

conceptos que estaban enterrados, y esto provoca una mayor transparencia, una quizás cruda pero sana y veracidad. Esto por un lado alivia pero, por otro, lanza una importante carga de responsabilidad: historizarnos. Esto fuimos, esto somos, esto deseamos ser, bajo la implacable luz del mediodía.

Asimismo, vivimos los tiempos de la urgencia. Esta historiación, este proceso entendido como adquisición gradual de conocimientos sobre el mundo y sobre uno mismo dentro (o fuera) de él, esta recuperación de identidad como cuerpo propio y como cuerpo social que transitamos debe devenir, debe prolongarse rápidamente en productos, en la contundencia de la cosa formada. Debemos explicarle al mundo quiénes somos, y debemos explicárselo ya.

## Atentos al progreso.

Oscar Desplats y Ricardo Desplats

Si repasamos un poco nuestra corta historia de país joven, pronto descubriremos un típico afán de nuestra sociedad por mantenerse al día con los acontecimientos ocurridos en el resto del mundo. Actitud justificada por cuanto gran parte de los que la integramos somos “descendientes de los barcos”.

Por supuesto que el motivo de esta mirada atenta hacia Europa y el resto del mundo, tiene no solo orígenes filiatorios sino que también mantiene la continuidad de lazos culturales naturales acrecentados por los frecuentes viajes al viejo mundo, durante décadas, de los representantes más conspicuos de nuestra literatura, música, bellas artes y del pensamiento humanístico y devueltas con reciprocidad por las más importantes personalidades del mundo.

Naturalmente, la actitud de atención hacia el progreso del viejo continente y la predisposición para adquirir la tecnología resultante de esa actitud progresista estaba encarnada tanto por el interés de empresarios particulares como al cumplimiento de objetivos del Estado.

Pero el interés no se reducía a los hechos culturales y políticos, sino también a los descubrimientos científicos y las invenciones tecnológicas, que en algunos casos como la fotografía, la radio, la cinematografía, eran importadas al país al poco tiempo de haberse dado a conocer en su país de origen.

El empuje de muchos empresarios, que importaron de los países fabricantes, el equipamiento y la tecnología necesaria, dio nacimiento a muchas empresas productoras de bienes y servicios, pero también a emprendimientos, (a veces con perfil de aventura), que, por ejemplo, en el área de las comunicaciones, sentaron un precedente de interés nacional.

Los porteños, que ya habían visto surcar sus cielos con globos aerostáticos y aviones primitivos, fueron también espectadores atónitos ante las transmisiones radiales pioneras en el mundo y disfrutaron de las primeras experiencias cinematográficas, participando no solo como usuarios sino también como protagonistas creadores del impulso generacional de la época.

Tal desarrollo cultural en un país joven, hacía del mismo un destino inmigratorio tan atractivo como los EE.UU, y entre tantos llegados a la Argentina, un italiano, Don Quirino Cristiani, habría de realizar, con la colaboración de empre-

sarios cinematográficos y dibujantes nativos, los primeros trabajos de animación filmados en el mundo.

En síntesis, podemos decir que sea por razones de intereses comunicacionales del Estado o por desarrollo de las actividades primarias en el agro, la industria y el comercio, la Argentina siempre se proveyó de los elementos necesarios a través de la importación, complementada con la fabricación por pequeños industriales, de repuestos fundamentales para el mantenimiento.

Recién cuando las crisis que culminaron en las dos guerras mundiales, incomunicaron al país con el resto del mundo, se incrementaron los esfuerzos a favor de una industria nacional, pero lamentablemente esta nunca llegó a una total independencia de los insumos importados, ni tampoco se mantuvo al día con las Industrias de pos guerra, como por ejemplo la de los plásticos, electrónica e informática. Por lo tanto el mantenimiento de medios comunicacionales o artísticos como la fotografía, la cinematografía, la radio y la televisión, en pleno desarrollo en el país, quedaron a merced de las variaciones monetarias y políticas de apertura y cierre de importaciones. De todas maneras, la informática estuvo presente tempranamente en el país, a través del uso de los primitivos perforaboverificadores por entes estatales y grandes corporaciones.

