

con diversos juegos para quedarnos sólo con uno, el que naturalmente más se asemeje.

Así una lista de conceptos podría volverse similar a un juego de enlistar, un procedimiento ser el equivalente a un juego de enumerar y una simple definición pasar a ser una adivinanza intrigante.

Como verán los docentes tenemos la gran posibilidad de hacer “trampa”, podemos obtener de un solo juego, o de un sólo contenido, unas cuantas variantes más.

Es interesante, además de la elección del camino a recorrer en la creación y recreación del juego, detenerse también en el momento de la clase que se elegirá para aplicarlo.

Incluir un juego en su inicio, genera una atmósfera ideal para realizar un diagnóstico de situación. La mitad de la clase, en cambio, presenta un ambiente propicio para enseñar nuevos contenidos. Es contrastante con la posibilidad de repasar o de evaluar contenidos ya enseñados, invitación que se presenta hacia el cierre de la clase. Una clase que con los juegos se abre en muchas otras más.

Ese oscuro objeto de estudio

Lorena Cancela

Frecuentemente se escucha en los programas de cine comentarios como: “Más que al Scorsese de Los ilustros, prefiero el de *Taxi Driver*, o “Scorsese no llega a lograr lo que consiguió con Buenos Muchachos”, por dar dos ejemplos. Evidentemente, estamos aquí frente a uno de los momentos más cuestionados de la actividad del comentarista: el de valorar a las películas. En algunos casos esos axiomas se traducen además en símbolos y cantidades: estrellas, instrumentos, maníes, pochoclos dependiendo del medio en cuestión. Dos de los críticos de cine más renombrados de Estados Unidos, Roger Ebert y Richard Roeper, utilizan pulgares (para arriba o para abajo) al momento de recomendar, o no, una película.

Claro que la valoración se manifiesta también a través del adjetivo, y existe toda una tradición al respecto dentro del género de la crónica cinematográfica. Es verosímil, al menos en la Argentina, describir las películas con adjetivos como linda, querible, buena, mala, violenta, maravillosa. En el País del Norte se usan palabras como sensacional, controvertida.

Pero, ¿Sólo los críticos “valoran” las películas? En algunas oportunidades se escucha que los mismos cineastas son, a veces, mucho más calificativos que aquellos con la obra de sus colegas. Y a veces esa apreciación no es exactamente positiva. Aunque a diferencia de las declaraciones del crítico, esas vociferaciones suelen quedar en los pasillos o tienen lugar en charlas informales y carecen del sesgo público y social que une a un texto o comentario con el nombre de su autor.

¿Por qué al crítico “no se le perdona” que valore negativamente a un film y al realizador no sólo se lo perdona sino que muchas veces se lo admira cuando habla “mal” de una película? Los cineastas, ¿No adjetivan también las películas? La respuesta a este asunto no puede ser

otra que entender al juicio como un acto cultural ligado con la moral y el gusto, sobre este último ya nos hemos explayado.

Entonces ¿Cuál es el objeto de estudio de la crítica, tan cuestionada actividad? ¿Qué mejor manera de explicarlo que refiriéndonos a *La ventana indiscreta* (1954, Hitchcock)!? Aquí James Stewart (Jeffries) está temporalmente inmovilizado por un accidente de trabajo y por lo tanto invierte la mayor parte de su tiempo en mirar por la ventana. Se ha homologado la situación de estar quieto y mirando con la del espectador (Daney, Deleuze) y no insistiremos en ello. Jeffries mira y en un momento dilucida que en uno de los departamentos de enfrente se cometió un homicidio.

Y son sus conjeturas, además de los juegos eróticos con su novia Lisa, los verdaderos protagonistas de la película pues ésta no confirma hasta el desenlace el asesinato, y aún así nunca lo vemos en campo ¿Por qué? Porque en esta película importa más ver a Jeffries interpretar que lo que él está interpretando.

