

Si podemos llenarnos de esta actitud de aprender, creo que parte de la batalla la hemos ganado y ningún inconveniente podrá hacer naufragar nuestras expectativas.

Sin embargo, como en una receta de cocina, todavía falta a mi juicio, un componente tan importante como los anteriores. No podremos cocinar cuando teniendo los ingredientes, nos falten las herramientas indispensables para realizar la tarea. Aprender, requiere un sistema, una manera de hacerlo. Con el tiempo, cada uno va elaborando su propio sistema de diseñar, pero inicialmente hay que aprenderlo.

Este punto es posiblemente el más difícil de analizar a mi juicio, ya que es un tema con ribetes bastante complejos. Mucho se ha escrito al respecto, no soy yo la persona más capacitada para hablar sobre el tema; pero sí creo que dadas las condiciones de permanente bombardeo y estimulación sensorial a la que nos hallamos expuestos, la multiplicidad de información y datos que recibimos a partir de los adelantos tecnológicos, la fugacidad y caducidad de lo que consumimos, la cantidad de nuevas significaciones y resignificaciones, cualquier sistema que usemos para diseñar, deberá:

- Estar metido y en contacto con la realidad concreta, social y profesional.
- Estar en contacto permanente con otras ramas de la producción artística en general. (Otras ramas del diseño, pintura, escultura, etc.)
- Estar en contacto con centros artísticos a nivel mundial, donde se marcan tendencias y se generan las producciones de vanguardia.
- Ser lo suficientemente flexible como para producir cambios rápidos acordes al ritmo que nos marcan los tiempos.
- Ser lo suficientemente dúctil, para adaptarse a diferentes grupos de alumnos y a diferentes individuos, ayudando a estimular las capacidades de cada uno.
- Ser activo, creativo, divertido, movilizador, energizante, continuo y activo.
- Que priorice y estimule el trabajo, como la forma más adecuada de recorrer un camino sabiendo que lo importante más que el producto final, es la aventura de haber empezado un proceso creativo.

No quiero acabar con estas reflexiones, sin coser lo dicho con la pregunta que formulamos al principio y que tiene que ver con nuestra actividad como docentes:

¿Si el alumno es el verdadero protagonista de esta obra, cuál es, entonces, nuestro papel? Somos acaso, meros extras o actores secundarios? (Uff, casi parece que volvimos al principio!!) Posiblemente, nuestro lugar este más cerca del de director. Aquella persona que conociendo en su totalidad la obra, es el puente para lograr que se manifieste la capacidad expresiva de los actores. Nos queda la tarea de ser herramienta útil para un proceso que es personal y dinámico. Nuestros alumnos, nos dan su confianza, pretenden que tenemos un saber que ellos no poseen. Creen, (que ilusos!!!) que a diseñar se aprende por ciencia infusa o arte de magia.

Tal vez, si nos compramos un sombrero y una varita, lo logremos. ¿Qué les parece?

Un juego profesional en el aula.

Marcelo Villar

Actuar como si

«Si actúas como un pensador, te convertirás en uno». (Eduard de Bono) ¹. Durante mi formación universitaria (Diseño Gráfico / UBA) todo el colchón teórico-cultural era coronado por una buena ejercitación, plasmada en una pieza gráfica. En el desarrollo de la carrera planteé dos grandes críticas: La primera, que se oponía fuertemente a mi personalidad, se relacionaba con la monotonía de las consignas y los temas comprendidos por las mismas, cuestión que sólo fue modificándose hacia el final de la cursada. Basta saber que uno comenzaba el primer año de carrera sabiendo en qué consistiría el primer ejercicio de diseño 3 (cuarto año), que trataría sobre diseñar tal o cual cosa y que sólo podía variar la marca, el museo, el teatro, etc., pero que el ejercicio era el mismo de siempre. Se podría pensar que el alumno llegaba así mejor preparado a dicha etapa, pero no. Por el contrario, sentía la pesada carga de la originalidad del diseño de las consignas y del diseño de su trabajo en sí, sólo sobre sus espaldas, cuando esta tarea debía ser compartida por alumnos y docentes.

