

## **Pantallas virtuales**

Y cómo ha ido acomodándose esta tecnología que pronto dejará de ser “nueva” en el paisaje mediático local... Los canales más innovadores de TV

-ya sea abierta o cableada- nos han acostumbrado al diseño de cortinas institucionales habitadas por esferas o cubos que -representando los colores primarios de la luz- interactúan simpáticamente preanunciando el carácter de una determinada franja horaria de programación, o bien el arribo de una nueva estación del año. Ni que hablar del contagio con la estética del videoclip que exhiben los separadores de los más creativos canales musicales.

La publicidad audiovisual -tema que tanto nos desvela desde aquella navanita antipediculosa que promocionaba a Robi-Combi hasta el “ejército limpiador” de CIF (tributario de los soldaditos de “Toy Story”) nos viene convocando a estudiar con detenimiento el asunto.

La pantalla grande también se ha colmado de insectos virtuales:

“Bichos”, de la empresa “PIXAR” (asociada a la Disney) disputo -en su momento- la cartelera infantil con “AntZ”, de la empresa “Dreamworks” (con capital de Spielberg). La animación “para todo público” da paso a la de adultos (que viene signando los ‘90s) y -en nuestro medio- Rodolfo Mutuverria (a partir del éxito de los dos largos de Dibu) se propone abrazar la empresa de producir filmes unitarios (como ha venido haciendo García Ferré, responsable de la exitosa “Manuelita, la Tortuga”) a quien se suma ahora Patagonik Films con la auspiciosa “Cóndor Crux”.

Campo de acción profesional no parece escasear si sumamos a lo dicho la creciente demanda de creaciones para el mercado multimedial didáctico: Enciclopedias, pinacotecas, juegos interactivos, etc.

¿Estamos formando profesionales para esta salida laboral?

## **Palermo se está animando**

Tímidamente, más a fuerza de intuición que de conocimiento, desde hace ya tres años venimos desarrollando a partir de la materia específica de la carrera de Diseño Gráfico, la experiencia sistemática de “filmar” con la PC. Concretamente, con dos comisiones en 1997, una en el 98, y otras dos en el 99, nos dispusimos a entrar orgánicamente en el tema de la animación digital echando mano, en el primer caso, a un software de 2D, en el segundo a uno mixto (incluyendo 3D), y en el tercero a uno específicamente de 3D. Los resultados fueron aceptables al principio, luego satisfactorios, y ahora decididamente buenos. La experiencia realizada se sostiene en el concepto de diseño de imágenes cinéticas asistido por ordenador. Partiendo del principio fundante de la animación tradicional, la Ley de “Stop Motion” (o registro cuadro a cuadro : 24 para un segundo) produjimos 10 “filminutos” (denominación acuñada por el animador cubano Juan Padrón: “Vampiros en La Habana”, “Elpidio Valdés contra dólar y cañón”, etc.) basados en temas libres que derivaron en gags humorísticos.

El criterio de trabajo fue realmente animático (esto es, se apeló a construir “metáforas de movimiento” en base a fundidos o secuencias editadas por corte directo) ya que resultaba oneroso animar los 60” con movimiento fluido. En segunda instancia produjimos tres “promos” de la Universidad de Palermo de 30” c/u apelando a una tipografía volumétrica y estéticas diversas (dibujo, fotomontaje, video, etc.) Aquí la consigna fue dirigida, como a pedido del cliente. Por último, hemos realizado 10 comerciales en 3D, de aproximadamente 15” c/u, sobre la base de isologotipos móviles de productos o servicios existentes en el mercado.

Los programas de 2D permiten concretar una serie de efectos muy novedosos, por ejemplo en la relación entre figura y fondo, como el establecimiento -entre otros- de enfoques diferenciales. Estos avanzan sobre la animación plana de los pioneros.

Los programas de 3D incluyen volúmenes texturados, iluminados y angulados desde variados puntos de vista. Estos avanzan sobre la vieja animación corpórea (realizada con marionetas o plastilina).

Como la mayoría de los estudiantes cuenta con hardware conveniente pero no así con software suficiente, nos abocamos a garantizar en el aula (convertida en taller de diseño gráfico) toda la batería de recursos proyectuales (guión técnico, storyboard) y dibujos-base (personajes delineados en negro a ser coloreados digitalmente y fondos a ser “scaneados” conjuntamente) que sería recogida luego por un asesor (Oscar Desplats, pionero de la animación publicitaria local) encargado de postproducir el material en presencia de cada equipo. A partir de nuestra modesta pero empeñosa experiencia, nos sentimos en condiciones de solicitar a las autoridades de la Facultad de Diseño y Comunicación la institucionalización de estos contenidos tanto en la carrera que nos viene sirviendo de matriz, como en la de Imagen y Sonido respectivamente.

Nuestra convicción sigue siendo la de incorporar las nuevas tecnologías con énfasis en el proceso inicial de la propuesta creativa, al efecto de que toda novedad se incorpore como auxiliar y no como sustituto de la imaginación.

## **La docencia y la convivencia con la actividad laboral**

*Alejandro Firszt*

La docencia como única actividad profesional, es un fenómeno que si bien está teniendo una frecuencia muy marcada en estos últimos años, no deja de presentar cierto llamado de atención respecto de los contenidos y metodología aplicadas al mismo aprendizaje.

