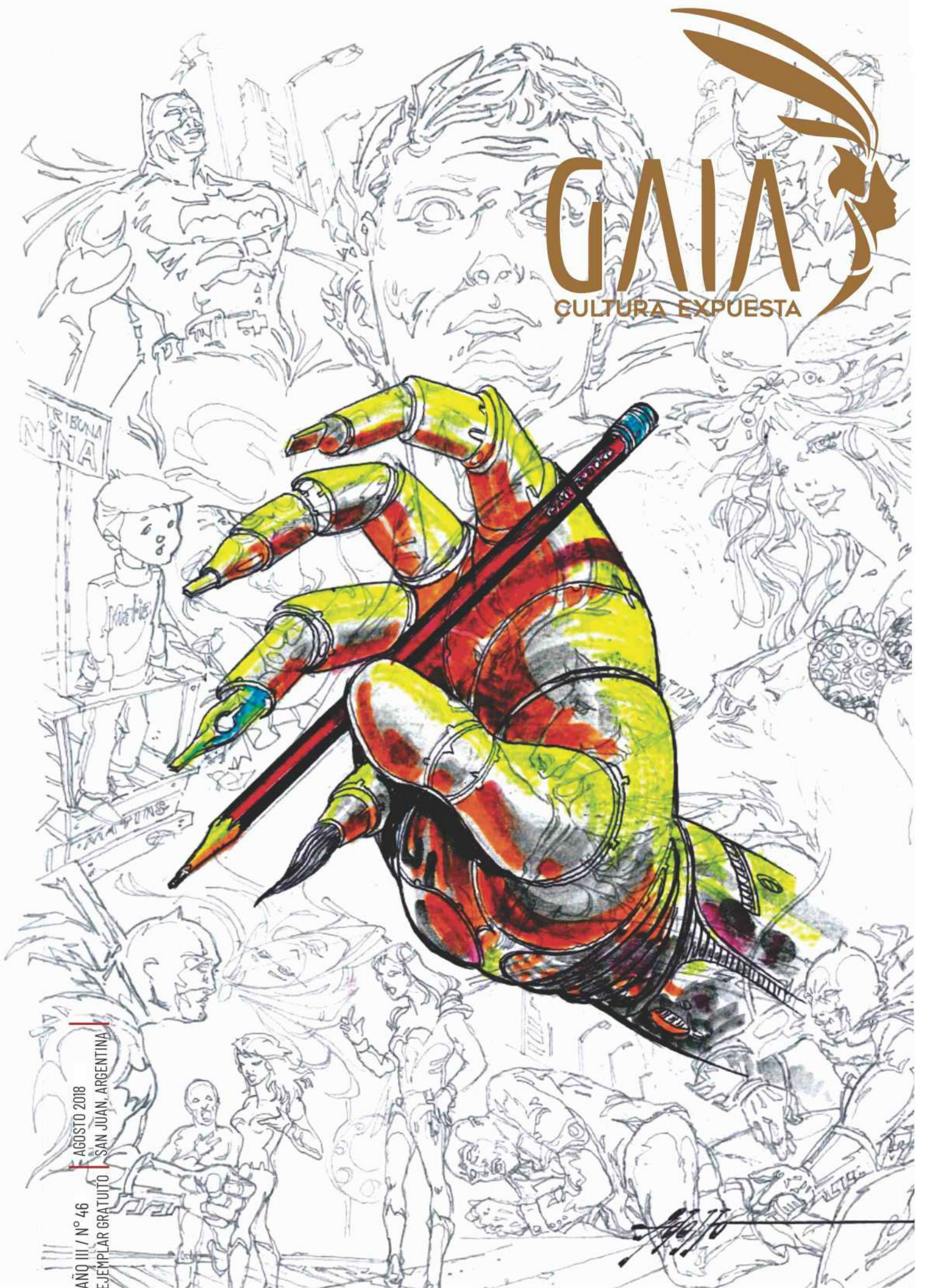


GAIA

CULTURA EXPUESTA



AGOSTO 2018

AÑO III / N° 46

EJEMPLAR GRATUITO | SAN JUAN, ARGENTINA



ADOLFO RODRÍGUEZ MOLINA

Es dibujante, pintor e ilustrador de historietas profesional, nacido en San Juan y radicado en Buenos Aires. Comenzó el oficio desde joven en la antigua redacción de Diario Tribuna, (posteriormente Diario de Cuyo) como ilustrador de publicidades y de las primeras infografías dibujadas a mano. También se desempeñó en agencias publicitarias como realizador de afiches promocionales de películas hasta que logró abrirse camino en importantes editoriales de su época en Buenos Aires.

Fue responsable de las revistas 'Héroes Anónimos' (junto a Francisco Legristi) y 'La Conjunción de los tiempos', en las que sus personajes y vehículos tienen un tono futurista muy acentuado, ya que es un admirador del dibujante francés Jean Giraud 'Moebius', un gran exponente del género. Rodríguez, también hizo aportes en la revista, Cosmik y con Atilio Zanotta, en la historieta 'Matías y familia' para el diario La Nueva Provincia de Bahía Blanca.

En los años 70 se radicó en Perú y pudo establecer vínculos con grandes editoras mexicanas subsidiarias de MARVEL Latinoamérica. Desde entonces, desarrolló su mano para la historieta y el cómic americano. Aunque sus trabajos son diversos para demandas y públicos heterogéneos, siempre tuvo una inclinación directa para la estética de la ciencia ficción.

“

Lo nuestro en este querido y entrañable San Juan, comenzó hace tantos años, que ya casi no los cuento, plenos de puras satisfacciones. Recuerdo compañeros como los hermanos Fernández; Vidal, detallista único del pincel y la pluma cucharita y Andrés, un loco lindo de la fotografía y admirador del caricaturista porteño Laniro, de la revista Rico Tipo. Fuimos los iniciadores de esa corriente loca del dibujo de historieta, o como lo llaman ahora los japoneses, Manga & Animé. No quiero pasar por alto otro valor sanjuanino, a quien conocí de la manera más sorprendente. Llegando a un almacén de barrio en Chimbas observo a un chiquillo trazando rayas en un papel de almacenero, que me dejó absorto al ver la calidad de esos garabatos. Él es Luis Alberto Quiroga, el más grande dibujante de la Revista Fierro, que eligió el seudónimo de PEZ, como si el gran Jaques Cousteaud lo hubiera rescatado del fondo del océano para maravillarnos con su arte. ¿Y sabés qué?... también es sanjuanino y vivió al lado de tu casa y casi nadie lo reconoce. Yo también garabateé desde los 12 años en bodegas y paredes, que quedaron en pie después del terremoto del '44. Luego mostré mi arte dibujando para los diarios Cuyo y Tribuna, y en un gesto único de Francisco Montes nos consiguió a mí, a Aldo Rivero y Diego Pintor traslado a Buenos Aires, donde desarrollé mi profesión, pegando un salto grande a la República hermana del Perú, publicando desde allí, durante varios años la tira Matías y familia junto a Atilio Zanotta, guionista del diario La Nueva Provincia de Bahía Blanca, como así también para la Revista Infantil Chikicosmik. En Perú, tuve la oportunidad de conocer al astronauta Frank Borman haciendo una campaña publicitaria para la compañía estadounidense de aviación Eastern. Todo ello me llevó al gran mundo de la historieta y a colaborar en MARVEL, qué más decir... Me gustaría, estar en San Juan para seguir garabateando y transmitir mi enseñanza, mi conocimiento a la juventud...

