

cepto de monstruosidad este concepto está relacionado con una suma de atributos del monstruo usualmente inaccesibles entre ellas, pero sin embargo reconocibles.

Estos personajes del ciberespacio no poseen personalidad ni aspecto propios y se transforman en el ánimo y en el físico imitando el ambiente y las personas que lo rodean sin una forma determinada y fija. Las formas que se constituyen son no-definidas, son inciertas desde el punto de vista figurativo la informalidad de la cosa produce un fenómeno de posibilidad pura pero de vaguedad e indefinición.

Así totalmente desnudas las personas frente al ordenador podrán muy bien diseñar su imagen para relacionarse con el otro, revistiendo su cuerpo con toda la indumentaria que indique su imaginación.

En ese sentido el disfraz como sostén de una transformación participa con la realidad virtual, posibilitando la elección de la imagen para presentarse frente al otro en un juego de diseño permanente y atractivo. El riesgo mayor y el mayor atractivo en la selección de una imagen será la posibilidad de no tener demasiado en claro cuál es la ficción y cuál es la realidad.

Si bien toda realidad es también una ficción que tanto a nivel individual como social arma el mundo real, la posibilidad de presentarse frente al otro con vestidos irreales, pone de frente a una nueva dimensión de lo existente.

En esta nueva dimensión virtual el modelo diseñado que puede muy bien carecer de referentes reales y tangibles, legítima su existencia al dinamizar los procesos imaginativos más que en la supuesta fidelidad al mundo real.

En el ciberespacio las relaciones sociales resultantes, serían entre representaciones y no entre personas. Las imágenes resultantes serán ficcionales, imaginarias, informes, creativas. Los diseños pueden aparecer o estar en pie de guerra o en pie de fiesta, en un dramático equilibrio entre la realidad virtual y el teatro, la elegancia y la vulgaridad, dicotomías, diferencias; pero nunca sucumben, a la derrota de la fantasía, se convierten en personajes secretos, misteriosos.

Los diseños se convierten en personajes enmascarados que vierten sobre nuestra imaginación un veneno de placer gozosamente mortal, el diseñador allí muestra su más absoluto desenfado y presenta su individualidad.

Los diseños estallan en colores, se convierten en samurais, damas veladas, geishas, figuras del carnaval, malvados, reinas, hechiceras y hasta casi dragones, paracaidistas y bailarinas. En este nuevo espacio o lienzo virtual todas las imágenes, los contrastes, los matices, las paradojas sirven para la creación de un diseño de indumentaria.

## Escena aplicada. Un espacio de unión entre la realidad y la ficción.

Dardo Dozo y Claudia Kricun

“Cuando el acto interpretativo supera la anécdota y alguien iluminado por un foco está contando no sólo qué es lo que hace un personaje, sino qué es lo que piensa y qué es lo que siente, se diluye el individuo ocasional que cuenta las cosas y su cuerpo y su imaginación se condensan en un acto expresivo definitivo”.

Jorge Eines.

El centro de entrenamiento denominado «Escena Aplicada» tiene como objetivo funcionar de manera constante en el espacio universitario para que quien lo transita pueda construir su escenario expresivo, escenario que puede generarse en cualquier ámbito y bajo las más diversas circunstancias.

Las ejercitaciones permiten al alumno descubrir facetas expresivas no utilizadas habitualmente y que le pertenecen dado que, si bien evaluamos el proceso que el mismo realiza, no representamos modelos a seguir; todo lo contrario, incentivamos que cada uno de quienes se entrenan potencialicen sus recursos respetando el estilo propio.

### Transitar el juego dramático es generar condiciones de posibilidad.

El espacio de la ficción, en donde la imaginación y el cuerpo se ponen en juego, es un lugar de búsqueda y construcción, allí se exploran y ponen en acción todas las posibilidades de expresión. Esta es nuestra propuesta en el centro de entrenamiento en técnicas de comunicación “Escena Aplicada” que se desarrolla en la Facultad de Diseño y Comunicación desde junio de este año: entrenar y ampliar las posibilidades expresivas utilizando el juego ficcional como recurso motivador e incentivador de estas aptitudes. Así el individuo se reconoce, se afianza se proyecta y logra ponerse en escena en los diversos ámbitos y situaciones de su vida cotidiana y profesional.

