseñanza para poder desarrollarse y para poder perfeccionar esta capacidad con el tiempo.

La creatividad en el cerebro es muy difícil de definir y de medir, pero gracias a la neurociencia se han hecho varios estudios para encontrar las áreas del cerebro que más utilizamos a la hora de ser creativos. La neuróloga Mónica Kurtis indica que para poder medir la creatividad en el cerebro se deben hacer uso de la Resonancia Magnética Funcional (FRMI por sus siglas en inglés) y de la Tomografía por Emisión de Positrones (PET por sus siglas en inglés), estas dos técnicas nos permiten obtener imágenes de la actividad del cerebro. El FRMI mide el flujo sanguíneo en el cerebro, donde más flujo hay significa que se está usando más esa área del cerebro. La técnica PET mide la

glucosa del cerebro y cuanto más glucosa haya significa que hay más actividad. Mediante estas dos técnicas se ha determinado que la zona que más se ilumina al momento de ser creativos es la zona prefrontal medial del cerebro. Esta zona nos permite llegar a una meta, planificar objetivos, conseguir resultados, organizar la información jerárquicamente, mejorar la atención, la concentración, la memoria de trabajo y la flexibilidad (la cual se encarga de ver las cosas desde diferentes ángulos para no tener una respuesta automática). También conecta con la corteza visual, sensitiva y auditiva, la memoria (donde están todos los datos que conocemos) y las emociones.

El cerebro no funciona por bloques, es decir, aunque la zona prefrontal del cerebro sea la que más se ilumina, no significa que las otras áreas del cerebro dejen de funcionar. Un claro ejemplo de esto es la íntima conexión de la zona prefrontal con la zona prefrontal lateral, la cual se encarga de filtrar ideas y de decidir si son buenas o no. A pesar de que esta zona nos ayuda a darle valor a la creatividad porque pone la idea en contexto, es aquí donde las reglas y los marcos sociales influyen en la zona y terminan cortando nuestra creatividad.

¿Alguna vez has encontrado la solución a un problema cuando no estabas pensando en ello?. Los momentos de inspiración no surgen cuando estamos concentrados en resolver algún problema, suelen aparecer cuando nuestro cerebro se encuentra reposando, haciendo actividades que no requieren de mucha atención, como lavar los platos, ducharse o simplemente pasear. Podemos decir que somos más creativos cuando nos distraemos y dejamos divagar la mente un poco, esto facilita el surgimiento de más y nuevas soluciones. La inspiración no se puede provocar, pero se puede estimular realizando tareas simples antes de hacer otras más complejas.

Para esta edición de CROMA nos dimos a la tarea de hablar con mujeres que se destacan en su área por ser creativas, con el fin de inspirarte y motivarte a tener más confianza en tus ideas y para querer seguir siendo creativo. Esperamos que a través de sus trayectorias como profesionales también te animen a explorar tu lado creativo, a seguir creando y sobre todo a dejar de lado el miedo de hacer lo que más te gusta.

# FERNANDA ALMANZA

Influencer en Moda y Edición

POR: JENY RODRÍGUEZ

**F**ernanda estudió la carrera de Lenguaje y Producción Audiovisual en la Facultad de Artes Visuales de la UANL. Actualmente es influencer, su contenido es para aquellas personas que les interesen los temas de moda y belleza, cuenta con un canal de Youtube que habla sobre el tema y otro secundario en el que se dedica a hablar temas de edición de fotos y videos; también cuenta con una página web en la cual se dedica a la venta de filtros que ella misma crea llamada Magic Pearls.

Ella tiene el desafío de competir como mujer latina, contra mujeres que cumplen con los estereotipos que la misma sociedad formó, es decir, delgadas, blancas y con muchísimos recursos. Nos comenta que el peso de una persona tiene muchísimo impacto pues es algo con lo que también tiene que lidiar. “Tengo el poder de generar un mensaje para todas esas niñas que no se sienten seguras consigo mismas, respecto a que son súper valiosas y que no importa su peso ni sus medidas ni cómo te veas. Creo que es importante porque a mí me ha truncado o cerrado muchas puertas tanto con marcas como con seguidores y es importante normalizar la apariencia física”.