Adolfo R. Molina (historietista y sanjuanino)

El mundo en un cuadrito

Cuando decidimos abordar el género de la historieta en San Juan sabíamos que nos enfrentábamos a un campo con límites poco demarcados, con proyectos que quedaron en el camino antes de concretarse y en el mejor de los casos, que tuvieron un período corto de existencia. Claro que hubo y hay casos excepcionales como los sanjuaninos Adolfo Rodríguez Molina (responsable de la portada de este mes) y Alberto Pez que tuvieron una proyección nacional e incluso internacional y que emigraron siendo jóvenes hacia la capital del país. Como dice el viejo refrán popular, "Dios está en todas partes pero atiende en Buenos Aires".

La expansión masiva en el uso de Internet en todas las esferas de la vida cotidiana y cultural, revolucionó las formas de publicación y circulación y amplió las posibilidades de entrar en contacto con editoriales nacionales y extranjeras. Esto mejoró la perspectiva profesional de muchos creativos (sobre todo los más jóvenes) que traspasaron los límites geográficos e instalaron sus producciones fuera del país sin moverse de su lugar de origen. Tal es el caso de Antonio Acevedo y Nicolás Touris, la dupla sanjuanina que publica cómics para franquicias norteamericanas y europeas. Aunque no deja de ser una excepción a la regla.

Mientras las nuevas tecnologías abrían las puertas a un nuevo mercado también surgían otros mecanismos de juego que demandaban de los artistas el dominio del lenguaje y las técnicas digitales; entender cómo competir en un mundo globalizado, saber diferenciarse y posicionar el producto. A partir de entonces, no era suficiente crear, tener talento y arriesgarse. En este contexto, hubo iniciativas que a la larga, no prosperaron. Algunos de ellos, incluso apostaron por crear cómics con identidad local pensados para que circulen al interior de la provincia. Fueron en su mayoría, intentos utópicos por torcer la realidad de un mercado inexistente y la falta de público consumidor, que además de mirar, hojear y disfrutar de buenas historias, también las compre.

En un repaso por las producciones más recordadas por dibujantes, ilustradores y humoristas gráficos locales, surgieron algunos nombres destacados -algunos de ellos referentes para los creativos en este campo- y queda en evidencia que en San Juan, el género de la historieta y de la tira cómica redundaron por lo general, en intervenciones efímeras, que al final terminaron siendo recursos de comunicación poco reconocidos (o mal aprovechados) en el ecosistema local de medios cuando este género tiene un potencial discursivo tan fuerte o más efectivo que la mera palabra escrita.

Pese a todo el contexto social y económico tan desfavorable en el que estamos viviendo, emergen nuevos colectivos artísticos de dibujantes e ilustradores que intentan cambiar la historia para que el género de la historieta tenga el espacio cultural que se merece en la escena provincial y que su talento sea valorado y tenido en cuenta como una profesión en serio, dentro del campo de las industrias culturales.

Con motivo de celebrarse el día de la Historieta Argentina (4 de septiembre), Revista GAIA pone sobre la mesa buena parte -aunque no de manera exhaustiva dado que se requiere mayor espacio físico para abordarlo todo- el trayecto construido por dibujantes, ilustradores, historietistas y humoristas gráficos sanjuaninos. A todos ellos, está dedicada esta edición especial. Por supuesto no todo está escrito en estas páginas. Como en toda historia cultural, incluso en esta misma, la aventura continuará...

Lic. Romina Maina / Téc. Raúl Caliva



Directora / Propietaria

Lic. María Romina Maina

Diseño

M. Romina Maina

Dibujo de Tapa

Invitado: Adolfo Rodríguez Molina

Redacción

Romina Maina
Raúl Caliva

Publicidad

(0264) -154406973

Administración y Redacción:

Mendoza 1233 sur 4° Piso 'B'
Edificio Del Pilar II - San Juan

Propiedad Intelectual

Registro N°5348178

Contacto:

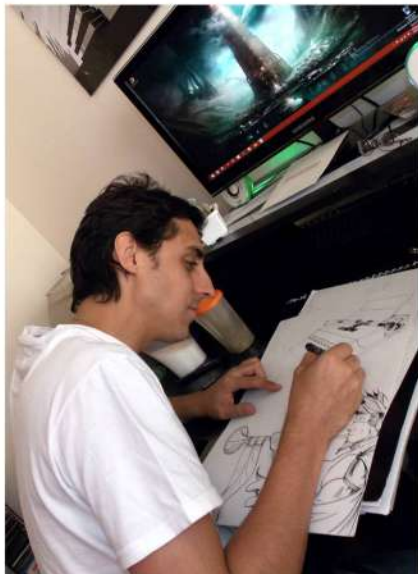
Facebook: Revista Gaia
E-mail: gaia.culturaexpuesta@gmail.com
Teléfonos: (0264) 154406973 - 154395444

Publicación avalada por el Ministerio de Turismo y Cultura de San Juan (Resolución N° 0059, 22 de abril de 2015). Declarada de Interés Social y Cultural por la Cámara de Diputados de San Juan (Resolución N° 132, 10 de septiembre de 2015) y de Interés Cultural por la Municipalidad de la Ciudad de San Juan (Decreto N° 0171, 3 de febrero de 2016). Distribución gratuita. 1300 ejemplares. Envío gratis de versión digital mediante suscripción gratuita. Impreso en talleres propios ubicados en Punta Arenas 2269 Sur B° Edilco, Rawson, San Juan. Año 3 / N°45 / Agosto 2018

Carlos Fernández, creador del cómic Zirconia

“Hay que formarse y golpear puertas”

Por Raúl Caliva



-¿Cómo fue el proceso de desarrollo del cómic?

-La idea y el guión nos llevó dos años; ilustración y compaginación seis meses más. En tres años salió el primer fascículo. El cómic se pensó como producto comercial orientado a la minería entonces, buscamos auspiciantes con relación directa a la actividad.

-¿Qué estética visual y narrativa tenía?

-Había un dibujo de autor, con elementos híbridos ya que dos de los dibujantes eran mangakas y dos éramos más del estilo americano.

-¿Fue un cómic en función a que propósito?

- Primero, hacer un cómic sanjuanino, y aportar personajes para nuevos mitos de un

imaginario local urbano. Segundo, concientizar que vivimos entre minerales, más allá de que las empresas lo usen para bien o para mal.

- ¿Por qué no pudo sostenerse si tenía apoyo económico de grandes empresas?