Pero cuando arribaron las Personal Computers, con hardware de precios más accesibles, y con Software de manejo más sencillo, rápidamente en el país se tomó conciencia de la importancia que habría de tener tanto en la comunicación como en la enseñanza. Por supuesto, argentinos al fin, mientras los verdaderamente interesados en mantenerse al día con los modernos sistemas de trabajo, de comunicación y de servicios, adoptaron inmediatamente la informática en variados usos y bregaron por su incorporación a la enseñanza, otros, como siempre, miraban de reojo la alternativa de “competir con las máquinas”, tal como sucedió con el fallido intento de instalar el uso de la imagen televisiva en el aula, como herramienta didáctica. La provisión (donación) de televisor y casetera, y la creación de “Centros de televisión Educativa” estatales, con plantas propias, personal técnico, maestros y profesores guionistas para producir material audiovisual, resultaron un proyecto fallido que terminó con el televisor instalado en la sala de la Secretaría o en el Patio de juegos.

Cuando la informática ya se había instalado en el uso popular en forma de videojuegos, manejados con mayor habilidad por la población en edad escolar que por los adultos, el acelerado desarrollo de las nuevas tecnologías tuvo inmediata aceptación por parte de los jóvenes. Rápidamente una generación ávida de seguir avanzando en su uso más allá de los videojuegos, reclamó la enseñanza que habría de cambiar las formas de producción de proyectos de diseño y comunicación. La Universidad de Palermo, en forma similar a otros centros de enseñanza privados y públicos respondió a esta demanda, incorporando la enseñanza de los programas de la nueva herramienta digital a las carreras de diseño y comunicación. En pocos años la presencia de estos jóvenes ha modificado los productos del mercado del diseño gráfico y del comunicacional en general, agiornando formas de expresión y estéticas expuestas en sus diferentes áreas. Por lo

tanto, pareciera cumplida la primera etapa de esta política de doble finalidad: dotar al mercado de trabajo de una oferta de mano de obra más capacitada en el manejo de tecnología, más jerarquizada en el aspecto humanístico, posibilitando que gran cantidad de jóvenes estudiosos iniciaran una nueva etapa de incalculable futuro en las profesiones vinculadas al diseño y la comunicación en todas sus formas.

### **Desde la tecnología hacia el arte con la herramienta digital.**

Hemos cumplido una etapa, muy importante en sí, pero no totalmente abarcadora de las posibilidades que ofrece la explotación de la nueva tecnología. En un entorno donde confluyen arte, ciencias y humanidades, estamos formando a los estudiantes y ejercitándolos en el uso de las PC, una herramienta que al decir de Y. Kawaguchi, ha democratizado la creatividad, al transformar la visualización (antes individual) en un acto colectivo que incluso puede compartirse a distancia mediante Internet.

Pero estamos hablando de alumnos que aprenden técnicas para operar máquinas, o sea, estamos poniendo en sus manos una herramienta informática tan versátil que reemplaza el uso manual de lápices, tintas, colores o arcillas y yesos para realizar proyectos artísticos o técnicos, bi o tridimensionales, que imitan las posibilidades creativas de estos materiales, mediante una paleta digital e instantánea, fácilmente transferible a soportes varios.

Pero la informática no sólo ha cambiado la creación de una imagen gráfica fija, sino también la de la imagen en movimiento, sea la obtenida filmando la realidad en tiempo real, hasta la animación producida cuadro por cuadro.

Así que, una vez cumplida la etapa de los Gráficos computados, es hora que reflexionemos sobre la continuidad de la enseñanza del diseño de animación.

### **Hacia la conjunción artista-técnico mediante la animación tradicional.**

Cuando se han superado los requerimientos para el manejo de programas básicos, avanzar en el campo de la animación bi o tridimensional, sea tipo cartoon o realista, implica profundizar en el uso de técnicas y herramientas desarrolladas durante más de cien años por el dibujo animado y la animación en general. Nacidas a la par de la cinematografía, han dado lugar al nacimiento de un Arte del movimiento, que destaca su presencia en todos los medios. Es protagonista indiscutible en el dibujo animado de largo metraje, un género ficcional donde la fantasía supera la imaginación, realizando productos que perviven en la memoria de espectadores que se renuevan por generaciones. También comparte el éxito de espectaculares producciones de acción viva, a través de trucos y falsificaciones hiperrealistas que alcanzan la credibilidad de los actores en vivo. Este tipo de mensaje, que destaca la preeminencia del diseño artesanal, que significa la tarea de dibujar manualmente los miles de fotogramas que integran un largometraje, exige para ser encarado, una cierta capacidad ya desarrollada por parte del interesado.

