

actividades de expresión plástica y técnicas corporales; se utilizan diversos disparadores como videos, diapositivas, presentaciones power point; distintos periódicos del día; se implementan clases en las cuales la música y los sonidos son protagonistas.

Todas las técnicas tienen el objetivo de facilitar la apropiación del espacio de aprendizaje del marco teórico. Un estudiante no sólo aprende lo que nosotros elegimos como contenidos, también aprende de nuestras ganas, de nuestro coraje, de nuestra forma de encarar el camino de aprender, de nuestros gestos y nuestros valores, aprende actitud.

Es en cierto punto un ideal de la cátedra que sea un espacio compartido con otros docentes, ya que es en la multiplicidad de miradas en donde se puede enriquecer y ampliar la propia visión de la realidad, aunque sabemos que en la práctica no haya resultado facilitador.

### **Encuadre**

El encuadre es lo menos móvil del proceso de aprendizaje, no obstante, para poder invitarlos a apropiarse del mismo, muchas constantes las hacemos variables: modificamos el espacio físico, utilizamos diferentes disparadores en cada clase (videos, dinámicas, otros docentes invitados, presentaciones ppt, experiencias cotidianas, simulaciones, notas de diarios, etc. El encuadre que proponemos debe tener límites claros y flexibles.

De acuerdo a cada comisión, formamos subgrupos de trabajos, buscando la integración en base a la tarea y a los intereses más que a los grupos de pertenencia naturales.

Creemos que hemos podido hacer llegar claramente el mensaje, pero también sabemos que tenemos puntos débiles ya que no es éste el modo de aprender que se trae.

Algunas debilidades son fortalecer el vínculo con la tarea, que conozcan en profundidad el programa y sus posibles cambios, plantear comparaciones de posturas en comunicación más amplias, profundas y abiertas, mayor nivel de investigación, hacer más coherentes y pertinentes, mejorar la calidad de las evaluaciones y los trabajos prácticos que se les solicitan, incorporar aún más las experiencias que traen.

### **Nivel de asistencias y deserciones**

Es de destacar que el porcentaje de ausencias y presencias marca un grado de ausentismo muy bajo, los estudiantes tienen un 80 % de asistencia y el grado de compromiso aumenta significativamente en cuanto la cátedra va desarrollándose. También menciono que en el 2º cuatrimestre 2005, de 10 estudiantes, 7 se insertaron como pasantes de la UP, quizás haya aportado la cátedra en el sentido de apropiación del ámbito.

No obstante en muchas ocasiones es necesario desarrollar largas charlas con ellos para fundamentar nuestro método, nuestros objetivos y con el transcurrir de las clases se va logrando, creemos que es necesario explicitar el método ya que nuestras matrices de aprendizaje están conformadas por otro tipo de concepción de "alumno", de aprendizaje y de tarea.

### **Producciones**

Se pueden compartir algunos trabajos de estudiantes de muy alto nivel teórico y experiencial, tanto en la amplitud de la selección temática, como en la creatividad, compromiso y profundidad en que fueron tratados. Los estudiantes presentaron investigaciones sobre: Responsabilidad Social en los eventos, Eventos de Fin de Año de la Tribu Tsáchila de Ecuador, Cultura y comunicación en algunas Tribus Urbanas, Eventos para Integrar las personas con Necesidades Especiales. En sus producciones se puede constatar compromiso social, presencia de los propios intereses atravesados por lo que pudieron recibir desde los docentes de la cátedra.

La conclusión acerca del nivel de producciones es, para nosotros amplio y heterogéneo, en algunos casos fueron brillantes, en otros casos no pudimos llegar a elaborar una estrategia que acompañara a los estudiantes para manejarse con autonomía, sin tanta necesidad de control del docente y hubo trabajos pobres. De esta manera podemos suponer que se fue incorporando el valor de la diversidad, una mirada de la comunicación comprometida y transformadora de la realidad social, aparecen elementos que otorgan rasgos de identidad a los alumnos, ladrillos y bases para la creación de un profesional que no sólo está en la UP, sino que la habita.

## **Universidad, sociedad y mercado profesional Hacia la construcción de un modelo integrador**

Marcelo Ghio

Dentro del actual contexto económico y profesional, la profesión del Diseño se encuentra frente a la disolución de su paradigma.