- Cuando hacíamos el tercer fascículo cerró Pascua-Lama, hubo derrames en Barrick, la empresa Pachón abandonó el apoyo a proyectos nacionales. En dos meses el 80% de las empresas mineras cerraron o se fueron. La mitad de los ingresos provenían de esos auspiciantes.

- ¿Esto repercutió también en lo artístico?

- Tenemos todo para sacar más fascículos. Viajé a España, traje críticas de dibujantes

para mejorarlo, transitamos por ferias nacionales pero las ventas eran bajas. La mayoría de los sanjuaninos miraba, pero no compraba. Fabricamos productos alternativos como calcos, agendas, pads, pósters, dibujos de autor, pero nunca llegábamos al importe que queríamos. Nos aconsejaban que saliéramos en fotocopia (a lo fanzine) pero era mutilar el producto.

- ¿Continuarán con este trabajo?

- Seguir como grupo artístico no lo sé. Si encuentro otros ilustradores que pudieran invertir en este proyecto para continuarlo, lo haré.

- ¿Vale la pena hacer historietas más allá del gusto personal?

- Si bien todos consumimos cultura en muchos de sus aspectos, en el tema cómic, está orientado a los jóvenes, que por lo general no tienen mucho dinero para comprar. Hay que optar por lo digital, buscar sponsors, tener espalda económica para solventarlo o sacar menos fascículos en blanco y negro de menor calidad.

- En un proyecto colectivo, ¿hay un callejón sin salida?

-Pasa por un problema cultural. Los sanjuaninos no creemos que podemos salir más allá de lo que nos rodea. Un colectivo de ilustradores puede avanzar, pero hay que entrenar la parte comercial. La tendencia Pinterest de hacer ilustraciones, subirla a internet y esperar que alguien diga qué bueno que sos, no me sirve. Vivimos con plataformas que muestran maravillas, pero hay que salir de San Juan y de Argentina, toparse con otras cosas que pasan. Hay que formarse, golpear puertas, ver que necesitan las editoriales, proponer alternativas. Hay pocos canales e inversores en este campo, pero crecer, depende también de nosotros.

El equipo de Zirconia estuvo integrado por Carlos Fernández, Mauro López, Sven Héctor y Lucas López

Estudio de Tango

Talleres desde de los 10 años.
 Profesorado Elemental
 y Superior.

Prof. Alberto Escobar
 Prof. Maira Petina
 Prof. Gastón Rodríguez
 2645661059

Juan B. Justo 50 (S), Rivadavia. Ctro. Friulano de San Juan

Recuerdo Pasional

*Soñar la vida.
 Construir los sueños.*

FUNDACIONES
GRUPO PETERSEN (G-P)

Fundación Banco San Juan



Carlos Becerra, dibujante y humorista gráfico

“San Juan ha sido un medio hostil para ideas gráficas”

Coordinó el segmento de humor político 'Non Calentarum' que se publicó en Diario El Zonda entre los años 2005 y 2010, primero, como tira diaria en la contratapa del medio impreso, después como suplemento semanal; espacio que compartió con otros ilustradores locales como Luciano Velázquez y Gerardo Mureddu. En 2013 lanzó Patria Moreira, su propia revista de humor, donde satirizaba y caricaturizaba la realidad. Su última aparición fue en 2015.

Por Romina Maina

- ¿Qué lugar tuvo la historieta en la historia de San Juan?

-La historieta, la ilustración, el humor político ocuparon un segmento totalmente secundario en la provincia y generalmente el patrón que lo determinó fue el económico que es lo que impide el desarrollo y la madurez de cualquier proceso creativo. San Juan ha sido un medio hostil para ideas gráficas. Estuvimos siempre en esa instancia prematura de levantar algo que finalmente nunca se sostiene. Sí hubo grupos minoritarios, que con un esfuerzo

propio tremendo y mucha calidad trataron de emerger en distintos momentos históricos, con productos que luego terminaron desapareciendo.

- ¿Hubo un momento donde se haya alcanzado cierta madurez?

-Por ahí soy muy drástico, pero creo que ningún producto sanjuanino jamás alcanzó la madurez, entendiendo por esto cuando un producto tiene una identidad, se instala y genera influencia en distintos sectores sociales.



¿Qué motivó la aparición de Patria Moreira?

-Nos favorecía un momento en el que la cultura era un pilar en las políticas del gobierno nacional como lo era también la educación, el desarrollo científico y la industria nacional. Era una invitación abierta para poder expresarse. Con ese modelo encontramos el espíritu y el empuje para hacerlo, era un momento clave.

-¿Qué proponía la revista?

-Patria Moreira fue una revista de humor con unas ilustraciones que eran el pilar de toda la idea. Era una etapa final del kirchnerismo, anunciábamos también lo que iba a venir y finalmente sucedió. Pero teníamos la desventaja de ser un producto papel. Generar una ilustración o una caricatura de una situación político-social que salía una vez cada tantos días al mes no tenía la fuerza necesaria que nosotros esperábamos ante la invasión de noticias direccionadas y malintencionadas, entonces entendimos la necesidad de transformarnos en un diario de noticias digital e incluso cambiar el espíritu, pero no la finalidad.

¿Qué identificaba al Moreira de la publicación con el personaje histórico?

-De Juan Moreira sólo tomamos el nombre para que tuviera una finalidad de ícono, de identificación con lo nacional. El personaje en


LEINSTER
BAR IRLANDES

Av. Libertador San Martín 3747 (O)



sí, es un gaucho que está inspirado en el Quijote de Cervantes. Él ve una realidad que no es tal y pelea con sus molinos que son sujetos sociales de esta Argentina. La tragedia que él vive es que no hace una lectura de lo que está pasando realmente y lo acompañan animales autóctonos como un guanaco y un puma que con diferentes formas de actuar y pensar se encargan de ponerlo en la realidad.

- Con Non Calentaram ¿qué trataban de comunicar?

-El personaje era un perro al que habían bautizado "Pichicho", que se nutría de las mismas noticias que el diario publicaba y opinaba. Otras veces interactuaba con personajes del deporte, la cultura, y la política, quizás no nombrándolos directamente para evitar problemas legales, pero se entendía y divertía; a veces no tanto porque contábamos experiencias internas que le sucedían a los trabajadores del diario. Si tuviera que hacerlo otra vez, no lo haría.

-Y si lo hicieras ¿qué cambiarías?

-Trataría de que el guión estuviera bien atado al día a día de lo que pasa en el país. Vivíamos otra situación económica, política y social, estábamos más relajados y nos permitíamos esos recreos.

-¿Qué lugar jugó el personaje desde lo político?

-Respondíamos a una línea ideológica claramente. Apoyábamos ese gobierno nacional y populista, algo que me da mucho orgullo hasta hoy. Pero también es verdad que muchas veces fuimos críticos.

-¿En las producciones locales hace falta un mayor compromiso social y político?

