

El mensaje fue: “somos los que estamos, nos duele mucho todo lo que pasó y todos los que pasaron pero seguimos vivos y tenemos mucho para hacer”.

Los eventos tuvieron un gran protagonista que fue la solidaridad y entre todos se generaron nuevas redes de comunicación y ayuda. Las empresas empezaron a ver en su gente uno de los capitales más preciados y quisieron agradecerse.

Las fiestas y eventos de fines del 2002 fueron austeras, simples pero hechas con mucho afecto y esfuerzo, “aunque sea algo chiquito”, pedían, y no tenían nada que ver con las fiestas se hacían antes

Para la gente ese fue el gran mensaje que nos dio pie a la tercera etapa que voy a describirles a continuación.

A partir del 2003, la llegada de un nuevo presidente y con el barco ya navegando en aguas menos tormentosas los eventos empezaron a florecer mucho más, las empresas se empezaron a comunicar con otro gran capital que son sus clientes, para eso tuvieron que fortalecer a sus fuerzas de ventas, a su gente de producción, a su backoffice.

Toda la tripulación tiene que estar alineada a un objetivo y por eso surgieron nuevamente los eventos de integración, de capacitación vivencial y los incentivos de ventas.

Hoy el mercado está muy activo, muy dinámico y muy exigente.

Hoy no solamente se le pide a un organizador de eventos que contrate a una serie de proveedores (predio, catering, sonido, iluminación, regalos, micros, etc.) sino que nos exigen que les demos un fuerte valor agregado a nuestra tarea. Tanto en creatividad, como en servicio, como en acuerdos comerciales que bajen costos, como en originalidad y background. Y eso a nosotros nos hace felices, porque si hay algo que los organizadores de eventos no somos es intermediarios que solamente contratamos cosas, sino verdaderos artistas que con cada evento ayudamos a la compañía en ir tras su rumbo, en alinearnos todo el tiempo con sus estrategias, en saber comprender su cultura y costumbres, tanto de las oficinas en Argentina como en el exterior, y ese conocimiento que adquirimos nos hace ser un socio estratégico con nuestros clientes a la hora de comunicar.

Sabemos que han pasado muchas cosas, que vivimos momentos muy difíciles pero que toda crisis trae oportunidades y hoy el contexto cambió, nuestros clientes necesitan que les demos servicios y nosotros tenemos que estar preparados para dárselos. Preparados en estructura de gente para que los atiendan, rodeándonos de los mejores y más eficientes proveedores (que son nuestros grandes socios), teniendo las mejores tecnologías, los creativos más originales, las ideas más innovadoras y para eso nos tenemos que preparar todos los días, cómo?

Sabiendo mucho de nuestros clientes, aprender a indagar es la base de nuestro éxito, saber qué le “duele” a nuestro cliente y darle la medicina para ayudarlo.

Conocer sobre nuevas tendencias.

Comunicarnos entre todos los profesionales y contarnos experiencias que les aseguro nos enriquecen a todos.

Capacitando a nuestro staff y motivándolo día a día ya que ellos son los que están en la línea de fuego.

Y por sobre todo ser flexibles a los cambios y a lo nuevo... Nosotros los profesionales que, hoy por hoy, somos los protagonistas de la realidad del mercado de los eventos, los estudiantes que ven en esta carrera una salida laboral y el sueño de cumplir su vocación y nuestros clientes que sin

ellos nosotros no existiríamos, todos somos los responsables de construir nuestro futuro. Nos sentimos muy orgullosos de ser constructores de ese mañana y por eso renovamos día a día nuestro compromiso con esta profesión desde hace más de 20 años.

## Las competencias de formación de los directores de cine frente al mercado laboral actual.

Guillermo López

Este trabajo intenta relatar y compartir la experiencia realizada junto con los alumnos de la carrera de Licenciatura en comunicación audiovisual, que cursaron la materia introducción a la investigación en el primer cuatrimestre del año 2003.

Los alumnos, ingresantes a la vida universitaria, encuentran en esta materia su primer aproximación a las características del conocimiento científico y a las diferentes metodologías de investigación, frente a esta realidad, la propuesta de trabajo estuvo centrada en que, a partir de una propuesta de un tema relacionado directamente con sus intereses y expectativas sirviera para investigar sobre su futuro laboral en el ámbito de la realización audiovisual.