La aparición de nuevos vehículos comunicacionales junto al avance de otras profesiones sobre áreas de incumbencia comunes, han contribuido a la destrucción de los límites autoimpuestos por la disciplina y obligado a una aceleración evolutiva de sus principios.

A menudo se cree que la tarea del diseñador se justifica por la sola demanda de una sociedad destinada a satisfacer las cotidianas necesidades de sus habitantes a través de objetos que garanticen su subsistencia. Un mundo de objetos facilitadores de la relación del hombre con su entorno, sumado a una correcta comunicación de las características de estos complementos confortables, podrían ser –tal vez- la causa/razón/motivo del auge de la disciplina del diseño a lo largo del siglo XX.

Al mismo tiempo, modelo pedagógico tradicional, enfocado a una visión enciclopedista, ha perdido efectividad en el contexto social actual. Y es en las disciplinas vinculadas al diseño donde este modelo evidencia una manifiesta insuficiencia, ya que la naturaleza de la actividad profesional que la enmarca requiere de un vínculo activo con la práctica y la producción industrial.

Hoy la tarea del Diseñador ha recuperado el amplio campo que en sus orígenes ocupaba, manifestándose

como una disciplina multidireccional.

La capacitación en el área abarca mucho más que la formación académica: la capacidad individual de experimentar y desarrollar las propias respuestas aparece como un aspecto crucial en la evolución que cada futuro profesional alcance.

Visto desde esa perspectiva, limitar el accionar del diseñador al abanico de posibilidades heredadas de una formación dirigida a cumplimentar los requerimientos básicos de una estructura pedagógica, implica anular la búsqueda individual de canales que permitan superar lo aprendido. La superación del dogma es la clave de un verdadero aprendizaje.

Por otra parte, la ubicación del estudiante en un rol que le es en gran medida desconocido -el de profesional- lo lleva a abandonar definitivamente una visión ingenua frente a la profesión. Abandonar el universo del observador informal, modificando el rol pasivo y ubicándose como generador activo de nuevos procesos que involucran producciones tanto objetuales como comunicacionales, para incluso recuperar el valor de vanguardia ideológica evitando ser participantes de una maquinaria comercial que lleva a producir más de lo mismo.

Y si el diseño no es sólo objetos, sino procesos, entonces tampoco es una práctica desvinculada de los asuntos de la cultura.

El diseño juega un rol vital en el simbolismo de las relaciones políticas y sociales, y en la representación de las identidades colectivas, de allí que surge la necesidad de explorar acerca de lo que se tiene para aportar, frente a una particular necesidad de una sistemática y estratégica mirada que el diseño puede ofrecer.

Diseño, después de todo, no es sólo acerca de producir objetos atractivos y efectivos. Los diseñadores están entrenados en analizar e imponer procesos, intercambios y vínculos entre consumidores y productos, clientes y servicios o, potencialmente, entre ciudadanos y Estado. Ellos son, o debieran serlo, analistas observando una gran escena, e identificando donde un objeto o un proceso impacta en la vida de los usuarios.

Entendiendo entonces que el mundo no se agota en una estructura objetual, la comunicación -en todas las formas imaginables- gobierna la vida del hombre moderno, estableciendo un universo simbólico que redefine permanentemente lo que percibimos como realidad, donde la apariencia de realidad es incluso más real que la vida misma. Massimo Vignelli comenta al respecto: "Nosotros decimos que el diseño es una profesión que resuelve problemas; pero las cosas no resuelven problemas en términos absolutos. Es siempre una interpretación de un problema: si miramos bien, no es la realidad lo que interviene en este negocio. Es sólo la interpretación de la realidad lo que realmente es real."

Los objetos producidos por la sociedad industrial carecen de sentido ante la ausencia de una estructura simbólica que sustente su razón de ser. Una vez satisfecha la necesidad primaria, nada justifica la producción de más objetos para una misma función; salvo que la dinámica del consumo así lo requiera. Y la lógica que gobierna esa dinámica dictamina que para una necesidad primaria ya no hay una sola respuesta ligada a la función primitiva: el mercado necesita crear

permanentemente demandas superadoras en las que el símbolo desplace al objeto.