La segunda crítica caminaba por la misma vereda y tenía que ver con que la mayoría de los ejercicios se alejaban bastante del mercado laboral al que esperaba insertarme. Estaba bien como desafío que uno de los ejercicios consistiera en generar la señalética para la abadía en dónde transcurre la historia del libro «El nombre de la rosa» de Humberto Eco, pero existían otros problemas más próximos a resolver, no tan utópicos. Además en los '80 el horizonte profesional era más tangible, atrevidamente más cercano. Había entonces allí mucha materia prima para la elaboración de las consignas.

«... lo que cuenta es la primera luz que enciendes, de ahí vienen todas las otras. Si equivocas la primera luz sigues rengueando durante toda la secuencia...» (Tonino Delli Colli) ²

Muchos años después me fui transformando en docente y decidí cambiar ésta situación.

Pretendía que mis asignaturas provocaran una reacción placentera en mis alumnos, por lo que elaboré detenidamente la consigna de cada uno de los ejercicios que les propondría. Logré muy buenos resultados que superaron gratamente mis expectativas, ya que no sólo respondían técnicamente al planteo o problema sino que además le agregaban, nada menos, que una cuota de creatividad.

Periódicamente fui testeando la aceptación de las consignas. La respuesta era positiva pero en los últimos años el nivel técnico fue descendiendo levemente, el creativo un poco más, y aparecieron algunas inquietudes en mis encuestas. La mayoría las dudas giraban en torno al método y a cuán profesional era el tratamiento de los ejercicios áulicos.

En este nuevo siglo y en mi área laboral, la cantidad de nuevos profesionales superó exageradamente a la demanda que el mercado ofrecía.

Profundizando mi sondeo detecté que esto provocaba desmotivación y por la misma perdían fuerza todos los proyectos.

Revisando la práctica de las materias que dicto, y desglosando lo planteado por sus protagonistas, comencé a generar un cambio profesionalizando la implementación de la misma,

sin olvidarme de adaptarla a la realidad actual.

Yo les propuse abiertamente este cambio pidiendo su aprobación, la misma fue unánime y les asigné la responsabilidad de exigirme y exigirse para concretarlo

Para ello acentué aspectos de la realización audiovisual de éstos tiempos simulando en el aula la resolución de casos con pocos recursos o casi sin ellos.

Debatimos y analizamos diferentes videos no solo los que yo propuse, sino también los que les inquietaban a ellos.

Les propuse que fueran ellos mismos quienes eligieran la marca, el producto o el servicio con el que trabajaríamos. Una vez elegido implementamos el sistema de brainstorming en la búsqueda del concepto a comunicar.

También fuimos variando el tipo de pieza a realizar, desplazándonos desde las publicitarias, institucionales, campañas de bien público hasta trailers de películas cinematográficas o los cortometrajes, en algunos casos fuera del ciclo lectivo.

Me involucré más en los grupos para ver de cerca cómo lo resolvían. Escuchando más que transmitiendo, sugiriendo opciones, algunas de ellas que iban más allá de la práctica, como por ejemplo nuevos nichos de mercado, algunos sitios para sus propuestas expresivas, fomentando la participación en concursos, aportando y colaborando en sus proyectos personales o extracurriculares, incentivándolos a visualizar más material audiovisual con un ojo un poco más crítico.

En algunos casos, la motivación fue tan fuerte, que en mi espacio de trabajo profesional pudieron hacer sus primeras experiencias los más osados y curiosos.

Particularmente en Taller de Creación IV, el relato publicitario, que dicto en la Facultad, reforcé éstos conceptos participando de los trabajos de otra forma, mucho más proactiva para mí y para ellos. Juego de profesor, cliente, director creativo de agencia y debo mutar de rol a rol en cada clase o varias veces en una misma. Este juego se traslada a cada integrante del grupo, uno es director, otro productor, director de arte, etc. con la responsabilidad profesional que ello implica, y allí nadie puede fallar porque fallaría el producto final. El juego de roles es perfecto, aún sin olvidarnos de «siempre comunicar» y de manejar conceptos y estilos definidos en las realizaciones.