-La realidad ofrece datos tan impactantes, que es casi una obscenidad no poner el oficio de la ilustración al servicio de hacer una crónica de la realidad, por eso particularmente me volqué siempre para el lado del humor político. Es una forma de contar lo que estás viendo, porque crees que pasa y qué va a seguir pasando. Hay gente que tiene un don extraordinario para la



ilustración, pero no tiene la capacidad analítica. La misma historia y la mitología termina siendo el ámbito residual que absorbe a todos los artistas. La verdad que he sido un poco arrogante al decir esto, pero tengo que decir también que los envidio profundamente porque como ilustrador no debe haber algo más hermoso que trabajar con mitología, con historia, con ciencia ficción, con fantasía. Espero poder darme el gusto y dejar de hacerme el analista social, pero uno tiene la ilusión de que algo está aportando. Pero también, como expresión cultural es muy necesario eso otro.

¿Por qué crees que la historieta se ganó el rótulo de ser un arte menor?

Creo que Argentina y Estados Unidos fueron la

cuna de la historieta. A ese nivel estuvimos como expresión cultural y como región. La diferencia es que en Estados Unidos no han sido tan despectivos en la forma de calificarla, al contrario, generaron espacios posteriores a la realización del cómic que lo potenciaron tanto que otras industrias se han venido a servir de eso como el cine, por eso hoy estamos viviendo esta era con DC y MARVEL y todo un universo entre ambas empresas dándonos al menos una película por año que son mega producciones que recaudan millones de dólares. Sin los inspiradores, y sin ese espacio que fue la historieta, jamás hubiera podido tener repercusión en el cine. Lo contrario ha sucedido en Argentina. Hay obras que son magníficas pero por ahí, el pintor o el escultor tiene otro reconocimiento social que no tiene el ilustrador, el historietista y eso luego se traslada al mercado, por eso cuesta tanto conseguir algún tipo de financiamiento. Ahí se pagan los errores y se terminan muriendo muchos proyectos.

¿Dónde está Moreira humor hoy?

Moreira está muy dormido entre una guerra de noticias y nosotros tratamos de contar como podemos lo que pasa. No encontramos los espacios necesarios para seguir ilustrando a través de la caricatura y el humor político.



La Cumplidora

ABERTURAS NUEVAS Y A MEDIDA - ABERTURAS USADAS - MESADAS PARA COCINA Y BAJO MESADAS

Cte. Cabot 965 (O) - San Juan Tel. (0264) 428 4672 - nikioropel@gmail.com

MOTORES ELÉCTRICOS - REDUCTORES - BÁSCULAS - COMPRESORES COMPRA: CHATARRA - COBRE - BRONCE - ALUMINIO

Bombas de 0.5 Hp, 0.75 Hp, 1 Hp y 1.5 Hp, con eje, sello mecánico y turbina de acero inoxidable. 2 años de garantía.

Cte. Cabot 1018 (O) - C.P. 5400 - Capital - San Juan - Tel. 428 4672

COMPRA - VENTA:
MUEBLES - ANTIGÜEDADES

Gustavo Idemi

"Necesitamos una vuelta al humor"

Por Raúl Caliva

Es dibujante, ilustrador y caricaturista dedicado a la viñeta y al humor gráfico. En la misma senda creativa de Miguel Camporro y Alberto Pez, Idemi logró a través de los años una marca propia en los medios gráficos. Hoy, sus caricaturas viven en las editoriales del diario digital Tiempo de San Juan, con una fuerte dosis de sátira a políticos, jueces y otras figuras públicas locales. Dejó la tradición de trabajar el papel y los lápices para pasarse al tablero electrónico en donde crea su mundo y lo moldea a su gusto.

- ¿Tu primer contacto con el dibujo?

- Empecé a los 10 años. Llevaba mi carpetita y ofrecía mis dibujos a Diario de Cuyo. El tipo del mostrador me dijo "Volvé después de hacer el servicio militar" (se reía). Trabajé también en la agencia de publicidad de Jaime "Gringo" de Lara para ilustrar avisos. A los 17 me encaminé con más fuerza en la viñeta cómica y la caricatura con mi amigo Pez, en Diario de Cuyo, que mucho tiempo después, se radicó en Buenos Aires dibujando para Cosmik y Humor.

- ¿Te contagiaste de otros artistas?

- Me partió la cabeza cuando se hizo una bial de dibujo en San Juan, organizada por Radio Sarmiento que trajo a todos los humoristas de Hortensia. Esperaba poder darle la mano a Fontanarrosa y muchos otros. Fue en ese momento que Jorge Rodríguez les llevó su primer trabajo para hacerse conocer. Ahí

comprendí que todo lo que hiciera para ganarme la vida, sería con el dibujo. En San Juan hay más exponentes del humor gráfico e ilustradores. Pero la gran figura artística de la historieta sanjuanina es Jorge Rodríguez. Eso me motivó mucho a trabajar en esto.

- ¿Cómo llegaste a Hortensia?

- Era la última etapa de la revista en los años 80. Con mi primo Camporro, hacíamos 5 viñetas cada uno y enviábamos a Córdoba por correo. Si veíamos publicado un chiste nuestro, era alcanzar la gloria.

- ¿Cómo lograbas satirizar los temas de actualidad?

- Nadie me dijo esto no, hasta aquí sí porque sino, ya pasaba a ser un diseñador por encargo. Mis ídolos eran Tabaré y Gordillo, grandes dibujantes argentinos. En Hortensia los temas eran más atemporales y con un mensaje entendible e inocente. Había que ponerse a tono con la picardía del humor cordobés.

- ¿Por qué los medios gráficos locales no dan mayor valor a la tira cómica?

- Hubo un tiempo en que en El Nuevo Diario y Diario de Cuyo se trabajó muy bien. Pero la clásica tira de contratapa se perdió. El advenimiento de lo digital aceleró el proceso de caída del papel. Antes de la masificación de Internet, estaban los fanzines que ayudaron a dar otro impulso a la historieta artesanal. Anduvo bien un tiempo, pero más no se pudo hacer. También, hay que subsistir, algunos pudieron adaptarse, otros no. Necesitamos

una vuelta al humor, pocos medios se atreven y los artistas se autolimitan sobre qué se puede decir y qué no. En época de crisis económica y política, siempre reflota el humor, es un bálsamo y lo necesitamos.

- ¿El humorista gráfico que posición debe tener?

- Quizás sirva más apelar a un humor de salón. Trato de no ponerme en ningún lado político, le pego a quien sea, pero no me sirve ser militante con la historieta. El Eternauta por ejemplo, me encanta por lo que representa, pero no que sea un símbolo de La Cámpora, ni un baluarte de ningún partido, que se tome como elemento de pancarta política. A mi me ha pasado, tomaron caricaturas mías en contra de una figura en particular y en realidad, no lo hice con esa intención, por más que esté de acuerdo ideológicamente con el discurso.

- ¿Pero no es peor que entre los propios dibujantes se plagien?

- Hay temas clásicos tan instalados en el imaginario popular que son tratados de igual manera. Pero hay copias tan feas que eso indica mediocridad. Hay famosos personajes que no son queridos en el ambiente. Es algo que no se puede manejar tampoco, porque si vas a litigio por una viñeta o tira, es difícil resguardar el copyright. Salvo en el caso de la historieta, en los chistes de la viñeta gráfica, la mayoría se parecen. Esa es su característica.