La inspiración la toma de personas que ella admira, una de ellas es Desi Perkins, todo el tiempo se inspira en sus videos, sus fotos y es por ella que decidió dedicarse a la moda y al maquillaje para Youtube. En la fotografía se inspiró en Jessica Kobeissi y es por ella que eligió especializarse en fotografía editorial.

Fernanda creó su canal de edición debido a que subió un tutorial editando una fotografía de ella misma y se impresionó al ver que tuvo muchas visitas, desde ahí decidió subir más y más contenido del mismo. Para subir un nuevo video ella misma se pregunta lo que le gustaría ver en su canal, además de eso toma inspiración de las nuevas tendencias, los colores del año, lo que las personas usan, en todo lo que está de moda; incluso toma en cuenta lo que van diciendo las personas en los comentarios de sus videos de lo que les gustaría ver. Se mantiene fiel a su estilo para que todo tenga congruencia en su contenido y no se pierda esa inspiración ni el sentido que la caracteriza. “Siempre hago lo que me gusta y si dejas de hacer lo que a ti te gusta no está padre, entonces además de trabajo yo lo veo como un hobby”.

La idea de vender filtros nace el día en que comenzó con su primer video de edición. Ella buscaba la manera de editar sus fotos de una manera correcta y es en la escuela donde comenzó

a conocer más de los programas de edición como Photoshop y Lightroom. Cuando dominó los programas empezó a crear sus propios filtros. La gente se los pedía y ella se los proporcionaba gratuitamente, hasta que se dio cuenta de que podía venderlos. Como ella había estudiado en la Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica en tecnología de software comenzó a crear su página web para poder vender sus filtros, al principio no creía que esta idea tendría éxito pero se sorprendió al ver que el resultado fue todo lo contrario que incluso le pedían más.

Su meta a corto plazo es trabajar más en sus dos canales de Youtube, también comenta que le gustaría mejorar más en tomar fotografías y seguir practicando. A largo plazo le interesa colaborar con marcas prestigiosas como Chanel, haciendo spots publicitarios y preparándose con cursos o talleres que la ayuden a cumplir su meta.

Lo que más le gusta de su trabajo es ver el resultado final, ya que el proceso es muy tedioso y abrumador, pero se siente bien consigo misma al ver todas las horas de trabajo y sufrimiento invertido que la llevó a lograr el resultado esperado.



## REDES SOCIALES:

### — YOUTUBE

Daily Vintage  
Itsferyalm

### — TIENDA PRESETS

Magic and pearls

### — INSTAGRAM

@itsferyalm



POR: FERNANDA



# ROSS MARISIN

Ilustradora y creadora del  
cómico "Sin y Laf"

POR: JENY RODRÍGUEZ

**R**oss Marisin estudió la Licenciatura de Diseño Gráfico en la Facultad de Artes Visuales de la UANL. Actualmente es Ilustradora y diseñadora freelance, se dedica a esto desde que egresó de la facultad en el 2008, lleva 13 años en este ámbito.

Ella ha participado en diversos proyectos importantes. Cartoon Network Latinoamérica la contactó para el proyecto Girl Power; la llamaron para elegir a dos personajes de sus series favoritas de Cartoon para después hacer una ilustración tipo fan art de estos personajes, ella eligió a Garnert de Steven Universe y a Marceline de Hora de Aventura, sus personajes favoritos.

Continuó en otro proyecto con Coca Cola, trabajó con un colaborador y tenían que dibujar los comentarios positivos para este nuevo año 2021, estos comentarios eran desde la página de Facebook de la empresa. Estas frases se las pasaban y tenían que ilustrarlas rápido por lo que fue ahí donde aprendió a dibujar en su iPad de una manera más rápida. Ross ha colaborado con clientes importantes tales como: Macmillan, Cartoon Network, Conafe, Elalebrije, El Palacio de Hierro, entre muchos más.

Para lograr tener el prestigio que la caracteriza, tuvo que trabajar muy duro. Cuando aún era estudiante publicaba sus ilustraciones en Facebook y estas llegaban a personas que no ilustraban, su idea era entretener y hacer que la gente se identificara con lo que ella vivía día a día. Su cómic "Sin y Laf" le ayudó a tener clientes, pues mucha gente lo compartía y muchos de sus fans eran editores o trabajaban en agencias de publicidad. La recomendación de Ross es: "Publica tu trabajo, de ese modo la gente te conocerá. También tenemos que apoyarnos entre compañeros, ya que de vez en cuando te puede llegar trabajo por parte de ellos".

