

sonaje-emblema; dos, en contrapunto de opiniones; tres, en muestreo; y así de ahí en más.

Recuérdese que el mejor documental depende de un prolongado contacto con la realidad social escogida.

Una decisión trascendente es la de escoger la dirección de mirada del entrevistado, ora a cámara (interpelando al público), ora hacia un interlocutor en off (siempre más rendidora en materia emotiva, por la empatía que se logra con el que escucha tras de cámara).

Un verdadero compromiso con el entrevistado reclama, en algún momento, planos cortos (donde el autor se involucre con lo que narra).

Se hace imprescindible -además-, en aras del dinamismo narrativo, acopiar una vasta documentación visual de contexto, apta para inserts.

Se deberá tener en cuenta, a la vez, la importancia de un buen audio directo. El documentalismo moderno ya no le hace asco a ninguna suciedad de imagen o sonido, cuando lo que prevalece es la intención de documentar lo irreplicable. Pero la jerarquía testimonial del audio en sincro siempre se impone sobre la del off. Resulta imprescindible atender, durante el propio rodaje, a la aparición de núcleos dramáticos “naturales”, a efectos de ir elaborando la futura estructura narrativa.

Las nuevas tendencias del documental encuentran al autor hablando por boca de sus personajes. Aquí se impone la necesidad de seguir filmando, aún ante la emoción o el prolongado silencio. Momentos claves en la historia del documental se han nutrido del lenguaje no verbal.

Por último, ya ningún documentalista rehuye a la tentación de dramatizar con actores sociales, lo que -por otra parte- tiene una vasta tradición en nuestro medio. Como dice el crítico Horacio Bernades en la Revista El Amante, “El documentalista contemporáneo se vincula con aquello que le es más próximo, sin siquiera observar uno de los mayores tabúes en la historia del género: La prohibición del yo y la propia subjetividad (...) El documentalista moderno convierte a aquellos a los que filma en verdaderos personajes dramáticos; los pone en escena, los singulariza mediante el encuadre, la iluminación y el montaje y -como si fueran actores- puede incluso ensayar las escenas con ellos”.

f. Visionado del material crudo y selección del definitivo

Esta es la hora de concebir estructuras narrativas, de establecer puentes conceptuales, o de contraponer opiniones. El material registrado requiere ser revisado muchas veces y anotado prolijamente, para ir decidiendo qué frase se dejará finalmente. Y desde dónde hasta dónde.

Una de las pruebas de fuego a sortear en esta etapa por el documentalista no experimentado consiste en el necesario distanciamiento emocional del material registrado. Muchos son los “hijos que habrán de abortarse” a esta altura del proceso creativo, en tributo al ritmo narrativo del producto final. Y cuesta acostumbrarse.

g. Organización del material seleccionado y guionización

Aquí se impone no temerle a las leyes universales del relato. Nuestro pensamiento es cultural, y nuestro lenguaje, más aún: Está atravesado por esas leyes. Es el momento de tenerlo en cuenta e hilvanar la historia que, a todas luces, ya resultará evidente. Al respecto, dice Joaquim Romanguera I Ramió: “De ahí que la elección de realidades, las que vemos y las que imaginamos, genere una realidad otra que no es más que ficción, ya que toda ficción, incluso la inventada ex novo, parte de realidades o se inspira claramente en ellas

con el fin de estructurar la trama del film, el hilo narrativo de la obra, su historia”.

h. Compaginación general

Es el momento de pasar en limpio la estructura escogida, testear el ritmo expositivo, y -fundamentalmente- valorizar el rol semantizador de la música y los inserts. Tales recursos frecuentemente refuerzan el sentido de lo meramente insinuado.

Tener en cuenta todo lo expuesto hasta aquí nos condujo a materializar dos proyectos de próxima exhibición:

- Ascensor / Descensor

Equipo de trabajo: Sebastián Duimich, Agustín Gregori, Rodrigo Podestá, y Roberto Tesón.