El diseño (gráfico, industrial, arquitectónico, etc) participa así de un nuevo escenario que, en los tiempos actuales, dice priorizar la creatividad por sobre la función. Sin embargo, en términos de diseño, el concepto de creatividad también se redefine, a partir del aporte de valor a los objetos. La creatividad juega un papel diferenciador, capaz de sumarle a los objetos (desde su misma raíz) valor y sentido.

Ivan Chermayeff aporta una mirada complementaria sobre este tema; "Lo más importante que se puede hacer es no seguir lo que ya existe, sino liderar. Y pensar todas las cosas a través de sentir que se está haciendo lo mejor sin inhibiciones, y sin repetir lo que ya se hizo antes. Escapar de la trampa del estilo, de la repetición." El trabajo creativo requiere de un alto compromiso con el problema y una importante dosis de sentido común para establecer las pautas de desarrollo del mismo. La valoración del trabajo creativo está en su misma esencia, en su razón de ser, y la creatividad en diseño debe estar asociada a la calidad. Calidad en el producto, pero por sobre todo, como aporte a la calidad de vida de las personas. Y todos los involucrados en este proceso (desde los comitentes hasta los diseñadores) tienen la responsabilidad de satisfacer esta demanda.

El pensamiento de diseño adquiere hoy un alto valor, considerando su capacidad de ayudar a direccionar inversiones y a crear oportunidades de negocios. El carácter innovador de la disciplina, sumado a una visión multidisciplinaria, hacen del diseño uno de los motores fundamentales de la economía.

De este modo, comprender los alcances de la disciplina del diseño y su interacción con la industria, nos permite planificar con mayor precisión las futuras acciones destinadas a la producción y el crecimiento. "Buen diseño produce alto valor agregado a prácticamente todas las actividades, tanto puede ser diseño "mecánico" como parte integral del desarrollo de un producto -como el caso de Rolls-Royce-, o diseño "estético" que ilustre acerca de la forma y la función de un producto o servicio." Richard Turner, Group Marketing Director, Rolls-Royce.

Surge entonces la necesidad concreta de vincular la práctica del diseño con la educación, las instituciones y las empresas. Un nuevo modelo de acercamiento que permita a las empresas e instituciones trabajar junto a las universidades.

El programa Trabajos Reales para Clientes Reales que desarrolla la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo apunta a la consolidación de ese vínculo, respondiendo a las necesidades que instituciones públicas, asociaciones profesionales, organismos no gubernamentales y empresas tienen en el campo del diseño y la comunicación.

A través del programa, los alumnos participan en una práctica activa tutelada en el campo profesional, desde una mirada fresca y comprometida que satisface un doble propósito: responder a las demandas del contexto social en el que están inmersos y, al mismo tiempo, consolidar en la simulación de la práctica profesional los conocimientos adquiridos a lo largo de su formación en el

transcurso de su vida universitaria. La Sociedad Central de Arquitectos, la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Nación, la Dirección de Patrimonio del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y la empresa Zanella son sólo algunos ejemplos de las instituciones y empresas que participaron con excelentes resultados de este programa. La responsabilidad como profesionales conlleva en sí una gran carga de compromiso con lo que se hace, y en definitiva, un intento de superación permanente desde lo individual y proyectado hacia el conjunto. La valoración de la propia actividad sólo es posible a través de un proceso didáctico que cada involucrado debe llevar adelante. Desde esta posición los diseñadores se convierten en verdaderos educadores dentro de una sociedad carente en gran medida de conocimiento en la materia, avanzando dentro de un territorio que como estudiantes casi han dejado de lado: la autoevaluación permanente de su actividad.

El compromiso con lo que se hace supera el simple intercambio comercial de productos por dinero, la excelencia en el producto final debe ser un objetivo irrenunciable de la tarea del diseñador. La solución de un problema de diseño no se limita a la aplicación de una fórmula técnica a partir de la cual en forma lineal los problemas encuentran soluciones definitivas. La resolución del producto de diseño involucra no sólo aspectos comunicacionales sino también, éticos y estéticos. Conocer a fondo el contexto en el que deberá actuar el objeto producido y el público potencial al cual se dirige, no es una pérdida inútil de energía; es la base de la tarea del diseñador.