- ¿Por qué siempre resulta complicado sacar la propia revista?



DRACULÍN & COLORADO por Idemi



- Es el drama de siempre, el artista de historieta no encuentra lugar donde publicar. Hay más tipos dibujando humor gráfico o haciendo trabajos para otras empresas de afuera. Hubo intentos de jóvenes con el manga y animé, en hacer los fanzines, pero como no hay una identidad propia y definida, copiamos los productos industriales con franquicias masivas tan fuertes que se expanden tanto, que llegan aquí como la "novedad". La penetración generó un movimiento importante en los chicos para hacer eventos y jornadas. Eso en mi época no existía. Falta el respaldo económico serio para que te ayuden a publicar. Por gestión propia, caemos en lo mismo: publicamos para un círculo de 15 chicos que te lo compran o se lo regalás.



Pero ¿qué medio lo va a querer comprar? Es el dilema, el huevo o la gallina. Para el afuera, el primer paso es que los interesados evalúen si mucha gente lo mira y sigue en las redes, en base a ese parámetro se compra.

- Pero en Internet hay millones de propuestas...

- Hay público para todo. En lo interactivo, está la nueva semilla. Por eso los artistas nuevos deben prepararse mucho. Si vos a tu personaje querés darle movimiento, hay que estudiar como mínimo fundamentos de Flash. Pero tal vez, en la respuesta del feedback autor-lector, puede ser más enriquecedor. Los personajes se hacen más grandes si se profundiza mucho sobre todo, en el mensaje que transmite.

- ¿Cómo se transformaron los procesos?

- Hoy, las nuevas generaciones publican afuera y en formato digital. Estamos obligados a adaptarnos porque implica un cambio de lenguaje que a la vez, acompaña el contenido del producto. Me costó un año entenderlo, en ese sentido, adquirí una de las primeras tabletas de dibujo que entró al país. La pantalla pone un límite, pero dentro de eso, se descubren nuevas formas de expresión. Si querés publicar afuera, y no te perfeccionás con muchas horas (culo) de dibujo, no llegás a ninguna parte. Competís con todo el mundo. Hay que dibujar mucho, mil veces, todos los días para capturar la esencia del personaje o de una caricatura. Todo pasa por mucha práctica, estar informado de todo, despierto, dedicación y disciplina.

- ¿En qué resultó la experiencia Draculín y Colorado?

- Fue interesante porque hubo interacción inmediata y directa con los lectores en Facebook. Es más, el público terminó dándole a cada personaje su personalidad, éste les hablaba, yo seguía el juego y respondía como si fuera Draculín. Entonces tuve que firmar "Hecho por Idemi y por el público" porque la gente me marcaba la pauta, lo tomaba como propio y el personaje se me fue de las manos. Draculín tenía vida propia.

- ¿En qué estás trabajando ahora?

- Tengo como proyecto para hacer la primera historieta interactiva. Es algo ambicioso que está en desarrollo: 'Deadblood' (ver recuadro).

Sobre Deadblood

Para aprovechar la interacción inmediata con el receptor, el dibujante planea su nueva historieta digital: Deadblood. Una historieta interactiva ambientada en el western en escenarios naturales locales, en un pueblo de sugerentes similitudes a la ciudad sanjuanina. La característica principal es que a medida que se desarrolla la trama, el lector podrá sugerir caminos alternativos, y a modo de recompensa, participar como uno de los personajes de la trama. El slogan: "Deadblood, un pueblo sangra su historia... y vos vas a morir por contarla", significa que como condición, el personaje tiene que morir.

POLIPEL
 TODO EN DESCARTABLES

ENVÍOS A DOMICILIO
 ☎ 155405450 o 154998707

Dr. Ortega 93 (o) Rawson
 (A una cuadra de calle Mendoza)

DEL CARMEN
 FERRETERIA

Electricidad - Gas - Agua

José Dolores 621 (E)
 Rawson - Tel. 4241410

DICK HOYT



CENTRO DE ENTRENAMIENTO AEROBICO

España 267 Sur
 entre R. Libano y C. Bustos

AUTOSERVICIO

LUS-SAN

COMIDAS PARA LLEVAR
 TABLA DE FIAMBRES Y QUESOS
 PRODUCTOS IMPORTADOS

422 6702
 Laprida 179 (O)

Alberto Espinosa

Ahí va el capitán Beto, por el espacio...

Por Romina Maina

Alberto 'Beto' Espinosa, tenía 11 o 12 años cuando hizo sus primeras historietas. De ese tiempo recuerda una en particular: La Patrulla del Comandante Delaware. Aunque sólo dibujó unas pocas páginas, esa fue la puerta de entrada al género de ciencia ficción, que abrazó desde la infancia a través de series y películas y continuó trabajando hasta el presente.

Entre lecturas de grandes obras de la historieta gráfica como Mafalda, Periquita, Archie, Boogie el aceitoso, D'Artagnan e Inodoro Pereyra, fue construyendo su propio universo creativo con ideas que iban tomando forma pero que luego abandonaba o transformaba sobre la marcha. Así ocurrió con un personaje que ideó en la década del 80 que viajaba en una barcaza tecnológica hacia otros planetas. No fue sino hasta diez años después, que retomó esa idea del

viajante solitario, le colocó al personaje el nombre de Antón Giraud Billoud y trazó su destino: encontrarse con Carlotta, una cyborg que dio título a un cómic, con las influencias de películas como Galaxina, La máquina de follar de Charles Bukowski, Terminator, Yo robot y El hombre Bicentenario, entre otras.

Los primeros tres capítulos tuvieron su versión impresa y fueron puestos a la venta. Pero como le suele ocurrir a muchos dibujantes, e ilustradores locales, posicionar un producto y lograr continuidad no es tarea sencilla. "Los sanjuaninos cuando vemos algo artísticamente interesante nos gusta, pero no es algo que vamos a consumir todos los días. Nosotros no tenemos ese hábito", sostuvo.

Otros factores como la falta de un mercado para la viñeta, los costos de impresión y el esfuerzo para sostener una publicación autogestionada, hicieron que este proyecto quede en el camino. También, las exigencias cotidianas lo obligaron a mirar hacia otro lado. "Es todo un trabajo muy artesanal. Podés ganar algo de dinero, pero tenés que volver el lunes a trabajar en una oficina, o dando clases en una escuela", opinó el artista.

Sin embargo, aparecieron nuevas oportunidades. En particular una que tuvo gran impacto: la realización del cómic de 'El profesor Batuta', una idea que surgió del celista Rafael González, en uno de los conciertos didácticos de la Orquesta Sinfónica de la UNSJ en 2006. El músico valiéndose de sus recursos actorales dejó su lugar en la orquesta para hacer una improvisada imitación del director de la agrupación y así generar

mayor atención de los niños y jóvenes durante el espectáculo. Esta participación fascinó tanto a la platea que casi sin proponérselo, el músico había creado de hecho al personaje. El profesor Batuta cobró vida luego en el papel de la mano de Espinosa, con excelentes resultados.