Sinopsis: La alienación laboral de los ascensoristas de nuestra Biblioteca Nacional.

- Malvinas, ¿Y ahora qué?

Equipo de trabajo: Juan Etchepare, Mariana Gil Juncal, Marcela Poplavski, y Matías Melesi.

Sinopsis : Las secuelas del conflicto acaecido en el sur austral sobre un personaje-testigo abordado en la actualidad.

Tal como preconizáramos oportunamente, poco a poco -y en consonancia con la revalorización actual del género-, docentes y estudiantes de la UP, sin abandonar el ejercicio de la ficción, nos vamos animando a amasar creativamente una sustancia tan díscola como la realidad.

El mensaje en la era digital es el efecto especial.

Pablo Felli

¿Qué significa que el mundo avanza rápidamente? La tecnología avanza simultáneamente. Avanza el entorno en el que se mueve una persona común y corriente, avanza el entorno en el que se tiene que desempeñar un diseñador en comunicación visual. Se inventan nuevos puestos sustentados por la tecnología como es el e-design. Todo avanza tan rápido que apenas nos acostumbramos al entorno de un programa de computadora, sale su nueva versión. Está en uno quedarse afuera o no. Así es un poco el entorno que vive un diseñador en comunicación visual, un diseñador gráfico, un diseñador de páginas web, un diseñador. Así es ser moderno, así es estar a la moda, así es estar vigente.

Pero todo esto repercute no solo en la producción de un diseñador, sino que también influye a la hora de tener que educar en el ámbito del diseño digital. Este es el punto que me interesa abordar como docente: el sustento teórico de la enseñanza, del diseño digital.

Al hablar de diseño digital me referiré a los programas que un diseñador gráfico, de páginas web, un diseñador multimedia; un diseñador en comunicación visual debe saber a la hora de desempeñarse en su profesión, a la hora de intentar producir un mensaje en este mundo moderno. Y esta tecnología muchas veces hace que olvidemos el por qué estamos produciendo algo; el por qué estamos tratando de comunicarnos.

Quiero abordar el tema de la enseñanza del diseño digital desde un punto crítico, un tema al que nos enfrentamos continuamente a la hora de enseñar a alguien que se va a desempeñar en dicho ámbito. Muchas veces se incurre en la enseñanza de un programa digital que sirve para una tarea determinada. Pero a la hora de impartir el conocimiento, la enseñanza se centra en dar a conocer el uso de botones y entorno del programa determinado. Esto genera que el alumno tome conciencia de la existencia de un botón para determinada actividad, pero a la hora de plantearle un problema para resolver con dicho botón; no asocian el uso del botón con la problemática planteada.

El mundo digital ha vuelto muchos aspectos la vida más fácil. Alguna vez el uso de una u otra familia tipográfica fue una tarea difícil. Alguna vez la tipografía Times New Roman se esculpíó con cincel, alguna vez las astas de la letra ascendentes gruesas y descendentes finas tuvieron un porque ser. Con esto no quiero decir que todo lo que cuesta más valga más, pero hoy en día la sutileza de los trazos de una tipografía determinada para pocos es perceptible. Tener un arsenal de tipografías a nuestra disposición a la hora de diseñar no basta, es necesario conocer la historia que hay detrás de cada una de esas familias tipográficas, detrás de cada una de esas variables. No es simplemente oprimir un botón. Solo conociendo la historia que existe detrás de cada una de estas formas el profesional que las utiliza logrará comprender significativamente la era digital. Alguna vez el encalado de un libro fue una tarea ardua y costosa, hoy la realiza una máquina. Alguna vez no fue tan sencillo imprimir una hoja a todo color. Alguna vez corregir la saturación, tono, o variable lumínica de una foto fue una tarea complicada. Una tarea que demandaba horas encerrado en un cuarto oscuro y poseer conocimientos de reacciones de materiales ante la exposición a la luz. Hoy es tan sencillo elegir los colores que tendrá nuestro diseño, que las teorías del color están casi en el olvido.