El diseño del dictado y seguimiento de las clases procuro lograr que en forma progresiva los alumnos conocieran las características de la investigación y cómo se logra el conocimiento científico, cual es su método.

Ya en etapas posteriores se buscó el desarrollo de capacidades teniendo a la investigación como base del aprendizaje, para lo cual se procedió a caracterizar el proceso de investigación, descripción y materialización de sus pasos.

A partir de allí comenzó una tarea que culminaría en un trabajo final conforme a los aspectos formales de los trabajos académicos que permitiera la comunicación del conocimiento adquirido.

El tema propuesto fue la exigencia del mercado actual para los realizadores audiovisuales. El mismo, generó un interés en la búsqueda de respuesta por parte de los alumnos pues, de alguna manera, su realización les permitiría tener una idea más certera respecto del mercado laboral y sus posibilidades de inserción laboral

### El Trabajo de investigación Consideraciones generales

La definición de un problema de investigación es el primer paso para comenzar a desarrollar cualquier investigación, en cualquier terreno de las ciencias y las humanidades.

Sin embargo, la definición de un problema de investigación no es el primer acercamiento a la investigación: es la consecuencia de una serie de indagaciones preliminares, en las cuales el estudiante o el investigador van acotando progresivamente el campo de interés; desde un conjunto amplio de temas, hacia la definición específica del problema.

Si seguimos los pasos descriptos por Hernández Sampieri y otros, estos pasos serían: a) surgimiento de la idea de la investigación; y b) plantear el problema de investigación.

**Idea o hecho motivante:** En nuestro caso la idea de investigación se origina por la aparición de numerosos estableci-

mientos de educación con objetivos en la formación de profesionales de quehacer audiovisual (en la última década dobló número y se instaló en la universidad), nos preguntamos a qué respondía esa aparición espontánea de establecimientos, si era una exigencia del medio o un negocio de parte de la industria educativa, para esto decidimos investigar la productora que más películas de orden industrial produjo en los últimos años, Polka cine.

La inquietud de los alumnos respecto a que les demandaría el mercado generó expectativas sobre los resultados.

### **Vaguedad de las ideas iniciales**

Inicialmente la idea se trataba de establecer los conocimientos, aptitudes y exigencias que plantea el mercado argentino actual para los directores de cine, pero al ser ésta tan amplia, se decidió hacer un recorte delimitando el universo de estudio a el : «Requerimiento de la productora Polka Cine en cuanto a la formación académica para los directores».

Se eligió investigar acerca de esta productora ya que es la que produjo mas películas en el último lustro.

### **Breve contextualización del objetode estudio**

#### **La productora Pol-ka**

En la ciudad de Buenos Aires en el 3400 de Jorge Newbery se encuentra Pol-ka Producciones. Fue creada en 1994, cuando Adrián Suar y Jorge Blanco se unieron para hacer el piloto de Poliladron, el programa de televisión que marco un hito de la historia de la televisión argentina.

De una hora semanal en el aire en sus comienzos a mas diez horas en la actualidad, Pol-ka producciones emplea a más de 200 personas en 5 equipos completos de producción usando múltiples locaciones diarias y 6 estudios propios es considerada hoy la mayor productora de ficción en la Argentina.

Produjo 7 largometrajes. Primero asociada con Flehner Fllms y Artear el éxito Comodines. Luego, con Patagonik Film Grup Choen vs. Rosi. En años subsiguientes Alma Mía, Apariencias, Déjala Correr y en el año 2001, El Hijo de la Novia, la película argentina más vista, que fue nominada para los Oscar a la mejor película extranjera Su última película, El Día que me Amen, se estreno en el mes de junio del año 2003.

Similar respuesta de críticos y audiencia a Poliladron, Verdad Consecuencia, Gasoleros, Campeones entre otros, han destacado a Pol-ka Producciones por haber traído a la televisión local un nuevo sentido de calidad y sustancia.