Cuando lo presentaron por primera vez, fue una jornada especial para ellos: "Se había hecho un disfraz igual al que yo había dibujado. Me acuerdo que en el primer concierto didáctico, Miguel Ambas presentaba la orquesta, pero no estaba el director entonces invitaban a los chicos a ver quién quería pasar y entraba por detrás de los asientos del auditorio el personaje y todos lo reconocían y gritaban ¡El Profesor Batuta! Ahí te das cuenta que la idea prendió".

Pero una vez finalizada la gestión de Miguel Domeneghini y Miguel Ambas, el proyecto que había comenzado en 2007 llegó a su fin en 2010. A partir de ese momento, encontrar otro espacio para el profesor Batuta tampoco fue fácil. "Pensamos hacer un micro-programa en televisión con el personaje, pero se necesita que alguien lo produzca. La idea era trabajar con auspicios, pero no sabíamos qué podía pasar en términos económicos. San Juan está muy crudo todavía para eso", explicó el dibujante.

Alejado de esos proyectos y del taller de historieta de la Municipalidad de Capital que tuvo a su cargo durante nueve años (ver aparte) continuó trabajando en un libro ilustrado que está a punto de finalizar llamado 'El amor en la máquina del tiempo' donde retoma nuevamente, el género de la ciencia ficción. Y más allá de todas las dificultades que implica hacer perdurable un proyecto artístico, el objetivo de concretar la saga de Carlotta, su obra más preciada, sigue en pie.





Cuando la historieta enseña

Dibujar es algo más que una actividad entretenida, sobre todo si de aprender a realizar cómics se trata. Y en esto Alberto Espinosa es tajante: "Dibujar a lo loco no". Requiere trabajo, disciplina y constancia. Esto fue lo que transmitió como profesor del taller de historieta de la Escuela de Arte de la Municipalidad de Capital, un espacio creativo y gratuito que funcionó en la Ex Estación San Martín desde 2008 hasta 2017.

Aunque originalmente fue pensado como un taller para todas las edades, siempre atrajo el interés de los más chicos. Y aquí la tarea de crear historias se complica cuando hay que ponerse a escribir. "Lo que noté es que falta lectura en general porque es muy lindo dibujar, pero al momento de hacer el guión, empezaban todos a patinar". Por tanto, es fundamental para él, que en la formación no solo se lea cómics, sino también, textos narrativos o novelas como un primer ejercicio para cualquier dibujante que se inicie, ya que "un libro que no tiene imágenes hace que la cabeza esté trabajando todo el tiempo para formarlas".

Su experiencia teatral -en la dirección y actuación en el grupo Actuar para vivir junto a su pareja Carolina Castro- permitió también dar a sus clases una impronta diferente: "la idea era aprender desde el propio cuerpo el movimiento, la expresión y sentir la emoción que se le va a dar al dibujo". De esta manera, surgieron experiencias interesantes y efectivas para el aprendizaje.

Ejemplo de ello, fue la creación de un cómic en conjunto con los alumnos. La tarea consistió en trabajar las distintas expresiones en un espejo; luego imaginarse cómo serían ellos como superhéroes para pensar qué les gustaría hacer por el mundo. Como un juego, aprendieron herramientas básicas de la historieta con un mensaje ecologista. En el aspecto comunicativo, Beto puso énfasis en varios tips: qué es lo que se quiere decir, cómo comunicar una idea y para qué se escribe, más allá de que el dibujo y lo técnico esté bien desarrollado. Aunque el taller terminó, para los chicos que quieran empezar en el mundo de las viñetas, el consejo que da Espinosa es el siguiente: "es fundamental buscar, encontrar y mantener un estilo de dibujo porque respetar eso es una manera de respetarse a uno mismo".



El cuento de la criada

MARGARET ATWOOD

MUJERES TUTELADAS

En un momento crucial en el que el cuerpo de la mujer es territorio de poder en disputa, la obra literaria que la autora canadiense publicó en 1985 cobró por estos días inusitada actualidad con el reclamo en todo el país por la aprobación del proyecto de ley de aborto legal, seguro y gratuito.

La historia que Atwood creó en la ficción, transcurre en una sociedad distópica y patriarcal dominada por los dogmatismos religiosos donde las mujeres -a las que llama criadas- son consideradas ciudadanas de segunda. Ellas no tienen derecho a decidir su destino. Son valoradas en tanto pueden engendrar hijos y mantener de esta manera el orden social impuesto. No eligen su nombre, ni su vestimenta e incluso son forzadas a la esclavitud sexual. El horror es llevado al extremo de lo indeseable.

Lo que probablemente no imaginó la escritora es que 32 años después de su publicación, las 'criadas' cobrarían vida en una intervención pública pacífica en el Congreso de la Nación y otros espacios públicos de la ciudad de Buenos Aires en reclamo por el derecho a decidir sobre sus propios cuerpos. Vestidas de rojo y con cofias blancas (como las criadas del cuento) recrearon esta novela convirtiéndola en un símbolo de la opresión y el oscurantismo que pervive.

La obra ingresó a la agenda mediática y social y se volvió más vigente que nunca. ¿Realidad o ficción? En la histórica lucha por la reivindicación de los derechos de las mujeres frente a un patriarcado que se resiste a perder poder, los límites son siempre difusos.

Fuente: Desnivel Libros



www.ambitoeducativo.com



Viñetas de exportación

Por Raúl Caliva

Antonio Acevedo y Nicolás Touris es la dupla sanjuanina que abrió la veta a sus pares para la historieta en el exterior. Juntos desarrollaron el cómic, Goodlikes, para una editorial independiente de Estados Unidos (visto en Gaia N°29), durante tres años, pero no conformes con eso, ambos transitan por proyectos particulares que van moldeando su carrera profesional.

Touris argumentó el porqué de esta elección: "No hay en el país una verdadera industria. El circuito de la historieta, está más sostenido por publicaciones autogestionadas o de autor. Nos encaminamos a un público más global con Goodlikes, y por esto recibimos varias propuestas de trabajo. Antonio se inclina para la historieta de corte europeo y yo hacia un estilo norteamericano".

Actualmente, dibuja el cómic "Rat & the Kitchen", "Franklin & Ghost" y "Pixie Dust", con Russel Nohelty con fuerte influencia de la caricatura de animación estadounidense: "Sigo mirando dibujos animados, porque aprendo cómo comunicar visualmente con pocos elementos en pantalla, las perspectivas y proporciones del cuerpo".

Una vez que se entra al circuito profesional, mantenerse en él, trae otros desafíos encadenados, pero aunque ambos coinciden en que no hay fórmulas certeras y efectivas, Touris aclaró que "hay que estar muchas horas dibujando, tomar referencias de la realidad local, copiar a otros artistas, entregar los trabajos a tiempo, con calidad, entonces así la pelota empieza a rodar sola".