Algo de esto se pone en juego en la actividad crítica o analítica. A tono con una idea metziana, entendemos que muchas veces la el análisis se separa de la realidad a la que se refiere porque tiene como objeto de su afecto a un film (la relación entre la película y lo que el espectador construye en su mente), y como éste depende de cada persona por eso puede ser aprehendido, comprendido y leído de manera diversa.

Así, la película funciona para el crítico igual que el asesinato funciona para el fotógrafo: fantasmagóricamente. Algo que es y al mismo tiempo no es porque se desarrolla más en su mente que en otro lado. Si en *La ventana indiscreta* se constata empíricamente el homicidio es, fundamentalmente, por el verosímil de Hollywood de ese momento y no porque lo fáctico del crimen sea lo trascendente.

Esto explica también porque las respuestas frente a una misma obra son, y Eco lo visualizó con claridad cuando definió a la suya abierta, variadas, incluso contradictorias. Explica porqué en ciertas circunstancias vemos determinadas cosas y a veces otras. Y el crítico, a pesar de saber esto, debe poder trazar un puente cognitivo entre sus fantasmas y lo que ve. Sin olvidar que sería conveniente que toda reseña, ensayo o crítica cultural esté encabezada por las palabras del cineasta chileno Raúl Ruiz: “Yo nunca supe distinguir entre una buena película y una mala”.

Referencia bibliográfica

- Ruiz, Raúl (2000) *Poética del cine*. Santiago de Chile: Sudamericana.

La carrera de Dirección de Arte Publicitario en la Universidad de Palermo hoy

Adrián H. Candelmi

Decíamos en febrero de 2001, en ocasión de presentar públicamente el proyecto de la carrera de Dirección de Arte Publicitario, que el mismo constituía, “además de

un desafío profesional y personal, un ejercicio intelectual apasionante y un aporte concreto a una demanda efectiva de la actividad publicitaria”.

A fines de 2007, con la carrera ya aprobada por el Ministerio de Educación y en pleno dictado de su primer año, fui convocado por el Decano de la Facultad de Diseño y Comunicación, Lic. Oscar Echevarría, para realizar la Coordinación Académica de la misma.

El primer paso de lo hecho durante 2008 fue establecer una dinámica de trabajo que se vinculara adecuadamente al proyecto educativo general de la Facultad (que contempla la labor de docentes que ya pertenecen a la institución y la articulación de materias comunes a varias carreras).

En sucesivas reuniones con el Decano, se trazó el plan general de actividades para este año. De lo hecho hasta ahora, podemos resumir:

1. Reorganización general de programas, contenidos, exámenes finales y estructura académica de la carrera: en muchos casos, hubo que actualizar enfoques y consignas; en otros directamente replantear las materias y por sobre todas las cosas, se trabajó para que los contenidos de las cursadas y los trabajos prácticos finales fueran específicos de cada materia y no se superpusieran con los de otras asignaturas de la carrera (de otras materias de posibles carreras que los alumnos quisieran cursar una vez terminada la actual).

2. Trabajo con los docentes: Aunque todavía resulte difícil que sea reconocido como corresponde y por quienes corresponde, el perfil del docente UP es tal vez el factor diferencial (por excelencia, dedicación y compromiso con el alumno y con la institución), con respecto a ofertas académicas similares. En este caso, juntos realizamos un fluido intercambio, tratando de consolidar aquellas propuestas ya enfocadas y de reorientar las que debían marcar el nuevo pulso (e impulso) de la carrera. Reuniones individuales, intercambio de documentos, materiales, consignas y opiniones y (hasta) una reunión de área (¡muy positiva!) (con la participación del Decano), de a poco han ido generando una estructura académica muy interesante.

Es para destacar la predisposición de cada uno de los docentes convocados (¡gracias!), quienes entendieron que su tarea era fundamental para sentar las bases correctas y concretas para una carrera joven, audaz, creativa y sobre todo con la necesidad de ser dinámica y adaptable a las nuevas tendencias y formatos profesionales.