Los juicios emitidos en estas líneas son por cierto personales y subjetivos, como consecuencia susceptibles de críticas, apoyo o discrepancia, pero que en definitiva

puedan servir para llegar a algún tipo de conclusión que exceda este marco verbal.

El diseño es una disciplina que exige una constante revisión de los procesos en los que se involucra, como así también una búsqueda permanente de actualización teórico - práctica y tecnológico - funcional.

Desde lo personal creo que es clave que independientemente de las metodológicas de enseñanza, manejo de grupo, etc. si estos no se apuntalan con la experiencia propia desde la actividad laboral, los riesgos con los cuales nos enfrentamos son evidentes. Dichos riesgos son a mi entender básicamente tres:

- 1) El progresivo estancamiento del saber cuyo único refugio, precario por cierto, es el que puede brindar el archivo bibliográfico.
- 2) Un alejamiento igualmente escalonado de los lenguajes de comunicación quizás innovadores en algunos casos y erráticos en otros, que los alumnos vierten en los talleres
- 3) Un aislamiento del mercado al que se haría cada vez más arduo comprender en su totalidad.

El Taller reclama no sólo contenidos académicos sino interiorizarse cada vez mas de lo que pasa en el ámbito laboral. Después de todo la etapa universitaria es entre otras cosas una transición a la generación de la propia capacidad productiva y esta esto estrechamente ligada a la vocación personal de los alumnos.

A partir de aquí se plantea el interrogante que podemos aportar nosotros como docentes para atenuar estas ansiedades y generar algunas certidumbres siendo nosotros mismos los que también vivimos con inseguridades?

Por desgracia la realidad golpea más fuerte de lo que se quiere soportar. No siempre se enseña a partir de la experiencia, a veces no se puede. Es cierto también que no todas las materias exigen el equivalente en el área laboral.

Pero, ¿cómo enseñar Diseño Editorial sin siquiera haber proyectado sobre una retícula? ¿cómo preparar al alumno para desarrollar un sistema de Identidad Corporativa sin haber bocetado alguna vez aunque sea una marca?

Estos ingenuos ejemplos nos obligan a ensayar respuestas de mayor altura frente a estas premisas. Yo dije, no se puede, aclaro; dije.

Charlando con colegas y confrontando a mi propia actitud inquisitorial, me encontró con una respuesta posible que permitía entreabrir una puerta. Yo no concebía la docencia como una labor profesional autónoma, ahora con muchas dudas pienso que es posible, tal vez equivocadamente.

No obstante ello, sigo creyendo en la actividad laboral como una fuente inagotable de conocimiento y de aporte a las enseñanzas.

Pero frente a lo incontrastable de los hechos, ¿Cómo se puede hacer? ¿De que manera se pueden llenar esos vacíos?. En lo personal he vivido ambas instancias; en una, el volcar las propias vivencias han sido de enorme

riqueza tanto para m' y creo y espero para los alumnos. En la otra, la etapa investigativa, el abrir la mente a propuestas que quebraban ciertos códigos enciclopedistas permiten llegar a resultados si bien no óptimos por lo menos satisfactorios. El riesgo más grande que se corre es enquistarse en recetas bibliográficas que terminan por moldear a cada alumno de manera similar cortando cierto vuelo creativo.

El dejar hacer puede ser sorprendente, supongo que hay tantas respuestas ah' como en los libros de cabecera. Sosteniendo esto con una constante actualización (llámese cursos de capacitación, charlas, exposiciones, lectura de publicaciones recientes y básicamente iniciativa), se podría sobrellevar como contrapartida esa falta de contacto directo con la realidad laboral que, a pesar de todo es importante experimentar como una de nuestras mayores satisfacciones como profesionales.

No quiero extenderme innecesariamente, las preguntas están planteadas y alguna posible respuesta. El aporte conjunto nos dará seguramente un marco mayor para conclusiones más consistentes.

## Una metodología para la actualización bibliográfica

*Susana González*

Hoy nadie discute la necesidad de una adecuada actualización bibliográfica. Las editoriales publican, año tras año, cantidades importantes de novedades en todas las ramas del saber. Tal volumen de material, debe ser trabajado de alguna manera, para lograr aprovecharlo. Se impone, por lo tanto, la aplicación de una metodología.

El primer paso en este largo camino, es un adecuado rastreo de aquellas nuevas publicaciones sobre los temas específicos de las carreras de Diseño y Comunicación: publicidad, relaciones públicas, diseño, modas, etc.

Un segundo paso nos lleva a detenernos en el contenido, algunas veces adelantado en alguna reseña o comentario, y a establecer así un primer nivel de interés del material. Un tercer paso, implica seguimiento del proceso de pedido, compra y recepción con la consiguiente catalogación para su posterior disponibilidad en la sala de lectura.

Siguen en este proceso, la difusión del material ingresado recientemente a biblioteca a través de carteleras, las reseñas bibliográficas que confeccionan los profesores, las conversaciones y/o mensajes específicos con los profesores interesados en la temática, etc.

Hasta aquí la metodología más usual, que no por conocida deja de bifurcarse repetidamente para transitar por otros caminos: libros agotados, editados en el exterior, sin versión en castellano, sin datos sobre la editorial, etc.