La escena dramática crea un espacio ilusorio donde la realidad se amplifica, se hace otra, se prueba en distintas versiones. Beber en las aguas de la ficción... Nutrirse de éstas para afrontar la compleja realidad del mundo de la comunicación. Ahora bien, como la imaginación y la expresión puestas en acción requieren de un cuerpo y una voz que acompañen esta acción, que se adapten a ella y que la realcen; realizamos en el centro una rutina de ejercicios vocales y corporales de modo de disponer y preparar el instrumento (nuestra Unidad Expresiva) para su “puesta en escena”.

La conversación desde diferentes roles, el intercambio de ideas, la argumentación y la exposición son prácticas que ponemos en juego de manera constante en nuestros encuentros; los ejercicios se multiplican y diversifican, los alumnos transitan, comparten, reflexionan y sobre todo accionan, entran y salen de situaciones y personajes donde el humor es una constante y el aprendizaje a través del placer también.

### ¿Resultados?

Nuestro grupo de alumnos, que ofrece una amplia diversidad de edades, intereses y antecedentes académicos dicen de “Escena Aplicada”:

“En lo que se refiere a escena aplicada, no solo me resulta una actividad sumamente placentera, sino que me ha permitido trasladar las experiencias vividas y la apertura a otros ámbitos. Creo que es un lujo (que lamentablemente pocos se dan) poder jugar, crear y desarrollar la imaginación y la creatividad en un ámbito que por sus características es básicamente estructurado y racional. Lamento que la gente no se prenda, sería más enriquecedor para todos. Creo que cuando se es joven se cree que se sabe todo, y cuando se es grande se piensa que ya es tarde para aprender. Si he tenido que faltar a alguna clase, realmente lo he lamentado. La onda genial, el permitirse increíble, y los profes de primera.” (Gabriela Niklison).

“Comencé a ir al taller buscando una herramienta que me

guiara y apoyara mi trabajo como docente ya que nunca lo había practicado más allá de «hacer docencia» con clientes y equipos creativos de agencias de publicidad. Siempre sentí una enorme necesidad de comunicarme, de expresar lo que pienso y siento. Era un desafío poder hacerlo frente a una clase. Sabía lo que quería hacer pero me costaba sentirme segura e incluso cómoda y relajada exponiendo. Mi primer paso fue confirmar cuáles eran mis dificultades de expresión según mi propia mirada. A partir de ahí fui trabajando a través de distintas consignas con el cuerpo, la voz y la mirada. Y empecé a sentirme «diferente», descubrí que la mirada de los demás me resultaba sumamente placentera y lo que hasta ese momento fue una dificultad comenzó a fluir inexplicablemente. Descubrí que me podía comunicar desde otros lugares.

Pocas veces me pregunté qué era lo que estaba haciendo porque la verdad es que nunca encontré la respuesta. O creo que cualquier respuesta me sirve. El taller me ayuda a crear desde un lado diferente. Tanto es así que a medida que avanzaba me pasaba los fines de semana pensando una consigna para presentar el día del taller. Así, que exponer, era una fiesta. Un juego creativo en el que me dejaba llevar y me posesionaba. Yo no tengo palabras para explicar lo que sucede. Tengo una vivencia. Una prueba contundente de que es mágico. De que la mirada del otro es imprescindible. De que esa mirada llega hasta donde nadie puede ver. Para mí es una experiencia creativa que permite indagar y profundizar sobre aspectos personales y abrir caminos desconocidos para uno, en lo profesional y en lo personal. Enfrentarse a una actividad como ésta es bueno que sea cosa de todos los días, sobre todo para los docentes, o quienes «hacemos docencia». Yo creo en el Taller de Escena Aplicada como lugar de trabajo profundísimo. Porque pienso que exponerse es la mejor forma de conocerse.” (Sandra Schaphoff).

