

producción meticulosa pueden garantizar un trabajo exitoso con tiempos de entrega puntuales y en forma, pues en esta “mesa taller”, no sólo se ha discutido de estética, de producto, de estrategias de venta, de indumentaria, peinados, accesorios y encuadres, además han debido ser responsables de *casting*, vestuario, maquillaje, *catering*, han sido utileros, electricistas, fotógrafos, asistentes, iluminadores, ordenanzas, editores y clientes, y por sobre todo alumnos que cumplieron con los objetivos propuestos, las consignas de entrega y el desafío de un trabajo práctico final. Los mismos alumnos que hace dos años atrás en su primera clase respondieron a la pregunta “qué es una fotografía” con la frase “es una imagen”, ahora debo decir, dominan ya un lenguaje.

Sigo en la cocina, comenzó a llover y me resisto a cerrar el ventanal desde donde ya salpican las gotas. Puedo decir que concluí, aunque seguramente estas palabras van a quedarse cortas, y cuando lo haga lo que voy a recordar es la lluvia mojando generosamente el piso de la cocina, la mesa de vidrio y mis pies mientras acabo esta última línea. Los autos que pasan hacen ese ruido a asfalto mojado, la brisa es más fuerte y más fresca. Una fotografía más.

Cómo acercar a los alumnos al campo profesional desde el inicio de sus carreras: experiencias de Introducción a la Investigación

Déborah Rozenbaum

A medida que los alumnos avanzan en su formación profesional comienzan a pensar cada vez con más frecuencia, seriedad y, hasta angustia, acerca de su futuro profesional.

Ese futuro tantas veces soñado e imaginado les empieza a generar la incertidumbre propia de lo desconocido. Muchas veces las ilusiones y expectativas con las ingresaron a las carreras se ven reforzadas o transformadas, dependiendo de cada caso, de acuerdo a la manera en que fueron transitando sus cursadas y a la forma en que se fueron acercando al conocimiento y descubrimiento de los saberes de la disciplina.

La transformación de las expectativas es, en determinadas ocasiones, un hecho positivo producto de haber transitado por caminos y especializaciones no conocidas al ingresar en los primeros años, que les resultan más atractivas o gratificantes que las imaginadas.

Pero otras veces esa transformación tiene que ver con el acercamiento a un campo y a una realidad desconocidos, en el que no pueden ver como aplicar todo el bagaje de conocimientos teóricos adquiridos a lo largo de sus 3 ó 4 años de formación universitaria. Esa dificultad para tratar de aplicar tanta teoría en la práctica, se confunde muchas veces con una desilusión acerca de la profesión elegida.

Como formadores de profesionales, tenemos la tarea, no sólo de transmitir conocimientos, sino de tratar, continuamente, de que los alumnos visualicen la aplicación de los mismos. Si sólo nos limitáramos a “pasar” teo-

rías, estaríamos formando, en el mejor de los casos, manuales o enciclopedias en lugar de profesionales.

La característica y diferencia entre un profesional del diseño y un operador de programas gráficos (que muchas veces se convierten en competencia en el mercado laboral) es la posibilidad y capacidad que tienen los primeros de aplicar respuestas correctas y creativas a diferentes situaciones o problemas en lugar de aplicar “recetas prefabricadas o de moda” sin tener en cuenta su contexto de inserción.

Ante esta realidad e inquietud propuse para la materia Introducción a la Investigación, como tema para la comisión a las industrias creativas.

Esta materia se enmarca dentro de la línea de desarrollo profesional y propone para todas las comisiones cursantes la realización de una investigación a lo largo de todo el cuatrimestre, que culmina en su presentación formal, dentro de la “Semana de Proyectos Jóvenes de Investigación”.

El objetivo de la elección temática tuvo que ver con este acercamiento que, creo yo, hace falta entre la formación y el campo profesional, aún desde los primeros años de la carrera.

Los alumnos debieron trabajar sobre una realidad concreta, actual y cercana a ellos. La posibilidad de acercamiento y de contacto con el objeto de investigación, genera resultados más eficaces y comprometidos que con objetos o realidades inalcanzables. Por otra parte, permite el acercamiento a la vida profesional a partir de la visualización de experiencias y aplicaciones concretas de la actividad.

La temática tiene su justificación en el auge y el impulso que este tipo de empresas generó en el desarrollo tanto del diseño como de la economía local en los últimos años.

A partir de la crisis de 2001, muchos profesionales debieron buscar salidas creativas para hacerle frente a la falta de empleo o de salida laboral a través de los medios tradicionales.

Gran cantidad de personas, entre ellos muchas dedicadas al diseño, encontraron salidas creativas para hacer frente a una situación laboral desfavorable. La diferenciación y la creatividad fueron las premisas de las nuevas microempresas (muchas surgidas como autoempleos).

Mariel Fitz Patrick, en su artículo: La creatividad como base del negocio (publicado en Revista Pymes, Septiembre 04, Nº 30) define a las industrias creativas: “(...) Incluyen todas las actividades en las que el producto o servicio contiene un elemento artístico o creativo importante: desde la fabricación de mobiliario, objetos de decoración, indumentaria y accesorios hasta el diseño gráfico, la publicidad, la producción audiovisual, la arquitectura y el arte en general”.

Esta nueva tendencia, que ya se ha convertido en parte de la economía formal y que tiene mucho protagonismo (principalmente en algunos barrios porteños como Palermo) es una realidad que incluye y abarca a muchas de las disciplinas de diseño que forman parte de la comunidad de la Universidad de Palermo.

A partir de este punto, y con una realidad concreta frente a ellos, cada grupo de alumnos debía comenzar su propio proceso de investigación.