Las etapas de preproducción son riquísimas ya que cada área (guión, locaciones, casting, fotografía, arte, vestuario) debe hacer su presentación lo más completa posible para justificarme y convencerme de la elección. Se produce así una fuerte sinergia que invade el aula en donde todos trabajan, proponen, discuten con el mismo objetivo final.

A una semana de este escrito, mis alumnos estarán enfrentándose a la última reunión de preproducción. La definitiva. Para esa instancia deberán presentarse como lo hiciera una productora ante una agencia de publicidad, con la exigente supervisión de un experimentado y ambicioso cliente. Lo harán mediante un material interactivo presentado por el asistente de dirección quien demostrará que se realizaron ya todos los cambios sugeridos o pedidos por el cliente en las anteriores reuniones. Allí también se presentará el cronograma de fechas de producción y posproducción que la pieza necesita desde ahora hasta la primera copia.

Sostengo con firmeza que la mejor propuesta para que participen es participando y para generar un cambio es cambiar uno mismo.

Hoy, octubre 2004, a punto de entrar en las semanas de producción con los diferentes grupos, estoy seguro y orgulloso

que a fin de año, podremos presentar 2 excelentes campañas, una publicitaria y otra de bien público, de altísimo nivel profesional y de la calidad de realización de cualquier productora del mercado.

Referencias

¹ Eduard de Bono (1985). Seis sombreros para pensar. Buenos Aires: Editorial Gránica, S. A.

² Tonino Delli Colli, Director de fotografía italiano.

Perfiles.

Alfredo Willimburgh

Introducción

Quienes están involucrados en el « mercado de la imagen» desde hace ya muchos años, hemos visto a través del tiempo como los cambios de tendencias, las necesidades de los medios y las empresas, la globalización de los conceptos y la comunicación evolucionaron al ritmo de las nuevas tecnologías. Esto provocó una necesidad - como en casi todas las profesiones - de seguir el ritmo vertiginoso de estos cambios.

Nos vemos obligados, como educadores, a transmitir estas vivencias a los profesionales del mañana. Esta exposición no pretende ser un instructivo, sino más bien una modesta guía de lo que deberían tener en su haber estos nuevos jugadores de la fotografía y la moda.

Lo que el mercado laboral exige de un profesional

Estamos insertos en un mercado siempre cambiante, exigente y que demanda resultados definitivos, en el menor tiempo posible, con la mejor calidad y al menor costo. Esto nos obliga a tener una capacidad de respuesta – ser responsables, prácticos y seguros- para cumplir con la encomienda del cliente.

La creatividad y la capacidad de resolución de los problemas de producción, realización, etc., son claves determinantes para sobrevivir a la competencia.

Estar al tanto de lo que se produce en otros ámbitos de la publicidad y producción de imágenes, nos irá aggiornando de las nuevas tendencias, en especial a lo que se refiere al mundo de la Moda. Las asistencias a desfiles, exposiciones, la revisión de revistas y libros de la especialidad, nos serán de suma utilidad.

Aquí la creatividad encontrará una fuente de inspiración a nuevas formas y procedimientos, pero inexcusablemente no se caerá en burdas y deshonestas copias. Defectos estos fácilmente detectable en el ámbito donde actuaremos profesionalmente.

Visión de futuro y exigencia de capacitación

Lo expuesto nos lleva como docentes, a poner en manos de los alumnos, luz para desarrollar su capacidad técnica y creativa. Poner a su alcance los conocimientos necesarios para que saquen el máximo provecho de su formación académica para una praxis impecable.

Para el año 2006 saldrán al campo los primeros profesionales universitarios de la fotografía, lo que implica una jerarquización de lo que fue otrora un oficio más, no muy distinto de los honrosos carpinteros, panaderos, etc.

La importancia entonces de estimular el orgullo y el entusiasmo hacia la profesión, es vital para lograr una formación integral del alumno que se destaque en el mercado, y que tenga sed de conocimientos para perfeccionarse a través