Menciona que le gustaría crear un nuevo cómic ya que cuenta con diversos personajes que podrían funcionar muy bien.

Conocer tu propio estilo es muy complicado, para Ross el haber realizado trabajos complicados le hizo darse cuenta del trabajo que le gustaba hacer. Desde ese momento comenzó a enfocarse en su forma de trabajar y a pulir todo su estilo para darle un buen servicio a los clientes que la buscan y para que la recomendaran o la volvieran a buscar. "Cuando uno va iniciando quiere aceptar todos los trabajos posibles, pero conforme



## REDES Y CONTACTO:

### — INSTAGRAM

@rossmarisin

### — TWITTER

rossmarisin

### — PAGINA WEB

rossmarisin.com



WWW.FACEBOOK.COM/SINYLAF

POR: ROSS MARISIN

uno avanza sabe de lo que es o no capaz de hacer, gracias a esa experiencia ya sé qué tipo de proyectos aceptar y qué proyectos pasarlos a alguien más".

Ross se inspira en ella misma para crear a sus personajes de redes sociales, es la prueba de que cualquier cosa que hagas en tu día a día lo puedes tomar como inspiración; también toma en cuenta su propia personalidad para reflejar la actitud que tomarán sus ilustraciones y lo convierte todo humorísticamente. Lo que más disfruta Ross es dibujar, menciona que lo mejor es que le pagan por hacer algo que le gusta, le agrada que los clientes dejen que haga las ilustraciones con el humor que ella tiene ya que los clientes le confían su trabajo y le dan la libertad de expresar lo que le piden a su manera, obvio respetando los parámetros.



# CAROLINA ORTIZ



El diseño gráfico como proceso lógico.

POR: ALEJANDRA SILVA.

**C**arolina estudió la Licenciatura de Diseño Gráfico en la Facultad de Artes Visuales de la UANL. Originaria de Saltillo, Coahuila. Forma parte del equipo de partners en Anagrama, estudio creativo con presencia en Monterrey, Cd. de México, Estados Unidos y Japón, donde desarrollan experiencias de marca de forma multidisciplinaria. Actualmente lidera el Área de Proyectos Digitales, ejerciendo como Project Manager y Directora Creativa.

Desde siempre le atrajo la creatividad y el arte a pesar de ser una persona más metódica lo que en un principio lo consideraba una desventaja contra las personas con facilidad de crear artísticamente, con el tiempo se dio cuenta de que la creatividad era algo que podía desarrollarse y con un método lógico en donde se realiza una investigación a profundidad a la marca y clientes le ayudaba a crear cosas con mejores bases, lo que la llevo al cargo del área de diseño y desarrollo web.

Ser encargada y mujer en un área de diseño donde predominan los hombres le dificultó que en un inicio fuera considerada como una líder. A pesar de eso ignoró la brecha del género e hizo que su talento y su trabajo la hicieran destacar por su valor como diseñadora.

Sobre su proceso creativo nos comenta que al diseñar empieza con un estudio del contexto del cliente, analiza la competencia y busca tendencias de lo que están haciendo bien y es con ese conocimiento que se crea algo original en base a las áreas de oportunidades que encuentran.

Sus proyectos favoritos son en los que conecta con el cliente, comparten objetivos similares, pero con diferente perspectiva ya que considera que esos son proyectos donde se puede aprender mucho mutuamente y se crean buenas relaciones.

“Todos los clientes son difíciles, pero la curva de aprendizaje te enseña a ser empático, debes encontrar los tiempos, leer al cliente, ver cómo está recibiendo la información y asegurarte de que estés transmitiendo bien tus ideas pues lo más difícil es estar en el mismo canal”.

Sobre sus obstáculos como diseñadora y líder comenta que, “La relación con personas, ser un líder empático y entender que todos tenemos días buenos y malos, pero a la vez ser exigente para que todo salga, es de las cosas que más desgastan, pero más disfruto”.

