

Como docente trabajo en mi propia motivación cada día, la cual me cuesta encontrar en algunas ocasiones, por falta de estímulos externos, muchas veces. Para el docente también es poco motivador que en la búsqueda de las actividades que ayuden al alumno a incorporar de la mejor manera posible los conocimientos, no logren conectarse con sus propias inquietudes y que dependan de los objetivos que el profesor quiera ver alcanzados, por supuesto que también es función del docente hacer comprender a los alumnos lo importante que es ejercer la voluntad para concretar sus propias expectativas. Es real que a un alto porcentaje de los alumnos les cuesta mucho identificar sus propias expectativas, pero con el desarrollo de las diferentes actividades puedo llegar a vislumbrar el lugar que comienza a ocupar este aspecto en ellos. Si no lo logro con la totalidad sé que hay una cantidad de alumnos que conocen la importancia de cuestionarse y abordar sus propios cuestionamientos, Siempre hay un porcentaje que genera en el docente la motivación necesaria para seguir por el camino del autoconocimiento.

El interés mayor es incentivar al alumno a que pueda llegar a la autorrealización individual en su vida. Si ejercitan este mecanismo van a estar preparados para resolver diversas situaciones a lo largo de la misma. Para lograr una autorrealización en la vida se tienen en cuenta diversas necesidades, desde las fisiológicas, que se relacionan con las condiciones mínimas de subsistencia, como puede ser el alimento, la vivienda, necesidad de seguridad que se relaciona con la necesidad de preservación o conservación frente a factores de riesgo, y necesidades como tener un empleo, necesidades sociales, el hombre tiene una necesidad de agruparse o relacionarse formal e informalmente, familia, amigos, etc., necesidad de estima y reconocimiento de los demás, respeto, status, etc., y poder llegar a lograr los objetivos personales e individuales, a lograr la autorrealización personal, logrando autonomía, independencia y autocontrol. Este aspecto es demasiado abarcativo, tal vez pretencioso de mi parte, pero intento motivar a los alumnos a desarrollar una actitud reflexiva y de búsqueda de respuestas personales, que los ayude en el camino de su autorrealización personal en la vida. Considero que la función del docente no se cierra en brindar las herramientas necesarias para un exitoso desarrollo profesional, creo que dichas herramientas se tienen que poder trasladar o aplicar a todos los aspectos de la vida. Por este motivo trabajo en mi propia motivación y en la de mis alumnos cada día, este es el mejor camino, según mi opinión, para buscar en nuestro interior y encontrar respuestas identificatorias y auténticas.

Yo, tu... you tube

Guillermo Desimone

No puedo retirarme de la escena sin por lo menos comentar algo respecto de “esta especie de caja de Pandora contenedora de todos los vicios” que es a mi entender You Tube.

En principio me enteré de su existencia el mismo día en

el que sus dueños o creadores la vendieron a una empresa más grande y se convirtieron en ricos y famosos a la noche a la mañana.

La crónica que encontré en internet (Fuente: Vanguardia digital) dice más o menos esto:

La historia de You Tube está protagonizada por dos jóvenes navegantes y conocedores de “la red del ancho mundo”, Chad Hurley y el taiwanés Steve Chen, que en 2005, en un garaje de California (cuando no) concibieron y desarrollaron You Tube.

En poco menos de dos años escalaron muy alto, tanto como para llamar la atención de otros dos jóvenes, Sergey Brin, nacido en Rusia y Larry Page que años antes habían creado el buscador Google y que ahora existosos, luego de un desayuno en Denny’s, restaurante de comidas rápidas en Silicon Valley, decidieron comprar You Tube por 1.650 millones de dólares.

Así Hurley y Chen se convirtieron en millonarios habiendo salido de un garaje. Existen casos simpáticamente similares como el de los de fundadores de Silicon Valley, o el de Steve Jobs y Steve Wozniak, creadores de Apple.

You Tube desde entonces no para de crecer y de ser una fuente de ganancia hasta hoy sin precedentes.