Aunque la labor diaria pareciera una actividad solitaria, mantener comunicación con guionistas y editores, con un trabajo coordinado, el producto sale mejor. "Autopublicar en San Juan es muy difícil. Tengo la suerte de competir y conseguir trabajo, pero es necesario adquirir un cierto nivel y un

portfolio presentable, enfocado a lo que uno sabe hacer bien y que coincida con lo que un editor anda buscando".

Touris agregó que se necesita en la comunidad



Por eso es importante y obligatorio hacer las cosas en equipo".

Por su parte, Antonio está concentrado en el desarrollo de una novela gráfica basada en el Cantar del Mio Cid, junto al guionista porteño Alejandro Farias en una co-producción de la editorial argentina independiente Loco Rabia con el Centro Cultural de España de Buenos Aires.

En un concepto trabajado con el icónico héroe español, muestra dos facetas del personaje, uno noble y otro más combativo. Un héroe que cae en desgracia pero que en el destierro, asciende desde lo más bajo hasta alcanzar el hecho heroico. Desde lo visual toma referencias de dibujantes y directores de animación en el estilo de Genndy Tartakovsky (Samurai Jack) y Ethen Beavers (novelas gráficas de Star Wars e Indiana Jones).

Para él, "hay que estar atentos a lo que viene trabajando el sector independiente, con temáticas en el cómic que grandes editoriales no se atreven a contar, como el feminismo, la discriminación social y racial; visitar las convenciones de Crack Bang Boom de Rosario y Comicópolis de San Luis, sirve para saber qué

camino tomar. Lo otro, es seguir a autores referentes por redes sociales. El mundo del cómic es abierto y se puede aprender mucho. También los sitios de webcomic sirven para mirar las tendencias actuales", explicó el historietista.

Si bien considera que lo económico es una pata crucial para que en San Juan la historieta se pueda desarrollar, no es lo único: "También hace falta mucha

formación teórica y técnica. Si uno puede acceder a la tableta digital, las herramientas se amplían. Hay dibujantes que seguirán la tradición del papel y otros que no, pero saber usar las tecnologías hace que sea más accesible todo", dijo.



local, una lectura y práctica profunda del cómic. "La mayoría de la gente dibuja por gusto, sin un propósito o un enfoque definido. Es difícil generar nuevas ideas y escribirlas. Escribir solo, resulta muy laborioso y conlleva mucho tiempo que en la industria del cómic no lo hay.

Gustavo Giménez

El gran coleccionista

Por Raúl Caliva

Creció con las historietas y revistas gracias a su padre que le ayudaba a formarse en la infancia con la clásica Antejito de García Ferré, una de las grandes revistas nacionales que incorporaba historietas de los más variados géneros y estilos. Además, con su ayuda, a los 12 años realizó los cursos de dibujo y animación por correspondencia, que eran promocionados en las páginas publicitarias de Revista Patoruzú.

Al terminar el secundario ingresó a una agencia de publicidad y dibujaba historietas para una empresa rectificadora de motores. Cuando tomó contacto con las comiquerías de Buenos Aires y empresas distribuidoras, le despertó el interés de abrir su propio negocio. Fue así que en 1998 instaló Sub-City la primera tienda de historietas y cómics en la provincia.

A la vez que desarrollaba su afición por el dibujo y el diseño, Gustavo Giménez, fue también un ávido coleccionista. "Desde joven canjeaba, juntaba y compraba las historias cortas del Hombre Araña, Patoruzú y de manera esporádica lograba conseguir

"Fue un quilombo empezar, pero una experiencia verdaderamente intensa y fabulosa. Estuve en contacto con el Club del Cómic para armar un catálogo, fue el boom donde

después, Gustavo abandonó el dibujo y se dedicó al diseño gráfico y maquetación en Diario de Cuyo. Sin embargo, siguió conectado a la historieta y al cómic, en el campo profesional, pero desde otro lugar: la coloración digital. "Este trabajo lo hago por encargo de dibujantes e historietistas extranjeros preferentemente. La apertura de las redes sociales, permitió un terreno fértil para nuevas y más posibilidades, aunque también es más sangrienta la competencia. Hay empresas que pagan bien, otros pagan cinco dólares por un trabajo que



D'artagnan y El Tony. Cuando editorial Perfil publicó las grandes sagas de Batman y Superman en 1992, más los saldos que había en los kioscos de los cómics de MARVEL de España, compraba a \$2.50. Como también Conan, el bárbaro y todo lo nuevo que aparecía en los 90", contó.

Dragon Ball, empezó a marcar la tendencia de preferencia hacia el manga y había pocos lectores de lo americano. Pero las editoriales nacionales lanzaron lo mejor de DC y MARVEL. Cuando abro el local, empiezan los chicos a llevar sus historietas y fanzines pero la destacada fue Revista Cadena", resumió.

vale diez. El arte de la coloración es importante sobre todo para publicaciones de acción o de súperhéroes, pero a veces, el entintado en negro, tiene más fuerza e impacto expresivo que el color".

Sus trabajos más recientes en coloración digital son para MARVEL Latinoamérica para los títulos de Dominó, Cable, Vengadores de Wakanda y X-Men. Mientras que por otro lado, colorea para otras publicaciones independientes como Space Team.

La tienda duró hasta 2008. Tiempo

Observador de lo cotidiano

Por Raúl Caliva



Javier Cruz es un dibujante independiente que comenzó con su actividad de manera formal en el 2000, aunque viene practicando con el lápiz y el papel desde la infancia. En su etapa universitaria, se asociaba con otros dibujantes amateurs con cierta inclinación al cómic, el manga y el animé. "Lo que era un hobby con los años se transformó en una tarea más profesional. Empecé a aprender la técnica del cómic americano con figuras estereotipadas de autores como Jime Lee, Todd McFarlane, Scott Campbell, los más vistos en los 90 y que perduraron. Aunque con lo digital, la historieta en papel empezó a convivir con otras corrientes y modas. Fui cambiando, copiando estilos de otros para poder conseguir el mío propio, pero más afín a la historieta argentina", cuenta. Las creaciones de Solano López, de Hernán

Oesterheld, Roberto Fontanarrosa –preferentemente con Boogie, el aceitoso– le fueron marcando el camino y las aspiraciones. Participó en varias publicaciones y fanzines producidos en San Juan (Tres empanadas y Hokum) y publicó para el portal El Cimbronazo. Uno de los proyectos más firmes en los que participó, fue Cadena Perpetua. Pero en esta última etapa, transitó de la historieta a la tira cómica (dos fueron publicadas en Revista Gaia) y en Revista Patria Moreira. "Me dedico a historias con realismo y costumbres locales, con simbolismos, con experiencias particulares. Hablo de cosas actuales de la Argentina, se me hace más fácil transmitir lo que leo de los diarios y en base a ello voy armando las historias de mis personajes". "Estoy publicando en Facebook, mantengo contacto con otros medios y artistas, con la intención de proyectarme a Buenos Aires".

Huaziul, un héroe corriente

Por Romina Maina

Leonardo Villena es dibujante y colorista digital; Mariano Peña, historiador y guionista. Ambos se conocen desde niños y juntos comenzaron a trabajar en una historieta con identidad local.