Le resulta gratificante poder ver los resultados de alguien con quien fue flexible y exigente para luego ver como se empieza a desarrollar y hacer cosas grandes, es una experiencia muy satisfactoria para ella al igual que ver como todos trabajan en equipo y están abiertos a aprender y desarrollarse.

A todos aquellos que están estudiando diseño gráfico, Carolina les aconseja lo siguiente:



No dejar que tu ego como diseñador **LIDERÉ** tu trabajo. La diferencia entre el **ARTE** y el **DISEÑO** es que el diseño sí es un servicio de soluciones, entonces te enfocas en las necesidades del cliente”



ANAGRAMA

# MICHELLE LARTIGUE

Fotógrafa ve la moda como la oportunidad de crear universos fantásticos.

POR: ELIANA CASTAÑÓN.

**M**ichelle Lartigue estudió la Licenciatura en Artes en la Universidad de Monterrey. Empezó a hacer fotografía como un hobby a los 17 años, pues aún no veía la fotografía como un trabajo formal.

En el 2016 inicia su carrera como fotógrafa de moda, cuando una marca la contacta para hacer fotografías para el contenido de sus redes sociales. En ese momento, es cuando se da a la idea de que sí se puede vivir de hacer fotografía de moda.

“Lo que me interesaba de la fotografía en general es esto de crear una fantasía, escaparme un poquito de la realidad, y es entonces cuando encuentro a la fotografía de moda, me doy cuenta de esto de seguir creando universos fantásticos, a fin de cuentas una marca te está vendiendo un cierto estilo de vida, que se tiene que transmitir a través del modelo, crear todo un personaje con las prendas y con más elementos, y creo que eso fue lo que me atrapó, también me di cuenta de que me siento muy bien trabajando en equipo, con más creativos y esto en la fotografía de moda es clave”.

Queda claro que en la fotografía de moda las marcas quieren transmitir a través de sus prendas e imagen un estilo de vida. En este tipo de fotografías se necesitan de muchas herramientas y participación de varios creativos para un mismo objetivo.

Por este motivo el proceso creativo de Michelle es basado en primera estancia en el moodboard que le mandan las marcas, por lo cual muy pocas veces se involucra en toda la dirección creativa y también las marcas que la contactan ya conocen su trabajo y estética que maneja, por esta razón solo interviene en procesos más técnicos como en la iluminación, en los colores de los cicloramas o si necesitan sugerencias en modelos. Pero a la hora de realizar el shooting, sí sugiere opciones para obtener el resultado que el cliente espera.

“Aprendí que uno como fotógrafo tiene la palabra final y a veces se tiene que decir esto no está funcionado con el moodboard y buscar soluciones o improvisar”.

También recalca esta parte de trabajar con más creativos, pues hacen que el resultado de las fotografías finales salga mucho mejor, pero hay que tomar en cuenta que estas personas

tengan la misma visión o que tengan el mismo estilo y que concuerden en la misma idea final.

La industria va creciendo y la fotografía de moda es un género que va evolucionando, que se están abriendo más oportunidades, específicamente con las pequeñas empresas o con pequeños creativos que van empezando, por lo cual Michelle recomienda que este es el mejor momento para empezar a ser fotógrafo de modas porque se están abriendo oportunidades en todas partes.

REDES Y CONTACTA:

—  
INSTAGRAM  
@michellelartigue



FOR: MICHELLE LARTIGUE

# GABRIELA PEÑA

¿Alguna vez pensaste que un empaque podría ser como un traje hecho a la medida?

## VISITA Y CONTACTA:

### — INSTAGRAM

@Kiwicreativas\_packaging

### — E-MAIL

gaby@kiwicreativas.com

### — SUCURSAL

Niza 3205 Valle Primavera, Mty N.L



POR: THELMA CORTES

**E**lla es Gabriela Peña dueña de Kiwi Creativas, egresada de Diseño Gráfico Digital de la Universidad Regiomontana, también tiene la Licenciatura en Música por la Facultad de música de la UANL, actualmente está casada y tiene una hija de 4 meses.