### **Antecedentes**

#### **Las indagaciones preliminares**

Una vez definida el área de interés, es necesario llevar a cabo un conjunto de indagaciones preliminares, es decir, conocer los estudios, investigaciones y trabajos anteriores. H. Sampieri sugiere organizar los temas según éstos hayan sido:

- a. temas ya investigados, pero menos estructurados y formalizados: hay investigaciones realizadas, pero pocos materiales publicados;
- b. temas poco investigados o estructurados (los cuales requieren un esfuerzo sobre lo que ha sido investigado, aunque sea escaso);
- c. temas no investigados.

Frente a esta clasificación, en el caso particular de nuestro proyecto no encontramos estudios, ni investigaciones, ni trabajos anteriores sobre nuestro tema de investigación, por lo cual se abordó como una mirada exploratoria sobre el tema.

### **Planteo del problema de investigación**

**La definición del problema.** Un problema de investigación puede ser definido como “aquella cuestión susceptible de ser investigada de un modo sistemático”. Esto significa que no cualquier cuestión, de entre las muchas que componen una agenda posible de temas de investigación, puede ser formulada como un problema, sino sólo aquellas que son susceptibles de ser efectivamente investigadas.

### **Problema que plantea la investigación.**

¿La productora Pol-ka cine privilegia la formación académica a la hora de elegir a un director para sus películas?.

### **Objetivos que persigue la investigación:**

1. Determinar si la formación académica tiene una gran influencia en el mercado cinematográfico.
2. Determinar si la formación académica tiene gran influencia en la productora Polka Cine a la hora de elegir sus directores.
3. Analizar si el fenómeno de formación académica es reciente o no.

### **Preguntas de investigación**

#### **¿Qué son las “preguntas”?**

En la justificación de un proyecto de investigación, todo investigador debe entablar un “diálogo” tácito, principalmente con alguno o varios de los investigadores del campo (aunque también con otros actores significativos, como los usuarios potenciales). Aquí vamos a hacer referencia a las preguntas relativas a la formulación del problema como un diálogo que se establece entre el investigador y (por ejemplo) un interlocutor que le formula objeciones de orden conceptual.

La formulación de estas preguntas es una ayuda inestimable, que debe servir como guía para ir desarrollando cada uno de los pasos de la definición y el abordaje del problema.

### **Algunas de nuestras “preguntas”**

- Un director capacitado, con formación académica ¿tiene mayores posibilidades de ingresar en el mercado?. Un director capacitado, con formación académica, ¿tiene mayores posibilidades de ingresar en la productora Polka Cine?
- El personal cinematográfico de Pol-ka Cine, ¿tiene estudios académicos?
- ¿Qué piensan los directores cinematográficos de Polka Cine sobre la importancia de la formación académica?

### **Justificación del estudio**

En todo abordaje de un problema de investigación, se debe justificar no sólo la originalidad de la propuesta, y el interés intrínseco de la misma, sino también la utilidad que tendrá el desarrollo de la investigación:

1. ¿Para que sirve?. Sirve para informarnos acerca de la forma de inserción laboral en el campo profesional cinematográfico.
2. ¿Qué alcance social tiene? Los alumnos de la Universidad de Palermo sobre todo aquellos interesados en la carrera de cine y televisión y otras relacionadas con ella, tendrán al alcance a esta investigación a través del Centro de

recursos que brinda la universidad. Asimismo, la presente investigación será de gran utilidad para todos aquellos interesados en ingresar a Pol-ka Cine, ya que podrán informarse sobre las exigencias de esta productora.

**Viabilidad de la investigación:** Cuando se presenta un problema que habrá de ser estudiado, resulta fundamental mostrar, al mismo tiempo, que se cuenta con las posibilidades reales para abordarlo con éxito y rigurosamente. Esta investigación fue posible debido a que una de las integrantes del grupo posee los contactos necesarios para poder entrevistar a los destacados directores y productores de cine.

### ¿Cuánto tiempo tomará realizarla?

Para lograr una buena investigación más profunda consideramos necesario mínimamente un año, aunque de todas maneras un mes y medio (tres horas por semana) será suficiente para esbozar alguna conclusión.

**Método:** El método que utilizamos para llevar a cabo la investigación es el exploratorio, ya que el tema planteado, es un tema poco estudiado anteriormente.

