

**D**iana Aristizábal es uno de los íconos de la publicidad en Colombia. Gracias a su amplia trayectoria en el mundo publicitario y a su dedicación como docente en universidades como la EAFIT, la Icesi, la Javeriana o la Santiago de Cali, se ha ganado el respeto y el cariño de todo un sector que ve en su labor un ejemplo a seguir. Ama su profesión y cada día busca contribuir con su experticia y su legado.

### ¿Cuál fue su motivación para estudiar Publicidad?

Quería tener muchas opciones de trabajar y la publicidad era tan amplia y versátil como yo podía imaginarla en 1991.

### ¿En algún momento se preocupó por sentir que tal vez su futuro era muy incierto por esta carrera?

No, soy de una generación que pensaba más en las certezas y aunque los temores nunca dejan de acompañarnos, son pequeños frente a las ganas de hacer bien, hasta las pequeñas cosas.

### ¿Qué pensaron sus papás cuando les dijo que iba a estudiar Publicidad?

Tal vez al comienzo tenían dudas, pero siempre han sido de una mentalidad de dejar hacer, pues nos inculcaron (a mí y a mis hermanos) una alta responsabilidad frente a los proyectos que emprendíamos... eso, lo agradezco hoy.

### ¿Usted considera que el mundo de la Publicidad es muy sexista?

El sexismo como actitud discriminatoria nunca lo he sentido, creo que en la publicidad al igual que otras profesiones, la actitud creativa no tiene género.

### Como publicista, ¿Qué ha sido lo más difícil de enfrentar en su carrera?

Lograr desplazar mi pensamiento, hasta casi sentir las actitudes y motivaciones que tendrían las personas a las que les diseño una propuesta de comunicación, para buscar en ellas una respuesta favorable al mensaje.

### ¿Qué características debe tener un Publicista para desempeñarse en Branding y Marca Personal?

Claridad y pensamiento estratégico para proyectar el impacto que las marcas tendrán en el mercado, sin importar el sector donde actúen.

### ¿Para usted qué es Transformación Digital?

Uno de los tantos hitos de la historia que vivimos, es la integración de las nuevas tecnologías a todos los ámbitos de nuestra vida y en especial, a todas las áreas de la organización para optimizar los procesos y generar acciones más competitivas.

## ENTREVISTA

# Diana Aristizábal





### **¿Cuál es el cambio del sector publicitario que más le ha impactado?**

Creo que ahora lo que más me impacta es el tema de real time, actuar de manera relevante y oportuna.

### **¿Cómo fue para usted el paso de lo análogo a lo digital?**

Lo tengo presente desde la producción de videos en formato no lineal o análogo (máquina a máquina), fue mi primer contacto con el mundo audiovisual produciendo y editando videos para Warner Lambert muchos años atrás, hoy, muchas de esas cosas que tomaban tiempo y destreza manual entre otras, se resumen en un buen sistema operativo, tal vez desde un dispositivo móvil que te permita grabar, editar y publicar. El cambio ha sido grande y no siempre, todo tiempo pasado, fue mejor.

### **¿Qué piensas del estado de la industria publicitaria?**

Considero que hoy se visualiza una industria muy enfocada en los entornos digitales, y con un afán por permanecer vigente en un entorno global que cada vez más, exige actuar y pensar desde

contextos locales, una industria en un estado de transformación, pero que no debe necesariamente dejar todo atrás.

### **¿Cuáles son las habilidades que debe tener un Publicista?**

Creo que es fundamental dentro de las habilidades para ejercer esta profesión: el enfoque, la confianza, la creatividad, la visión en contexto, la persistencia y la consistencia.

### **¿Qué le recomendarías a los futuros Publicistas?**

Que amen y respeten su profesión, pues todos somos responsables de nuestra posición en el mercado y de enaltecer nuestro "quehacer" y pensar desde la publicidad. Somos los constructores de la imagen de la publicidad frente a la sociedad y para hacerlo, hay que creerlo. 