

Nueve de cada diez argentinos creen que la amistad es importante, siete de ellos celebrarán el Día del Amigo y también siete de cada diez creen en la amistad entre el hombre y la mujer. La encuesta, realizada por TNS-Gallup, expresa un sentimiento que atraviesa rangos sociales y generacionales. No es casual que la iniciativa para celebrarlo a nivel mundial haya surgido de un argentino: el docente, músico y odontólogo Enrique Febraro-fallecido en 2008- eligió el 20 de julio como fecha para conmemorar la amistad, a partir de la conmoción universal causada por el histórico alunizaje de la Apolo XI en ese día de 1969. "En la Argentina, la amistad tiene un valor muy importante, muchas veces superior a otros países de la región. En investigaciones realizadas con distintos targets y segmentos etarios, los amigos son mencionados como un vínculo casi en el mismo plano de importancia que la familia, y muchas veces se considera como la familia ampliada. La gente suele decir que los amigos son mejores que la familia, por aquello de que a los amigos se los elige, en cambio la familia ya está constituida de antemano." Las conclusiones de este informe acerca del valor de la amistad pertenecen a la consultora Trendcity, cuyas fundadoras y directoras socias son Mariela Mociulsky y Ximena Díaz Alarcón, dos amigas que prolongaron su vínculo a través de un emprendimiento laboral.

Los ejemplos de sociedades constituidas por amigos abundan. El caso global más emblemático es el que una década atrás conformaron dos estudiantes de la Universidad de Harvard, Mark Zuckerberg y Eduardo Saverin, que fundaron una página Web interna para calificar los atributos físicos de sus compañeras de curso. El nombre fundacional fue FaceMash, e inicialmente dividieron los roles entre la gerencia de finanzas y la dirección de negocios. En 2005, Zuckerberg era varias veces rico, Saverin se alejaba en los peores términos tras un acuerdo económico millonario y la red era conocida mundialmente como Facebook.

En un plano más cercano, en el que se consolida el concepto de amistad a partir de rituales básicos como el asado, la rueda de mate o el fútbol, valores vinculados a la confianza, el afecto o las afinidades electivas se ponen en juego a la hora de la conformación de una sociedad.

Tal como corrobora el informe de Trendcity, "el emprendedurismo es una tendencia presente en la Argentina por su capacidad de creatividad y de innovación, y que los amigos muchas veces se transforman en futuros socios de iniciativas y proyectos, porque comparten valores e intereses".

Cuando hablamos de amistad

► **REDEFINICIÓN.** A partir de las redes sociales, para la generación de tweens y teens la cantidad de amigos es casi tan importante como la calidad. Se consideran un activo para la reputación personal.

► **CONTENCIÓN.** Los amigos son un soporte emocional. Entre los más jóvenes,

además, ese soporte es funcional, ya que muchas veces deciden migrar del hogar paterno con la posibilidad de hacerlo con amigos.

► **REFUGIO.** La amistad habilita a compartir un espacio privado que compensa las tensiones del entorno.

► **COMPAÑÍA.** Vehiculizada a través de las redes sociales. Podemos estar juntos y saber en qué está el otro permanentemente, aunque no estemos físicamente.

► **ÉXITO.** A nivel de consumo, el Día del Amigo es uno de los hits del año. Las marcas realizan campañas específicas para la fecha.

La moda como imán

Micaela Tinelli y Romina Pigretti frecuentaban el mismo grupo de amigas, pero no simpatizaban. Sin embargo, su gusto por el diseño de ropa las unió y hoy comparten el proyecto Ginebra

■ En los recuerdos infantiles de Micaela Tinelli está el gen de lo que es Ginebra, su primera incursión como empresaria de la moda, que desarrolla en sociedad con Romina Pigretti. "A los 4 años revolvía el vestidor de mamá probándome todo", explica la hija del célebre animador televisivo.

La diferencia de edad entre ambas socias no es condicionante: Tinelli (24) cursaba sus estudios (es licenciada en Diseño de Indumentaria de la Universidad de Palermo) en el mismo momento en que Pigretti (32) desarrollaba la marca Love Miuka, otra etiqueta consagrada en el planeta Palermo. Las vocaciones estaban alineadas. Y estaba escrito que se encontrarían.

Pero los comienzos del vínculo no fueron sencillos: aunque frecuentaban el mismo grupo de amigas, las chicas no simpatizaban. Seguramente charlas de sobremesa acerca de modas y tendencias hizo que un día afloraran las coincidencias. De ahí a la creación y el desarrollo de un proyecto conjunto hubo poca distancia.

"No teníamos planes inicialmente—describe Pigretti, pero empezamos a coincidir en viajes y a notar que teníamos gustos parecidos. Como yo algo de experiencia tenía, y Mica deseaba tener su propia marca, decidí convocarme."

La piedra basal se colocó hace dos años. El vínculo se fortalece día a día. "Las dos elegimos los productos para el local. Y un grupo de diseñadoras trabaja para bajar nuestras fantasías a la realidad", dice Micaela, quien remarca que el apellido no es condicionante para tener sus propias iniciativas. "Solemos estar en todos los detalles, aunque en esto es fundamental el grupo de trabajo: hay diez personas que están detrás de la marca, desde la modista hasta la vendedora del local", explica Romina.