- A través del trabajo de campo realizamos: Diversas entrevistas a destacados directores y productores argentinos tanto de la Productora Polka Cine como del cine argentino en general.
- Consultas bibliográficas acerca del auge de las universidades Y escuelas de cine, y del crecimiento del interés del cine en general.

**División de tareas:** Para llevar a cabo la investigación de una manera organizada y eficaz, se dividieron las tareas en:

- Investigación preliminar.
- Consultas académicas e institucionales.
- Entrevistas.
- Presentación en soporte papel - video.
- Conclusiones: en grupo.

### Auge del cine argentino

Debido a que nunca se había realizado investigación alguna acerca del tema específico que decidimos investigar, la investigación previa al trabajo en cuestión será una aproximación al auge del cine argentino y el interés que este suscita en la actualidad. Cabe destacar que una de las preguntas que nos formulamos al delimitar el tema del trabajo de investigación, fue sí la amplia cantidad de escuelas de cine que existen en la Argentina actualmente surgieron de forma espontánea o en respuesta a una creciente demanda de los interesados en cursar esta clase de carreras.

La variable fundamental para estudiar este fenómeno es, en primer lugar, la cantidad de escuelas de cine. En el marco de esta investigación, también es necesario averiguar en que año fueron fundadas. De acuerdo a la información con la que contamos, existen actualmente en la Argentina 22 escuelas superiores, terciarios o universidades que ofrecen carreras relacionadas con la labor cinematográfica. La mayor parte de ellas incluyen la de Dirección de Cine, que es el punto central de nuestro trabajo de investigación diez de las escuelas de las mencionadas constan con menos de 15 años de existencia. Estas son:

- Buenos Aires Comunicación (11 años).
- Centro de Investigación Cinematográfica (11 años).
- CIEVYC (15 años).
- Universidad del Cine (13 años).

- Instituto de Tecnología ORT ( 13 años ).
- Escuela Profesional de Cine de Eliseo Subiela (11, años).
- Taller de Imagen y Sonido (13 años).
- Taller Escuela de Buenos Aires (6 años).
- Universidad de Buenos Aires (14 años).
- La Metro (9 años).

A partir de la información obtenida, nos consta que solo 6 establecimientos educativos relacionados con la enseñanza de carreras cinematográficas fueron fundados hace mas de 15 años.

- Instituto de Arte cinematográfico de Avellaneda (34 años).
- ENERC, Escuela dependiente del INCAA (40 años).
- Film College, Escuela Superior de Cinematografía (22 años).
- Taller de Cine Contemporáneo de Olivos (23 años).
- Escuela Provincial de Cine y Tv de Rosario (19 años).
- Facultad Nacional de La Plata (18 años).

No hemos podido obtener información acerca de año de fundación de otros establecimientos educativos:

- Universidad de Madres de Plaza de Mayo (que ofrece la carrera de cine documental).
- Universidad Nacional de Villa María.
- Escuela de Altos Estudios de Arte y Comunicación.
- El Amante/ Escuela.
- Escuela Regional de Cuyo de Cine y Video.

Como se puede constatar a partir de la información aquí brindada, la mayor parte de las carreras relacionadas con lo cinematográfico constan con menos de una década y media de existencia.

Desde nuestro punto de vista, este fenómeno esta estrechamente relacionado con una serie de variables que revelan el aumento del interés por el cine, en la Argentina actualmente. Entre estas variables pueden destacarse, por un lado, la cantidad de espectadores que concurren al cine y, por otra parte, el notable aumento de concurrentes a los festivales de cine independiente en Argentina.

La primer variable, es decir, la cantidad de gente que concurre al cine, ha aumentado notablemente durante la ultima década. Por dar un ejemplo, mientras que en el año 1991, 170.000 personas concurrieron al cine durante a segunda semana de las vacaciones de invierno, en el año 1999, la cifra de espectadores correspondientes al mismo período fue de 502.000. Al considerar la situación económica del país, es imposible deducir que aumento la cantidad de espectadores debido a un aumento en el poder adquisitivo de los argentinos. Es así que puede verse que la causa de dicho fenómeno es difícil de determinar.