Verdad o mentira, dinero real o virtual, esta historia es repetida y hasta necesaria. Los protagonistas siempre tienen que ser potencialmente perdedores o *nerds* o de raíces extranjeras o cualquier característica cuanto más extravagante mejor.

Claro que esta receta no se aplica sólo en este tipo de producto sino que es el modelo *american dream* por antonomasia (el chico camionero que se convierte en rey del *rock and roll*, el infante refugiado de guerra que en su adultez gana un *nóbel* de economía, etc.) Pero bueno, creo que esto último es mucho más largo de discernir y necesitaría académicos que me ilustraran y apuntalen al respecto.

Ahora, de lo que sí puedo esbozar algunas palabras es en cuanto al mensaje que contiene You Tube.

Encuentro dos líneas bien definidas. Por un lado hay material que ya ha sido publicado como video *clips*, programas de tv, películas etc. mucho de esto considerado profesional, y por otro lado existe material *amateur* como imitaciones, *karaoke*, videos del *bobby* haciendo piruetas, material en general bizarro, *bloopers*, etc.

En ambos casos la calidad técnica, gráfica, estética y auditiva es paupérrima siendo esto mucho más notorio en las piezas que no son profesionales.

La consigna de todos modos parece alentadora, cualquiera puede publicar su material y cualquiera que se conecte puede verlo.

Nadie cuestiona el mensaje que si bien es cierto que puede recibir adhesiones o improprios, lo publicado sigue allí, a la espera de ser descubierto.

Podés encontrar a Michael Jackson y a cientos de imitadores de cualquier latitud y etnia bailando Thriller o a cantantes como un tal Delfín cantándole a las torres gemelas que me deja perplejo. (“el Thriller indio” reproduciendo y copiando el tema y el video clip de Michael Jackson, por ejemplo es un caso que a mi entender que me deja tranquilo ya que puedo confirmar que hay gente que está mucho más quemada que yo).

Pero más allá de la chanza y a riesgo de ser considerado

dictador y déspota no creo que todo el mundo pueda hacer cualquier cosa y mucho menos en materia de comunicación.

No creo que cualquier persona sea Greenaway por el sólo hecho de tomar una cámara. Máxime si el medio en el cual se va a exhibir el material ofrece condiciones de reproducción muy poco profesional.

Encuentro en You Tube mucho material descartable desde lo comunicacional y un ciento por ciento de material desechable desde la reproducción técnica.

Sin embargo, para Marcelo Gallo, 25 años, estudiante avanzado de diseño gráfico en la UBA, el hecho de nivelar técnicamente hacia abajo, es decir reproducidos en baja calidad puede tener un costado positivo a la hora de destacar ideas, ya que el medio condiciona la calidad del audiovisual pero si un material es conceptualmente bueno hará la diferencia a favor de los contenidos de mayor jerarquía.

Para Hernán Carusso, 23 años, estudiante de efectos especiales es sólo un buscador de videos pero que te lleva a que involucre la imagen y el sonido dada la escasa calidad de reproducción.

Aníbal Huerta, 25 años, estudiante de cine y de diseño de imagen y sonido sostiene que You Tube es sólo un entretenimiento, desdramatizando toda discusión.

Mauricio Roncal, 30 años, diseñador de imagen y sonido UBA, editor profesional, dice que la globalización llega a la imagen y al sonido, banalizando algunos contenidos y mostrando al mundo imágenes que de otra manera no podrían ser vistas.

Consultando a muchos de mis alumnos he notado que una cierta tendencia proporcionalmente hacia las edades más bajas, es decir los alumnos de los primeros años que no se cuestionan el tema demasiado, ya que lo consideran un medio más de expresión desentendiéndose de calidad de imagen o de contenido.

“El celular y la verdad de la milanese”

Otro de los casos que por estos días se me ha planteado como interrogante es el de la información, imágenes fijas o en movimiento, capturadas por celular. Es interesante y es mucho más interesante observar y escuchar la percepción del usuario-generador de las mismas y que tienen que ver con la verosimilitud, con “lo real”, con “lo documental” o “testimonial”, es decir lisa y llanamente “la verdad”, de un hecho tomado en vivo.