Iniciarse en la profesión de animador, exige de los ingresantes una mínima capacidad artística y creativa, más una cierta capacidad básica de dibujar ya adquirida, para poder ser orientada al campo de la animación, y esta habilidad debe ser evaluada en el momento del ingreso. Las técnicas y herramientas que permiten la producción

artesanal de la animación de personajes, sean bi o tridimensionales, no son enseñadas por los programas digitales. Por lo cual debe aprenderse de los profesionales que ya trabajan en la actividad, y dedican sus horas libres a la enseñanza, pero al no existir dedicación exclusiva, los cursos no son de educación sostenida.

Así mismo, los institutos que enseñan dibujo animado no tienen programas de desarrollo profesional completo ni jerarquía universitaria como en el resto del mundo.

Por lo tanto creemos que es el momento de encarar el desarrollo de una carrera de animación, que englobe a los jóvenes que por un lado ya han adquirido técnicas de producción digital, y por otro, dar oportunidad a los artistas que llevarán adelante la tarea del diseño.

Nuestro proyecto se asemeja a las carreras de la mayoría de las universidades europeas y americanas: Siempre se obtendrán mejores resultados comenzando la enseñanza artística a los alumnos que posean cierta habilidad para el dibujo, mediante los métodos clásicos. Esto significa recurrir a la enseñanza de las técnicas tradicionales del dibujo, la línea, el volumen, el color, la luz, etc. y todo lo que provee a completar la habilidad del dibujante animador, y sirven de base esencial para el animador digital.

Un artista puede tardar más o menos tiempo en manejar un programa, mientras es difícil que un operador se transforme en artista.

Nuestro proyecto de desarrollo de una carrera de diseño de animación, tiene como base una antigua experiencia en la materia y nos dicta el cumplimiento de los siguientes objetivos:

1. La enseñanza de esta profesión responderá a la demanda de muchos jóvenes dotados de grandes habilidades para el dibujo, que no encuentran lugar para el desarrollo de su vocación y al mismo tiempo promoverá un nuevo mercado de trabajo donde la promoción del artista ya profesional, solo esta supeditada a su talento y creatividad.
2. Esta profesión no es de ninguna manera algo desconocido en el país, donde se han producido a través de diferentes Estudios, con equipos artísticos y técnicos propios, varios largometrajes y centenares de cortos de entretenimiento y publicidad para el Cine y la TV. nacional e internacional.
3. Estos Estudios, dirigidos por profesionales cuya calidad de trabajo ha sido ya reconocida, están produciendo la animación que hoy día se envía al exterior, compitiendo en el mundo globalizado por diferencias de costos y son los potenciales lugares de trabajo para nuestros futuros egresados.
4. Este emprendimiento formativo aprovecharía para nuevas generaciones de animadores la experiencia de muchos pioneros que, de dilatarse las gestiones, no podría ser transferida.
5. El mercado del Dibujo animado en el mundo del espectáculo mantiene un crecimiento espectacular y hoy en día suman miles y miles las horas de producción para cine y TV comprometidas en adelante.

Nuestro proyecto culmina con un certificado de asistente de animación, el cual habilita al alumno a desarrollar una carrera profesional, que ha de culminar con el título de animador. La posterior promoción en el mercado de trabajo, sea nacional o internacional, solo estará supeditada a su vocación, creatividad y talento.

Tal es la oportunidad para la actual coyuntura que atraviesa

el país y que todos esperamos sea superada, pero que seguramente atrasará la renovación de tecnología por su origen importado y por su costo. La creciente complejidad de los programas digitales y el enorme abanico de posibilidades ofrecidas por los mismos en todos los campos audiovisuales, desde los videojuegos tridimensionales hasta los shows totales exigirán más conocimiento y más creatividad, por parte de artistas y técnicos.

Cuanto más se demore en iniciarse este proyecto, más tiempo e inversión costará transformarlo en una carrera profesional.