Los dos factores que posiblemente hayan influido en el aumento de la concurrencia al cine son el aumento en la cantidad de salas de cine y la cantidad de películas ofrecidas al espectador. De acuerdo al primer factor, cabe señalar que mientras que en el año 1991, existían 44 salas de cine en Capital. y el Gran Buenos Aires, en el año 1998, esa cifra ascendió a 198, debido a la construcción de grandes complejos de cine en los centros comerciales.

De acuerdo al segundo factor, sólo contamos con los datos estadísticos de los años 1998 y 1999. En el primer año mencionado, fueron estrenadas 99 películas en los cines argentinos, mientras que tan solo un año después la cifra fue de 257 estrenos. Dentro de esta cifra, poco más de la mitad de

las películas es de origen estadounidense, mientras que un aproximado 15% es de origen argentino. Aún así, el 20% de los espectadores prefiere consumir cine de origen argentino, lo cual explica el éxito de producciones tales como «Nueve Reinas», «Mi papá es un Ídolo», «El Hijo de la Novia», etc. La segunda variable que revela el aumento del interés por el cine en la Argentina es, como ya hemos mencionado, la cantidad de concurrentes a los festivales de cine. Desde ya, los más importantes en nuestro país son el de Mar del Plata, que lleva realizada ya su edición número 18, y el Festival de Cine Independiente de Buenos Aires, que ha sido realizado por quinta vez entre el 16 y el 26 de abril del corriente año.

### **Los alumnos comentan la experiencia y conclusiones de las entrevistas**

La etapa de las entrevistas nos resultó muy enriquecedora, cada persona que logramos contactar nos daba un panorama muy importante no sólo de el tema específico que nos ocupaba sino también de los diferentes temas relacionados con el cine y la realidad laboral en nuestro país, la cual se nos presentó plagada de dificultades en cuanto a la posibilidad de concretar un proyecto en forma independiente por los altos costos que esto implica, por la dificultad de conseguir préstamos y subsidios por parte de las instituciones que así lo determinan y sobretodo en la dificultad que se presenta, en el caso de tener la suerte de conseguir el elemento económico, para entrar en el circuito de distribución. También nos sorprendió, saber que los críticos responden favorablemente a circuitos cerrados que tienen que ver con manejos internos que, en muchos casos, les otorgan beneficios personales (viajes a festivales, inserción en el ámbito internacional etc...).

Como contra partida nos llevamos la agradable sorpresa, en todos los casos, de cuán evidente quedaba de manifiesto la calidad humana de todos los entrevistados y el apasionamiento que ponían en la búsqueda reflexiva y exactas de sus respuestas.

Sí bien todas estas personas tuvieron la amabilidad de atendernos en forma individual lo hicieron, en la mayoría de los casos, en sus lugares de trabajo y los que no, coincidentemente no estaban trabajando en este momento.

Luego de tener el “crudo” de las entrevistas, ya sea en video como en audio, nos tomamos el tiempo suficiente, 2 a 3 horas) con cada uno, para analizar detenidamente cada respuesta y compararla con las demás, tratamos de establecer estadísticas y sacar conclusiones que estuvieran despojadas de toda subjetividad ya que nosotros comentábamos nuestra propia opinión al respecto, esto nos llevaba en muchos casos a largas conversaciones en las cuales teníamos discrepancias de criterio, que si bien nos enriqueció por el lado personal y nos fortaleció como grupo, cuidamos sin embargo, que no trascendiera al ámbito de la investigación.

Otro aspecto digno de mencionar es el fenómeno de «disparar temas de investigación se sucedía con las distintas entrevistas ya que aunque sin quererlo se tocaban otros temas en tomo al cine que nos despertaban curiosidad y nos proponía futuros estudios, tal es así la concordancia entre todos los entrevistados sobre la falta de preparación en el campo de la dirección actoral que tienen los actuales planes de estudio que capacitan a directores de cine y televisión y la realidad de tener que proporcionarse dicho conocimiento en

forma particular y extracurricular para satisfacer tal necesidad que surge en el plano laboral práctico ya que el actor es uno de los más importantes elementos de trabajo sobre el cual existe un total desconocimiento en cuanto a las técnicas que se te pueden proporcionar para sacarle un mayor provecho a su desempeño en un film.