Mi actividad profesional me enfrenta diariamente a imágenes de bajísima calidad tal vez 160 píxeles o 320 píxeles por 240 píxeles, tomadas por un celular que deber ser editadas y reproducidas hasta en alta definición o al menos a un mínimo de 720 por 576 píxeles. Incluso muchos videos ni siquiera están tomados con la referencia horizontal de 0-180 grados es decir pueden estar completamente torcidas a los grados que el “camarógrafo” se le ocurrió. Esto desde el punto de vista técnico.

Ahora bien, más allá de normalizar la toma también hay que ampliarla y por supuesto reencuadrarla. De más está decir que este proceso deteriora a tal punto las imágenes que en muchas ocasiones son “sólo manchas y algunos sonidos pseudo guturales”.

Sin embargo la mayoría de los alumnos y de muchos productores y de muchísimos usuarios coinciden am-

pliamente en que esa manera de mostrar las imágenes (borrosa, pixelada, y sonido paupérrimo) es la que las convierte en “creíbles”.

Tanta CNN, tanta guerra electrónica, tanto ataque quirúrgico hizo que “la toma bien” perdiera credibilidad.

Con esto se ha generado una nueva categorización del mensaje con sus propias reglas, sus modos de captura y exposición. Es un tema para estudiarlo y departir, de hecho ya se han generado algún que otro festival de video capturado por celular.

En fin, estamos en el comienzo de este camino que vaya a saber por qué sendero seguirá y es probable que mis palabras sean sólo resabios de un dinosaurio en busca de la belleza y que se resiste a desaparecer.

Las carreras de diseño en las universidades argentinas, una historia de los comienzos

Verónica Devalle

Las carreras de diseño en la Argentina reconocen, en tanto saber universitario, una serie de etapas que, al modo de capas arqueológicas, dan cuenta del crecimiento y las transformaciones del diseño en el país y los desafíos que actualmente presenta. Así, la primera, la carrera de Diseño de la Universidad Nacional de Cuyo, creada bajo el espíritu pionero de César Jannello en 1958, respondía a uno de los desafíos desarrollistas que consistía, entre otras cuestiones, en activar las economías regionales y emergentes. El diseño –sin todavía especialización gráfica, indumentaria, industrial- era una respuesta a un incipiente impulso industrialista y, en consecuencia, debía transformarse en la instancia superadora de las escuelas de artes y oficios. Ese fue su primer impulso hasta la llegada de sucesivas reformas curriculares tramitadas entre los años `70 y `80, cuando surgen las ramificaciones en industrial y gráfica.

Por su parte, la Universidad Nacional de La Plata, crea las carreras de Diseño Industrial y Diseño en Comunicación Visual, para el año 1963. Allí las figuras de Daniel Almeida Curth y Roberto Rollié son centrales e indican el fuerte compromiso que también tuvo el diseño en La Plata con un proyecto de crecimiento industrial. No es casual que en los programas y los estudios preliminares para la creación de ambas carreras, abundasen las citas y referencias al Royal College de Londres y a la Hochschule für Gestaltung de la ciudad de Ulm, Alemania donde Tomás Maldonado se desempeñaba como profesor (y luego a partir de 1964 como director). Tampoco es casual el énfasis puesto tanto en el proyecto como configurador de la especificidad del diseño como de la inflexión local que, por lo menos como discurso, presentan los diseños en la Universidad Nacional de La Plata. Efectivamente, siguiendo la misma línea que luego sistematizara Gui Bonsiepe en los años `80, los diseños –tempranamente- se preguntan por la factibilidad en una región en crecimiento (América Latina) pero con un claro perfil agroexportador. Hasta allí, y en la medida en que la economía reconocía mayoritariamente al mercado de producción de manufacturas como eje industrial, los servicios eran un complemento de la producción de