## La productividad y la motivación desde las Relaciones Públicas.

Damián Di Pasqua

Sin duda la productividad del hombre, y por ende su motivación, ha sido considerada un factor de importancia en las organizaciones.

La motivación puede ser considerada y analizada desde el punto de vista individual del público interno (el empleado) y desde la óptica de la dirección de la Empresa; la cual, de la manera que encare este tema será determinante para producir en el personal reacciones positivas o negativas.

Uno de los públicos más importante que debe considerar el profesional de Relaciones Públicas es el interno.

Se trabajará estrechamente con los distintos públicos internos, con el objeto de conocerlos más profundamente y poder verificar que cada uno de los empleados transmita al exterior la filosofía de la organización.

La motivación es un motor que hemos de saber mantener en constante funcionamiento. El hacer las cosas es un compromiso voluntario de la persona, al que no se puede obligar pero si se puede incentivar.

Desde un punto de vista simple podríamos decir que los factores que inciden en la motivación dan un impacto sobre la conducta de las personas.

Es primordial entender que las personas no se motivan por un solo factor, sino que se motivan por una serie de factores; es importante comprender que a las personas las motivan distintas cosas y que además los factores de motivación cambian permanentemente de acuerdo a la situación particular por la que esté atravesando un individuo.

También encontramos ciertos componentes en el contexto laboral que generan un grado de desmotivación, tal es el caso de:

1. excesos de control.
  2. dobles mensajes.
  3. críticas negativas.
  4. falta de atención.
  5. reuniones improductivas.
  6. saturación de las capacidades personales.
- etc....

Cada persona se motiva a sí misma, pero necesita de ciertas condiciones externas que le permitan desarrollar y mantener un estado de motivación. Hay conceptos generales que ayudan y dan un valor agregado a la productividad; ejemplos puntuales y clásicos son los de infundir el "mirar a la cara, cerciorarse que se ha escuchado y entendido el mensa-

je, usar un lenguaje claro, dar ejemplos, dar razones, expresar claramente las propias expectativas .....

El profesional de Relaciones Públicas y la Dirección de toda organización deben saber que las recompensas financieras constituyen solo uno de los factores de motivación, que puede no ser el más importante.

Para motivar a la gente hay factores de gran importancia, ejemplos a tener en cuenta son:

- un saludo especial.
- una nota de felicitación.
- valoraciones.
- brindar mejoras.
- dar mas participación.
- llevar a cabo una interacción.
- estar cerca de los empleados.
- un plan de capacitación.
- una buena comunicación.
- trabajo en común.
- un elogio honestamente merecido.
- reconocimiento público.
- dar respuestas.

suele ser a veces de mayor efectividad que una determinada suma de dinero.

Desde el rol del relacionista público se puede establecer como un pilar de gran importancia de motivación el reconocimiento de los esfuerzos personales, el que la persona sienta que la organización para la que trabaja le importa su trabajo y se fijan en su desempeño. Desde ya la motivación esta relacionada con las necesidades de cada uno y tiene alto porcentaje en el comportamiento laboral.

Cualquier cosa es mejor que la indiferencia, incluso el comentar errores ó aspectos a mejorar, lo cual hecho de forma adecuada, contribuye a que la gente se esfuerce para alcanzar el nivel que se espera de ellos.

Una buena motivación genera una mejor productividad, desempeño, participación y mejor entendimiento por parte de los públicos internos.

## Una realidad que pide (a gritos) ser representada.

Ariel Direse

A finales de los 90 en la Argentina, junto a la debacle económica y cultural producida en el seno de una crisis política demasiado extensa, los movimientos masivos y populares comenzaron a tener una presencia cada vez más significativa en los distintos ámbitos de nuestro país. El arte no fue ajeno a esto, no estuvo ni quiso ser excluido, y ello se puede observar en un doble sentido: en primer lugar porque también ocupó un sitio en esta movilización y por otra parte porque se vio obligado a testimoniar esos hechos que estaban ocurriendo. ¿Qué herramienta mejor que el cine, para llevar a cabo esta tarea?.

Hoy, en un compás de espera político, encontramos conformados y consolidados distintos grupos y movimientos cinematográficos, en principio y aparentemente, abocados a una misma tarea: «documentar la realidad». Cine-ojo, Cine In-