Reflexionamos también sobre la concordancia que tuvieron los entrevistados sobre las características de personalidad que debía tener un director de cine, ante la pregunta ¿Qué es lo que un director de cine debe tener?. Nosotros pensábamos que tal respuesta giraría en tomo a conocimientos sobre tal o cual especificidad técnica, sin embargo todas las respuestas se orientaron hacia la necesidad de que el director posea una personalidad con determinadas características haciéndonos reflexionar sobre la necesidad del esfuerzo y condiciones personales necesarias ya que el título sólo no le bastará para que lo consideren un director.

### **Conclusiones de las entrevistas**

De las once personas entrevistadas nueve son directores, de los cuales cinco tienen formación universitaria, dos formación terciaria y dos no poseen formación académica.

De los nueve directores entrevistados, tres pertenecen a Polka, siendo ellos el 70% del plantel de directores.

No pudiendo entrevistar al resto de los directores (dos) que realizaron películas en Polka-Cine, se indago sobre la formación de los mismos y se verifico que ambos tienen formación académica.

Por lo antes expuesto, sabemos que el 100% del plantel de directores que ha realizado películas hasta la fecha en Polka-Cine tienen formación académica.

De las once personas entrevistadas, dos son productores de Polka-Cine y sólo uno tiene formación universitaria.

De la investigación se desprende que la mayoría del plantel técnico de Polka-Cine tiene formación académica.

De los seis directores entrevistados que no pertenecen a Polka-Cine, cinco de ellos tienen formación universitaria y dos no.

De los mencionados en el párrafo inmediato superior se desprende que el 50% no desea trabajar en Polka o en una productora similar ya que prefieren hacer el cine que quieren sin tener las presiones que una productora de este tipo genera, o sea que el cine independiente les da libertad para trabajar sus propias ideas sin estar sujetos a las ideas de los productores.

De la investigación se desprende que los productores tienen una visión sobre la formación que hace que ésta sea un requisito indispensable a la hora de formar los equipos de filmación, mientras que los directores le dan primacía a la experiencia laboral.

De la investigación se desprende que el fenómeno de la aparición de los innumerables establecimientos de formación académica cinematográfica corresponde a las últimas dos décadas.

Todos los entrevistados coincidieron unánimemente que la formación universitaria aporta en todos los casos y es lo ideal incluirla junto a la experiencia.

De los entrevistados que han egresado de establecimientos universitarios se desprende que la universidad es un ámbito que los conecta en primera instancia con ámbito cinematográfico a través de concursos y festivales.

De los arriba mencionados también se desprende la necesidad de aumentar las horas de práctica en las universidades dándole prioridad a las de teoría que hasta el momento parecería darse en forma inversa.

De la totalidad de los entrevistados a la pregunta: ¿Qué le dirías a un joven que acaba de egresar de una universidad de cine?, Fueron coincidentes las respuestas en cuanto a que un título no significa todo sino que debe ir acompañado de profunda vocación, paciencia, perseverancia, amor al trabajo y fidelidad a sus principios. De todos modos todos coincidieron en alentar el camino que se comienza ya que lo consideran realmente apasionante.

La conclusión más contundente es que: de la investigación se desprende notoriamente que la Productora Polka Cine requiere formación académica para elegir directores, siendo ésta una condición sin excepción también es un requisito para la incorporación de todo el personal del quehacer cinematográfico, actualmente la totalidad de su staff, está compuesto por personas que tienen dicha formación.

Como cierre a esta presentación sobre una actividad de acercamiento a la investigación de un grupo de alumnos sin experiencia previa, debo destacar que el resultado a sido altamente satisfactorio ya que se pudo aunar la reflexión teórica con la implementación práctica sumado a que los resultados fueron no solo de utilidad informativa sino que permitieron a los alumnos un primer y profundo contacto con el mundo de su futura profesión a poco de haber ingresado a la carrera, lo cual ha resultado muy estimulante tanto para ellos como para quien esto escribe.