Todo empezó un 19 de febrero del 2008 cuando tomó la decisión de crear este negocio de fabricación y diseño de empaques. Cuando era estudiante de diseño gráfico tenía dos ramas que le interesaban, el packaging y el diseño editorial, una vez graduada empezó a trabajar en el periódico EL NORTE, pero no era exactamente lo que ella quería ya que veía a sus compañeras de trabajo hablar por teléfono a casa de sus padres para ver cómo estaban sus hijos, ella toma como ejemplo a su madre quien siempre trabajó en casa y quien empezó el negocio hace 30 años, solo que de forma rudimentaria, aquí es cuando Gabriela decide seguir con el negocio, pero de manera profesional.

Kiwi Creativas ofrece un servicio integral de elaboración de empaques desde cero y para cualquier giro, su fuerte son los empaques para la repostería fina, panadería y restaurante, también ha hecho empaques para piezas de tráiler. El servicio es totalmente personalizado como un traje hecho a la medida, pues el cliente dice lo que quiere, ven cuál es su presupuesto y lo que espera de este. Gabriela nos comenta que el secreto de su éxito es que sea ella quien trabaje directo con el cliente, pues le gusta trabajar con libreta y lápiz a la mano y bocetar mientras dialoga con sus clientes. Su trabajo ha llegado a Cancún, McAllen y España, tras ampliar el inventario el año pasado la empezaron a buscar desde Argentina y Colombia, su proyecto del 2021 es hacer más envíos a otros países.

El proyecto que más le gustó elaborar fue para un negocio de confitería, la solicitante traía sus propias ideas para el empaque y quería que la gente se enamorara del producto. Gabriela puso todo su corazón en el proyecto y el resultado fue maravilloso, le encantó a la solicitante y tuvo muy buena aceptación de la gente ya que el producto era para la época de navidad, este proyecto fue un parteaguas, ya que le metió acabados que nunca había hecho.

Sus clientes en general son exigentes porque venden productos de calidad y buscan el empaque perfecto, cosa que es su especialidad. Tuvo un cliente difícil, unos reconocidos event planner que salieron en la serie de “La casa de las flores”, nerviosa tuvo que ir a la Ciudad de México para hablar con ellos sobre lo que querían y llevarles muestras, lo que ellos buscaban eran empaques para su cafetería en Santa Fe, ella tenía el compromiso de hacer un buen trabajo, al final les encantó y esto fue para ella un paso más para ser reconocida en este giro.

El miedo siempre va a existir, así que no pasa nada, lo peor que puede pasar es que no funcione, pero que pasa si ese pequeño salto si funciona. Ella tuvo miedo y recibió muchos comentarios respecto a dejar un buen trabajo, pero ella prefirió tener su propio negocio, ella nunca tiro la toalla y ahora este año Kiwi Creativas cumple 11 años, vive al 100% de eso. Todas las experiencias tanto buenas como malas han sido de aprendizaje y este es su consejo:



No tiremos la toalla,  
**CREAMOS** en nosotras  
y **HAGAMOS** lo que nos  
**APASIONA”**



# AILÉH NAVARRO

Un guionista no sólo se encarga de hacer un guion cinematográfico, también crea ideas que forman la trama de una película, un programa de televisión, u obra de teatro, entre otros.

POR: ABIGAIL REYES

**A**iléh Navarro estudió la Licenciatura de Lenguaje y Producción Audiovisual en la Facultad de Artes Visuales de la UANL. A sus 23 años ella nos cuenta que su primer acercamiento al mundo del guionismo fue en su etapa de la secundaria cuando un amigo de ella le enseñó las cosas que escribía, así fue como ella poco a poco empezó a interesarse en escribir historias.

Ailéh nos comenta que la inspiración para sus escritos los encuentra en la música y hasta en sucesos personales. “Yo me baso en canciones que me gustan y estas mismas las intercambié con un amigo, para que no solo una persona las eligiera, también para ponernos el reto de “haber que haces con esto” y así estuvimos más o menos un mes y medio, y en ese transcurso salieron 8 historias, muy cortas, pero así me quite los prejuicios que tenía a la hora de escribir.”

Una limitante que tenía nuestra guionista al momento de intentar narrar o crear una historia en base a los problemas o situaciones que le solían suceder en su vida, era que estos aún no tenían una solución para poder escribirlos, por lo cual hacía que Ailéh tuviera bloqueos creativos.