Finalmente la Universidad, a través de su compromiso con la calidad en la formación de sus estudiantes, se constituye en el puente vinculante entre el campo profesional y sus graduados, asumiendo su rol de activo participante en la construcción de una cultura social transformadora y representativa del espíritu de la época en la que desarrolla su actividad.

## **Contracorriente catódica Conexión estética en la enseñanza de realización televisiva**

Adrián Gillot

Muchos estudiantes de cine, hoy en día, se desvelan y se esfuerzan hacia la creación de determinados relatos en sus prácticas de realización en cortos de ficción y documental. Estos formatos están al aire en el cien por ciento de la oferta de contenidos televisivos; entre la ficción de los canales de aire habría que sumar los canales de cable, con su desarrollo de contenidos en especialización de realización de documentales.

Existe entonces, una vía de encuentro, voluntades y posiciones que estarían girando y proponiéndose aquí, en torno a una búsqueda de re-construcción de algunos géneros audiovisuales predeterminados ya, sobre un grado de competencia de los futuros realizadores. Y es en el ambiente académico donde se tiene que desarrollar una estrategia-de-aplicación para el desarrollo de esta

competencia; donde no sea solo una tarea de visualización de contenidos, sino que, a modo de decoupage, el formato sea sometido a la re-construcción y nacimiento de una nueva estética. Esto daría lugar, en alguna manera, a una especie de "nueva cinefilia", pero llevada a un ejercicio de comunicación de espectador de televisión, donde el juego y la estrategia pedagógica esté centrada en la intervención de los alumnos primero como espectadores, desglosando y revelando la línea del saber mirar la televisión, y por sobre todas las cosas saber leer el contenido televisivo, y por otro, la creación de un recorrido de miradas sobre distintos formatos: desde el magazine hasta los noticieros.

Bien es sabido, que los géneros se definen como estereotipos culturales, anclados en reglas precisas dentro de un determinado período cultural. La idea de un primer encuentro sobre un eje de logeo de lenguaje televisivo, es justamente el desarrollo de una estética basada en los caminos recorridos por géneros como la ficción y el documental dentro de la televisión.

Abrir y reconstruir distintos trayectos sobre conceptos que dan forma a la estética en los contenidos televisivos, -quebrando aquí la rígida red del género- es quizás una fuerte tarea de transformación, pero que se puede llegar a concretar, tomando como objetivo principal el "el saber leer" el escenario comunicativo de la elaboración audiovisual.

Estos parámetros, que van desde el diseño de programación en un canal, como así también desde el desarrollo de la imagen-marca de las distintas señales, donde se incorporan el desarrollo del diseño de edición no lineal de los programas, sientan bases de estética y porqué no de cultura. Un claro ejemplo de esto es la cuestión formal en que estaban desarrollados los programas de "informes especiales" en los '90, donde la edición era lineal a diferencia de como están armados hoy en día, así la construcción y el armado de estos programas exigen la inclusión de programas de desarrollo gráfico, 3d, y demás. Podríamos llegar a decir que el alcance y la comprensión de esta reconstrucción estética y cultural, tiene que incluir primero, ese eje unidireccional que mixtura programas de televisión-contenidos y audiencias-espectadores, formando un escenario multicultural que expanda un flujo narrativo audiovisual. Y está al alcance de nosotros la visualización de por ejemplo documentales con su marca propia: tal el caso de las producciones de la productora Cuatro Cabezas.

Y es en esa búsqueda estética, donde la construcción de estos formatos dan parte diario de una geografía visual siempre nueva.

Estos contenidos exploran territorios que van desde la gráfica -donde conviven estéticas que van desde el más desalmado David Carson o Hillman Curtis- hasta la marea-obligada-y-precisa del "retro", sin dejar pasar la contaminación circular de trayectos-texturas provenientes del diseño Web.

### **Televisión turbulencia**

Así las cosas, la identidad estética muchas veces está dada por el polo opuesto; propuestas en niveles de representación -como la puesta en escena y el montaje-despojados quizá, de experiencias no lineales y de