El punto de partida fue pensar en un héroe común que no tuviese privilegios y que los conflictos se sucedieran en escenarios sanjuaninos. Pero además, que fuera una historia de lucha con la propia realidad cotidiana: la de no tener trabajo, sentirse discriminado o excluido de la sociedad; y en la búsqueda de un mundo más justo.

Así nació 'Crónicas sanjuaninas: Huaziul' cuyos héroes y villanos tienen el nombre de personajes de leyendas sanjuaninas y las historias recuperan espacios y costumbres propias.

Luego de iniciar el proyecto y realizar algunos bocetos, la dupla de realizadores conoció al dibujante Brian Olivares en la edición 2015 de la Feria de la Cultura Popular y el Libro de Rawson, quien se sumó

inmediatamente al equipo. Dos años después eligieron ese mismo lugar para hacer una presentación pública del proyecto que se encuentra en una etapa avanzada en cuanto a producción artística y esperan que esté listo para su publicación a fines de este año.

Sin embargo, cómo financiar el proyecto es una de las áreas más débiles del grupo de creativos que aún no definió estrategias posibles que permitan sostenerse en un contexto difícil para el desarrollo de productos editoriales de este tipo. No obstante a pesar de esta situación, anhelan tener la edición en papel. "La experiencia de lectura en papel no es la misma que la de una pantalla, poder pasar página y después volver, mirar el detalle. En la computadora se puede ver muy brillante, permite hacer zoom, pero el papel es el papel", dijo Brian, aunque no rechazan la posibilidad de que puedan estar los números digitalizados para ampliar su alcance a más lectores.



Farmacia Bardiani

PERFUMERÍA - OBRAS SOCIALES
TARJETAS DE CRÉDITO Y DÉBITO

Tel.: 422-7809

Gral. Acha 1665 (S) - San Juan



FARMACIA GALILEA

Obras Sociales
Envíos a domicilio
428-1120

José Dolores casi Gral. Acha



Farmacia Central III

Anexo Perfumería
TEL. 4333443
Av. Libertador 5498 (Oeste)



Aventurarse en un viaje por los descubrimientos más importantes que marcaron un hito en la investigación científica, estar frente a más de 15 especies de animales marinos en ejemplares animatrónicos a tamaño real y vivir la experiencia de estar cerca de las estrellas, son algunas de las propuestas que estarán disponibles al público del 3 al 9 de septiembre en el Auditorio Juan Victoria, con entrada gratuita. 'Estamos de ciencia' es el nombre de la muestra que está organizada por la Municipalidad de la Ciudad de San Juan en conjunto con la Secretaría de Estado de Ciencia, Tecnología e Innovación (SECITI) y el Consejo Federal de Ciencia, Tecnología e Innovación (COFECyT) con la colaboración del Ministerio de Turismo y Cultura de la provincia.

Los viajes de Sarmiento EN HOMENAJE AL MAESTRO

En la proximidad de un nuevo aniversario de la muerte de Domingo Faustino Sarmiento (11 de septiembre) la Fundación Banco San Juan pone a disposición a través de su página web (www.fundacionbsj.org.ar) el documental 'Los viajes de Sarmiento', realizado en el marco del Programa de Difusión de Hechos Pilares de Nuestra Nacionalidad e impulsado por fundaciones del Grupo Petersen. Alumnos, docentes y público en general podrán acceder además, a otros recursos visuales y didácticos para profundizar en la vida y obra del prócer sanjuanino ingresando a:

www.losviajesdesarmiento.com

TRES MAESTROS DEL LÁPIZ

La historieta volverá a tener su lugar en la Feria de la Cultura Popular y el Libro de Rawson con la presencia de importantes figuras del dibujo y la historieta nacional. Uno de ellos es Juan Chavetta, creador de 'Puro Pelo', entre otros trabajos realizados para editoriales y revistas como Caras y Caretas. Participará también Miguel Rep, humorista gráfico de Página 12, conocido por sus personajes como Gaspar el Revólú, El Niño Azul, El Culpo y Lukas, entre otras creaciones que son publicadas en revistas y diarios del país y el exterior; y por último, el dibujante Cristian Mallea, realizador de la historieta sobre Buenaventura Luna incluida en la obra recientemente editada 'Huaco la tierra que yo más amo' en co-autoría con Carlos Semorile y José Casas.

Chavetta dará un taller el 2/10 a las 15 hs para público en general y a las 18 hs para docentes y alumnos de artes visuales. El 3/10 a las 9 hs para alumnos de la escuela Polivalente de Arte. A las 17 hs realizará un mural colectivo con artistas invitados. Por su parte Rep brindará la charla "Historia del arte latinoamericano" el 4/10 a las 18.30 hs y el 5/10 realizará un mural colectivo en el Espacio Creativo Juvenil. Durante los 10 días de Feria, se montará una muestra de dibujos de Don Quijote de la Mancha de Cervantes por Rep. En tanto Mallea, dará el taller el 5/10 (a las 15 para secundaria; a las 18 para adultos); el 6/10 a las 18 hs para público en general y el 7/10 presentará el libro 'Huaco, la tierra que yo más amo'. (+ INFO en: www.feriadelibrosanjuan.com)





Municipalidad de
RAWSON
San Juan - Argentina

2do Encuentro regional de ilustradores y afines

Subite
a la
nube



Talleres para grandes y chicos
Mercado de ilustradores
Invitados especiales
Charlas
Muestra
Club del dibujo

inscribite gratis

www.bit.ly/subite2018

8 y 9 de septiembre
desde las 15 hs

Centro Cultural Conte Grand



MINISTERIO DE
TURISMO Y CULTURA



Centro Cultural
Conte Grand



Cómo realizar un **foto-reclamo**.



- 1 - Abri el menú principal y elegi el tipo de reclamo que deseas realizar.
- 2 - Fotografíalo lo acontecido para detallar mejor tu reclamo y agregó una breve descripción de forma textual o en un audio.
- 3 - Enviá el reclamo y automáticamente será recepcionado, además de quedar guardado en el historial de reclamos.

Cómo realizar un **contacto directo**.



- 1 - Ingresá al menú anexo en la parte superior izquierda.
- 2 - Accedés a "Útiles" o a "Contacto Directo" para desplegar los diferentes destinos alternativos de contacto.
- 3 - Una vez desplegadas las opciones y elegido el destino de llamada, tocando el botón de **LLAMAR** accedés al llamado directo.

Cómo acceder a **notificaciones en tiempo real**.



- 1 - Ingresá al menú anexo en la parte superior izquierda.
- 2 - Accedés a "Notificaciones"
- 3 - Una vez adentro se desplegará una ventana donde aparecerán diferentes noticias/avisos sintetizados con información concreta.

municipionline

Una nueva facilidad de **Municipalidad de la Ciudad de San Juan**

NUEVA APP DE GESTIÓN

Accedé de forma directa



DESCARGALA EN
Google play

estamos

PUBLIQUE SU AVISO

154406973 - 154395444
gaia.culturaexpuesta@gmail.com