Durante su etapa de la facultad Ailéh decidió mostrar en su salón de clases un guion que ella había escrito para la materia de Cinefoto, su idea les agrado a todos, por lo cual “A través del bosque” se produjo y así con mucho esfuerzo decidieron inscribirlo al Festival Internacional de cine de Monterrey en la categoría de KinoStart.

“Siempre les dije a mis compañeros, desde que propuse el guion y dirección que yo quería que el cortometraje participara... y si no ganábamos quería que nos quedáramos con la sensación de que participamos y fuimos seleccionados entre tanta gente y el ver nuestro esfuerzo reflejado en la pantalla grande es una de las mejores sensaciones”.

A través del bosque narra la historia de un hombre, cansado de la vida citadina, decide huir al bosque para librarse de todo su ser. Lo que no sabe, es la sorpresa que le espera ahí dentro.



## REDES SOCIALES:

— **INSTAGRAM**  
@ayns097

— **FACEBOOK**  
Ailéh Navarro

Al haber estado concursando en el FIC de Monterrey Ailéh nos dice que obtuvo muchos aprendizajes sobre su participación. “Te deja mucha confianza con lo que haces, al menos esos pequeños reconocimientos te impulsan a querer y seguir creciendo”.

A todas aquellas personas que están interesadas en seguir en este camino del guionismo les aconsejo:



“Tanto con guion u otros proyectos es hacerlo, **JAMÁS QUEDARSE CON LAS GANAS DE HACER ALGÚN PROYECTO CON EL QUE TENÍAS UNA ESPINITA**, nunca poner los limitantes de tengo mucho trabajo, mucha tarea, incluso si no se te ocurre nada, tu date, tienes miles de oportunidades”.

# PROYECTOS

Mujeres construyendo con creatividad y esfuerzo su estilo personal.

## MICHELLE LARTIGUE

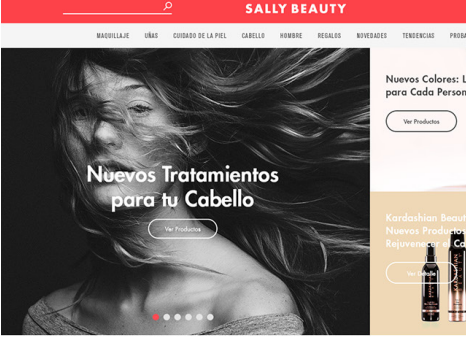


## GABRIELA PEÑA



## CAROLINA ORTIZ

ANAGRAMA



### PRODUCTOS NUEVOS



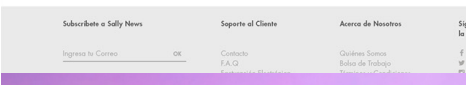
### VISTOS RECIENTEMENTE



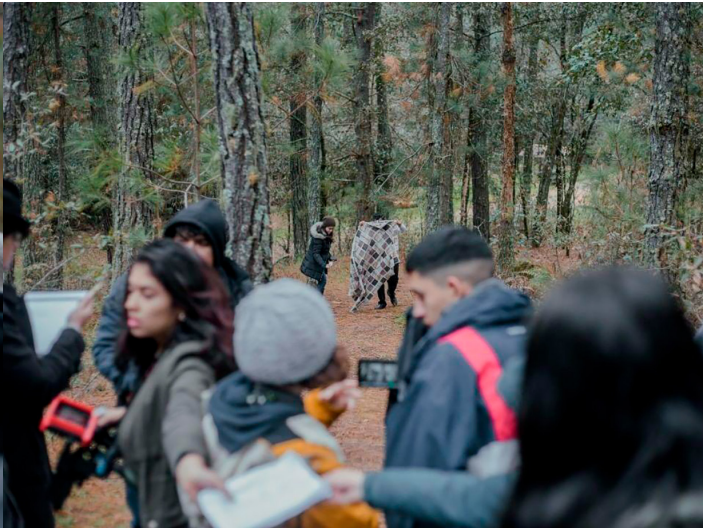
### PRODUCTOS MÁS VENDIDOS



### PRODUCTOS CON OFERTAS







**AILÉH NAVARRO**



**ROSS MARISIN**



**cartoonnetworkla**



**FERNANDA ALMANZA**