“No es muy larga mi trayectoria en el taller, pero día a día aprendo muchas cosas. Cuando ingresé al salón, la primera impresión fue, -Estos están locos!- debido a que había dos alumnas, gritando y cantando, después comprendí que eran ejercicios de la propia clase. Este taller me ayudo y me ayuda a desenvolverme mas libremente respecto a la persona que tengo enfrente de mí. Esta clase me la recomendaron dos profesores a la hora de dar finales, ya que me ponía y me pongo muy nervioso. Para mí es muy positivo.” (Baltasar Nista)

La idea de incluir las palabras de los alumnos en este escrito tienen que ver con una posición pedagógica, ya que creemos profundamente en la necesidad que tienen los educadores de conocer la evaluación del alumno del trabajo realizado y de los resultados obtenidos. Cuando esos resultados coinciden absolutamente con los objetivos propuestos el acto educativo se hace presente en toda su magnitud.

El maestro desplegó posibilidades, el alumno pudo construir su propio escenario.

## Los grupos multimediales en la Argentina y la construcción de su imagen desde el tratamiento de la noticia.

María del Carmen Elizalde

Para poder desarrollar un Proyecto en el Aula debía encontrar la manera de establecer la necesidad de búsqueda de información desde el estudiantado, articulándolo con el contenido teórico de cada una de las unidades de la asignatura “Taller de Redacción”.

De esa manera se estableció como eje central el tema “Multimediales”. A partir de allí, el primer relevamiento fue sobre los distintos grupos multimediales que operan en el país (este trabajo fue una realización individual y se produjo después de la segunda clase).

Una vez que cada uno de los alumnos tomó contacto con esa información, obtenida con bastante dificultad debido a la inexperiencia en la búsqueda de fuentes, asociada a la falta de material documentado actualizado, la metodología de producción de los trabajos prácticos se definió por equipos de tres o cuatro integrantes cada uno, con un grupo multimediales asignado. Cada alumno debió hacer el seguimiento de un medio en particular durante todo el cuatrimestre.

De esta manera se fue profundizando la investigación de los multimediales en general y de medios gráficos, televisión y radio en particular.

Según las consignas especificadas en la planificación fueron conociendo la estructura organizacional, los puestos de trabajo, las diferentes fuentes de información, la valoración y construcción de la noticia en forma de crónica o cualquier otro modelo de periodismo informativo, la ideología de cada medio reflejada en los diferentes estilos de opinión (desde un editorial, un comentario o espacios de humor), las diferencias entre los medios gráficos y audiovisuales en el tratamiento de los tiempos y espacios, diseño de la marca, diagramación de la primera plana, espacios publicitarios, tratamiento de la imagen corporativa y del discurso vinculados a determinado posicionamiento, herramientas con las que cuenta el área de Relaciones Públicas de cualquier empresa y la relación que debe establecer con los medios para llevar a cabo su función, inclusive llevaron a cabo una encuesta con su correspondiente tabulación y análisis para saber la opinión de la gente acerca de los medios con los que debían trabajar.

Cada uno de esos trabajos prácticos se entregaron respetando una estructura tipo, con introducción, desarrollo y conclusión, que podía tener formato de nota periodística, en algunos casos informativa y en otros de opinión, según lo solicitado por la cátedra. Siempre con una carátula con identidad de marca propia de cada equipo de alumnos. En función de todo esto se evaluó cada producción.

Como cierre de la cursada hicieron un informe en el que volcaron su apreciación acerca de los multimediales y de los conocimientos incorporados durante la cursada.

El trabajo práctico final consistió en una entrevista a un profesional vinculado al/los medios relevados. Preferentemente del área periodística o de Relaciones Públicas, siendo un referente claro en la construcción de imagen institucional del medio en cuestión.