Lo interesante de la temática, más allá de su vigencia y actualidad, tiene que ver por un lado con la visualización y comprensión de los alumnos de posibilidades reales y no tradicionales de la aplicación de sus futuros conocimientos y, por otro lado, de la comprensión de que todas las dificultades pueden ser atravesadas si se tiene la formación y tenacidad necesarias.

Muchos de los productos y servicios ofrecidos por las llamadas “industrias creativas” son fruto de necesidades, múltiples pruebas, experimentaciones, recorridos por caminos tradicionales que hicieron llegar a una solución no convencional, fracasos anteriores...

La necesidad (económica, de cambios personales, laborales, etc.) hizo que aparezca respuestas creativas para problemas o necesidades comunes, por parte de profesionales (gran parte de ellos del área del diseño) que encontraron nuevas posibilidades y caminos en su actividad profesional. Muchos debieron aprender y anexar a sus conocimientos, nuevas habilidades, y muchos otros, debieron acudir en busca de ayuda a disciplinas vecinas o complementarias a las suyas, para terminar de encontrar la nueva solución.

Lo importante e interesante de la temática tiene que ver con la toma de conciencia por parte de los alumnos de su propia responsabilidad y posibilidad de hacerse su propio camino. Es importante que comprendan la importancia de su compromiso: dentro del ámbito universitario son ellos los responsables de su propia formación, y los docentes sólo sus guías y acompañantes a lo largo del camino.

De la misma manera en su futura vida profesional van a ser ellos los responsables de sus logros y fracasos, de la búsqueda de nuevas soluciones, del encuentro con ellos mismos como profesionales.

Deben saber que siempre hay nuevas posibilidades, cuando se las sabe buscar, y que su formación universitaria no es un fin en sí mismo, sino una elección que se hace diariamente y que influye en la manera en que cada uno decide transitar su vida: el título es sólo el punto de partida para el camino que cada uno de ellos va a construir.

La utilización de la imagen como estrategia docente: de la curiosidad ingenua a la curiosidad epistemológica

Gabriela Sagristani

“El hecho de que la vista llegue antes que el habla y que las palabras nunca cubran por completo la función de la vista, no implica que esta sea una pura reacción mecánica a ciertos estímulos (solo cabe pensar de esta manera si aislamos una pequeña parte del proceso, la que afecta a los sentidos. Solamente vemos aquellos que miramos y mirar es un acto voluntario. Lo que sabemos o lo que creemos afecta el modo en que vemos las cosas.”¹

Con estas reflexiones, John Berger, comienza uno de sus más destacados ensayos en relación a la función y usos de la imagen, “Modos de Ver” plantea desde un enfoque antirreduccionista las comparaciones entre la función sociocultural del arte en el pasado y la publicidad en el

presente, como así también las condiciones impuestas a la “manera de ver” por las nuevas tecnologías y los medios de comunicación de masas. En este sentido nuestra visión esta en continua actividad y movimiento aprendiendo continuamente ya que nunca miramos solo una cosa, sino la relación entre las cosas y nosotros mismos.

El siguiente trabajo, esboza una apreciación, sobre la utilización de la imagen, en sus diferentes soportes (cine, televisión, video, fotografía, obra artística, etc.), como así también su respectiva utilización en el proceso de aprendizaje.

No obstante y en primer término quisiera desandar ciertas segregaciones o preconcepciones que se han venido tejiendo históricamente en relación a las imágenes, específicamente en cuanto a la incorporación de obras de arte en el espacio de aprendizaje académico.

Por un lado hemos aprendido que el lugar de las artes es el espacio de la expresión, creación y libertad, esta construcción trajo aparejado la afirmación de que en ese espacio no existe la posibilidad de comprender críticamente el hecho estético, es decir su comprensión no pasaría por una relación interpretativa en la que se ven involucrados códigos visuales, lenguajes y marcos culturales, sino más bien que parecería depender de un cierto atributo, sensibilidad particular o predisposición natural para comprender el mensaje del “artista-genio”, de aquí que históricamente la obra de arte no tenía que ser entendida sino admirada.

Por otra parte, esta perspectiva académica, no ha alentado a desarrollar en particular una mirada sobre las producciones estéticas, sino que por el contrario han situado al estudiante en un rol pasivo de recepción de la imagen. Es sabido que la pasividad como así también el rol del espectador han sido cuestionados desde principios del siglo XX, de la mano de la crisis en la definición del arte que acarrearán las vanguardias artísticas, específicamente en la asignación activa del espectador. De este modo dejaron planteado no solo otras concepciones en relación al sistema artístico sino que manifestaron características vinculadas con las nociones de interpretación y comunicación.

Otro de los usos habituales de las imágenes, en la enseñanza, es el de ser utilizadas mayoritariamente como meras ilustraciones al servicio del texto escrito, subordinada a las palabras o a otras asignatura. De este modo la imagen se vio coartada de posibles lecturas y de establecer puentes y nexos entre el ojo del creador y el actual receptor de la misma. Solo en cambio si somos capaces de ver el presente con la suficiente claridad podremos serlo también para plantearnos los interrogantes adecuados sobre el pasado. En este sentido, la imagen nos ofrece un testimonio directo y preciso del pasado, del mundo que rodeó a otras personas en otras épocas, con esto no quiero negar las capacidades imaginativas del arte u ofrecerlo como mera prueba documental sino por el contrario reformular que aún cuanto más imaginativa es una obra, mayor es la profundidad con la que nos permite compartir la experiencia que el artista tuvo de lo visible. El hecho de que la vista llegue antes que el habla sin lugar a duda fue una de las principales cuestiones que contribuyó a mantener este posicionamiento. Posteriormente y como señala J. Berger hemos reconocido que aunque toda imagen encarna un