Pero el mundo es hoy digital y debemos adaptarnos o quedaremos afuera. El mundo es digital y muchas cosas se están olvidando o están queriendo que las olvidemos. Hoy el diseño se basa en un efecto determinado, en un efecto matrix de cámaras vertiginosas, en un efecto de blur, en un efecto de despliegue de pantalla. Esto esta logrando que a la hora de producir un diseñador sea valorado por su capacidad en reproducir efectos especiales. El mensaje en la era digital se resume a un efecto especial, eso es estar a la moda. El mensaje se reduce a un efecto especial, el mensaje se reduce para hacernos pensar cada vez menos. El mensaje se reducirá, y quizás un día no haya mensaje, quizás un día no sea necesario que pensemos.

A partir de estos interrogantes, y desde el punto de vista de la educación creo fundamental basar la enseñanza del diseño digital no sólo en la existencia de un botón que permita hacer algo en particular, sino en como la humanidad llevo a ese botón. Cómo la humanidad simplifica una ardua tarea, condensada en un simple botón de programa de computadora.

Me parece de suma importancia la producción de estética nacional, no estética proveniente de países dominantes. Un país floreciente es aquel que a través de su industria produ-

ce su propia estética, estética para comunicarse, estética para entendernos mejor. La producción de dicha estética hoy seguramente estará detrás de un botón de programa de computadora. Y esta es la tarea que tiene en sus manos un docente de medios digitales, no sólo reducir la enseñanza a ubicación de botones en un programa de computadora, sino a producir individuos pensantes, y capacitarlos para la producción de estética nacional, y de este modo contribuir desde el lugar del diseño a la óptima comunicación de los individuos, a la producción de mensajes que ayuden y contribuyan en el entendimiento de los miembros de la sociedad en la que vivimos. Que contribuyan en el fortalecimiento de una industria del diseño propia.

Sin duda existieron personas que bajo sus conceptos fundaron pilares en la historia del diseño y en la historia de la humanidad. Pero sin duda que la elección de un color traía consigo una carga simbólica y un porque ser. Traía consigo un mensaje que impulsaba el crecimiento de un país desde la perspectiva del diseño. Este es el punto en el que un diseñador debe concentrar su atención, y quiero brindar mi experiencia personal: cuando yo comencé a estudiar diseño el diseño no tenía como herramienta de trabajo la computadora, tampoco ninguno de sus programas. No existía Internet. La teoría del color se enseñaba mezclando pigmentos de temperas y ensuciándose las manos. Pero existieron factores en la enseñanza factores claves que me hicieron entender que las herramientas pueden cambiar pero nuestro conocimiento y sustento teórico del diseño hará que lleguemos a la construcción del mensaje. Y que la profesión se centre en el diseño del mensaje y no en el diseño de un efecto especial.

Relevamiento de grandes marcas. Automóviles.

Diana Fernández

La marca es un fenómeno social y económico cuyo desarrollo más espectacular acontece a lo largo del siglo XX.

Tanta es su importancia que se puede establecer una correlación entre el nivel de crecimiento de un país y el de sus grandes marcas.

La marca es ante todo un símbolo, actúa como signo de sustitución, su función es esencialmente dialéctica,

- Representa, hace presente algo en la percepción y en la memoria.
- Sustituye, está en reemplazo de ese algo, lo mantiene oculto.

La marca opera como nexos artificial entre lo que manifiesta y lo que pretende significar, entre lo que hace presente pero no muestra.

La marca está compuesta por:

- Referente, puede ser físico o conceptual. El referente físico es un producto y sus distintas presentaciones, el referente conceptual puede ser un servicio, institución, idea, etc.
- Soporte, el nombre y el grafismo con que generalmente se lo representa, isotipo, logotipo, isologotipo.
- Asociaciones, la marca es disparadora de ideas y relaciones.