## Un taller creativo dentro de la universidad.

Fernando Lopez Bizcaíno y María Agustina Ramos

La experiencia de dictar clases de Diseño y Construcción de Calzado dentro de la carrera de Diseño de Indumentaria en la Universidad de Palermo, tiene para nosotros un gran significado y por otro lado, representa un gran desafío, ya que es la primera vez que se arma una experiencia de este tipo, a nivel universitario en la Argentina.

Es una experiencia única ya que dentro de nuestras clases, el alumno aprende a realizar un zapato comprendiendo y realizando él mismo, con sus propias manos, todos los pasos por los que debe pasar para llegar a tener el zapato terminado y listo para su uso.

Es una experiencia donde además de poder brindar todos los conocimientos que tenemos del oficio, nos permite apreciar el día a día de nuestros alumnos. Es un oficio donde siempre hay cosas nuevas para aprender, como en todos los oficios, y donde cada calzado es un nuevo desafío y aprendizaje tanto para el alumno como para nosotros. Es parte de nuestro crecimiento diario.

Por otro lado, como creemos que los zapatos no son un simple accesorio de la indumentaria, sino una pieza fundamental de la misma, se le da de esta manera una envergadura importante al desarrollo de esta disciplina artística industrial con un arraigo de muchísimos años en nuestro país.

El oficio del zapatero está teniendo gran auge en los tiempos en que nos toca vivir, donde se le está dando gran importancia y se está revalorizando lo artesanal, lo “hecho a mano”. Introducir un oficio dentro de una carrera universitaria de Diseño, nos permite poder probar e innovar en cuanto a técnicas, materiales y por sobre todas las cosas, en diseño. Esto les permite a los estudiantes descubrir como el diseño y la construcción de calzados están íntimamente ligados entre sí. Como sin el conocimiento del primero no podemos desarrollar el segundo y viceversa. Si no tenemos los elementos técnicos del oficio en sí, no podemos desarrollar el diseño hasta su máxima expresión.

Se dota a los alumnos de todas las herramientas técnicas necesarias para poder desarrollarse.

La base fundamental para el aprendizaje es, en principio, que el alumno se comprometa verdaderamente con el trabajo a realizar. De esta manera va a dominar la técnica del Diseño y la Construcción de Calzados.

La idea de incorporar estos conocimientos en el alumno es importante porque le brinda la posibilidad de introducir a su línea de ropa otro accesorio importante como es el calzado. Tal vez al incorporarse como diseñador en una empresa, puede diseñar zapatos para la misma. Y por último y creemos lo más importante, puede desarrollar su propia línea de calzado como alternativa comercial. Creemos que en el presente de nuestro país, donde la gente joven está estudiando Diseño de Indumentaria u otra carrera vinculada a la misma, es muy importante revalorizar la enseñanza de este oficio, ya que le brinda una alternativa de proyecto de trabajo creativo.

Hoy en día hay mucha gente que necesita de un oficio para poder vivir y lo aprende para poder subsistir. Pero también hay mucha gente y sobre todo gente joven, que le interesa aprender un oficio como hobby y como algo novedoso, y luego se da cuenta que es una alternativa comercial. Recordemos que este oficio con más de 2.500 años de antigüedad y creciendo constantemente de manera industrial, no deja de perder su esencia artesanal, especialmente en estos tiempos de alta tecnología en donde todo lo que nos rodea esta vinculado a lo digital. Construir un zapato con nuestras propias manos revaloriza al ser humano como tal.

Cuando hablamos de “revalorizar al ser humano” como tal, a raíz de que la Universidad de Palermo nos convoca para armar una carrera de Diseño y Construcción de Calzado, no solo destacamos el oficio, sino todo lo concerniente a lo técnico y profundizando los aspectos puntuales de esta profesión, abarcando los distintos campos desde los cuales se puede abordar el diseño y la construcción del calzado. Dentro de los mismos podemos encontrar el calzado social, el calzado ortopédico, el calzado teatral, el calzado de época, el calzado de trabajo, el calzado deportivo, etc.

No solo le damos importancia a la vinculación del oficio con lo técnico, sino que además se le dará igual énfasis al aspecto comercial, ya que de esta forma se capacita al alumno con los conocimientos necesarios para lograr un buen producto, destacando la calidad del mismo.