La agenda familiar de ambas diluye los encuentros fuera del contexto laboral: Romi está en pareja y tiene dos hijos, mientras que Mica tiene novio. Pero el vínculo lo fortalecen entre el local, las comidas de trabajo y los viajes. Y lo prolongan cuando coinciden en lugares y fechas de vacaciones, y en los cuatro viajes anuales que realizan para observar y elegir productos.

"Somos muy críticas en el momento de elegir el desarrollo de un modelo. Muchas veces nos pasa que pensamos en cosas divinas, pero que no sentimos identificadas con la marca", detalla Micaela. "Nuestro concepto sobre Ginebra es que las prendas sean usadas por mujeres que tengan mucha actitud: que puedan usar una pollera de seda con una remera blanca durante el día, y que a la noche sólo necesiten cambiarse la remera para ponerse una camisa", describe Romina.

Las amigas tienen un objetivo inmediato: abrir un local en Paseo Alcorta, previsto para la primera semana de septiembre. "Todavía estamos en shock", sintetiza Tinelli, con el foco puesto en el crecimiento del vínculo laboral y afectivo.



¿Qué les son Daniel Burman (40) y Diego Dubcovsky (45)

La sociedad ED Cine, productora de cine y teatro

Cuándo empezó Trabajaron juntos en un cortometraje que integró la película *Historias Breves*, en 1995. Desde entonces, todo lo proyectan juntos.

Dubcovsky y la amistad "El vínculo es más fraternal que de amistad. Yo compartí su casa, el segundo hito, y pasábamos un montón de

horas juntos. Así creamos el vínculo. Y aunque a los hombres nos cuesta expresar los sentimientos, con los años nos ponemos más sensibles y tenemos ganas que nos ocupen todo el tiempo."

Burman y la amistad "Con el paso de los años, lo mejor de una nota en un diario, un premio o un halago de desconocidos es compartirlo con alguien que valorás y que querés. Con el tiempo entendés que el camino que hiciste no fue por mérito propio, sino por compartirlo."

Historia breve

Ambos estudiaban cine. Uno le prestó una cámara al otro y, con ayuda de un productor, fundaron el vínculo fraternal y la pasión por filmar, y armaron una productora que los proveerá de viajes y premios

■ Un cenicero que remedaba el sonido de una tos cuando alguien arrojaba cenizas. Ese era el éxito más resonante del veinteañero Daniel Burman como corredor de artículos importados. Con esos ingresos ayudaba a pagarse la carrera de Derecho. Era el tiempo en que Diego Dubcovsky, después de ser cadete de una marroquinería y de malgastar fines de semana en las guardias de una inmobiliaria, cursaba—más por curiosidad que por vocación—Ciencias Económicas.

Hasta que coincidieron en una escuela de cine. Hace exactamente veinte años. Dubcovsky había comprado en Estados Unidos una cámara con la entonces novedosa tecnología digital, ilusionado por filmar un corto que nunca hizo. En cambio, le prestó el objeto de deseo a Burman, con quien coincidía en el curso, en una muestra de confianza que poco tiempo más tarde se transformaría en una sociedad y amistad indelebles.

Apoyado por las ideas de producción de Dubcovsky, Burman—ya en 1995—integró el largometraje colectivo *Historias Breves* con su corto *Niños envueltos*. Entonces se inscribió en un concurso organizado por el Instituto de Cine. Era la oportunidad de hacer su primera película. "Desde el primer momento pensé que era imposible hacerlo solo, por eso le ofrecí a Diego trabajar juntos—recuerda el realizador—. Desaba ese concurso no sólo para filmar, sino para armar la sociedad. Siempre tuve espíritu societario."

"Armaamos una caja revestida de arpillera para presentar el proyecto—evoca el productor—. Pero me di cuenta tarde de que había escrito mal el nombre de la película. La angustia me duró semanas pensando que por eso no nos darían el premio."

El proyecto concretado fue *Un cribsentemo casual en Cinco Esquinas*, el impulso inicial para consolidar la sociedad. El padre de Burman les facilitó una oficina; la madre preparó tartas y empanadas que fueron feliz alivio para las jornadas de filmación. Para los noveles socios, el éxito se medía en conseguir el fax más barato del mercado, o recibir como canje miles de latitas de galletitas o de paquetes de galletitas, dieta obligatoria de reuniones y rodajes.

Entonces llegaron los premios, los viajes y las tentaciones. "Pasamos mucho tiempo juntos y eso consolidó la relación. Viajamos a París tres semanas, fuimos a varios festivales y conocimos mucha gente de la industria del cine. Crecimos como emprendedores y más como amigos", expresa Dubcovsky.

"Con el tiempo eso adquiere un valor enorme, porque permanecer con la misma persona con quien empezaste cuando creías que era un sueño, es el espejo que te recuerda de dónde viniste. Es muy fácil equivocarse en esto: te llega un e-mail y parás de comer pizza en un mostrador a vivir tres días en un hotel cinco estrellas", completa Burman.

Más allá de la división de roles, ambos reconocen un permanente reacomodamiento de las diversas situaciones. "Diego puede tomar un café con alguien que a mí me arruinaría la semana. Él va a una reunión, a la próxima voy yo", admite Burman. "Lo mejor es que la cuenta interna siempre nos da bien", concluye Dubcovsky.