3. Presencia en el Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008: esto se efectivizó de dos maneras diferentes. Por un lado, se diseñó (junto a Violeta Szeps) (dentro de la oferta de charlas, cursos, muestras y talleres que propone el Encuentro), un “recorrido” orientado a la creatividad publicitaria en general y a la dirección de arte publicitario en particular. La idea es que a partir de ahora, la publicidad, “la oveja negra” (así se la caricaturizó en las piezas de de difusión) de la comunicación (por su “fin de lucro absoluto y su maligna manipulación de las mentes de las personas hacia el consumismo total”) (sic, sic, sic) esté presente con un capítulo propio dentro del mismo.

Y por otro lado se llevó a cabo un *workshop* (“Almacén de Ideas Creativas”) que convocó en la primera de sus

tres jornadas a más de 140 personas quienes trabajaron creativamente en grupos “latinoamericanos” (un integrante de cada país presente), que hizo que las personas que acudieron en la segunda jornada (aproximadamente 80) trabajaran creativamente cuerpo y mente (gracias al aporte de una querida ex alumna, la Lic. en Publicidad Roxana Rodríguez, hoy trapecista y docente de circo) y que en la tercera cerró con las propuestas desarrolladas para una campaña promoviendo la creatividad joven y latina ¿Un slogan? “Bienvenidos a CreAmérica...”

4. Espacio AuLa cReaTiVa: Con los alumnos que cursan la especialización en Creatividad (material que recibe el nombre de Empresas I y II pero que a partir del próximo año recibirá alumnos de Dirección de Arte I y II) se realizó una ambientación creativa de un aula del nuevo edificio de la UP (Ecuador 933).

El aula, especialmente acondicionada para experiencias creativas, clases dinámicas y charlas con invitados especiales, cuenta con un aparato de TV de 29 pulgadas, dvd con home theatre, almohadones, alfombras...

Como experiencia inaugural hemos contado con la visita de la gente del Diario Clarín, presentando el Premio a la Creatividad, con resultados muy positivos.

Quedan muchas cosas por hacer todavía. El cierre de año tendrá la primera participación de los alumnos de la carrera de Dirección de Arte Publicitario en Creatividad Palermo (las muestras pre-examen) de la producción creativa publicitaria de los estudiantes de Diseño y Comunicación.

Y para 2009, varios proyectos tendientes a consolidar aún más lo hecho hasta ahora. Por parte de la facultad, cumpliendo un viejo sueño e instalando ya el Laboratorio Mac (con la tecnología de uso profesional en las mejores agencias y estudios de todo el mundo). Y por parte de alumnos y docentes (aquí también me incluyo), tratando de hacer cada día más y mejores aportes a la disciplina que nos implica.

Por último, un agradecimiento especial a los docentes que durante este año han contribuido al (re) nacimiento del área: Alfio Maccari, Marcelo Cabot, Lorena Macchiavelli, Virginia Janza, Carolina Bongarrá, Yamila Grandi, Sofía Palladino, Flavia Vecelio Reane, Horacio Miguel, Adriana Grinberg, Beatriz Matteo, Pablo Fichera, Mauricio Pavón, Jimena Toledo, Alejandro Enricci, Martín Fridman y Claudia López Neglia.

“Amo las limitaciones, porque son la causa de la inspiración”. (Susan Sontag)

Integración de los conocimientos académicos. Rol de la interfase en la articulación de contenidos

Fernando G. Caniza

Una vez escuché en los pasillos de la facultad, de parte de un alumno de diseño industrial, la siguiente frase: “Ahora me tengo que inscribir en las materias culturales. Son las optativas”. Ese comentario, pero especialmente su tono de voz que asumía lo “cultural” casi como una fatalidad, me dejó pensativo ¿Acaso la cultura