

copien sobre sus apuntes los ejemplos dados en cada clase.

Desde mi profesión de periodista y locutora, me animo a decir a modo de conclusión que con tanta tecnología existente y con la posibilidad de manipularla aplicándola en todas las carreras, nadie triunfa si no sabe expresarse. Es ahí cuando digo que siempre podemos volver atrás y reparar errores, escribir un relato y luego volver a escribirlo cambiando conceptos, podemos llenar de epígrafes las imágenes, pero hay algo que aprendí y que me gusta transmitirlo siempre: una palabra utilizada en el momento justo vale más que mil imágenes juntas.

## **Crisis de cine argentino, un cambio de perspectiva**

**Pablo Del Teso**

Más de una vez he escuchado a mis colegas comentando acerca de las razones por las que el cine argentino se encuentra en crisis. Las explicaciones apuntan a la desleal competencia de EE.UU.; a algunos distribuidores que tienen muchas excusas y poca estrategia; al INCAA y sus políticas; a algunos críticos; a algunas salas que implacablemente bajan de cartel las películas argentinas, etc. Estas quejas parecen creíbles pero hay otra que llama mi atención. Algunos hablan de una especie de “boicot” del público que, sin importar cuántas películas produzcamos o cuántos premios ganemos, parece empeñado en ignorar sistemáticamente al cine argentino. Aquí comienzan mis sospechas. Puedo creer que diferentes intereses sectoriales “confabulen” en contra del cine argentino por la causa que sea. Pero ¿El público también? ¿No será mucho? Quizás la explicación esté en que partimos de un supuesto erróneo: que el público “debería” ver cine argentino. En consecuencia, los distribuidores y los exhibidores “deberían” estar de nuestro lado. Ciertamente esto beneficiaría a todos; ¿Qué mejor que tener una industria que de trabajo a miles de artistas y técnicos, nos permita tener nuestra propia voz? Desgraciadamente la realidad suele empeñarse en no siempre ser lo que “debería”. Por eso, resultaría útil reflexionar acerca de por qué lo que debería ser, no es. Quizás el error sea que estamos viendo la situación desde la perspectiva del “creador” de cine. Como consultor de desarrollo de proyectos, a menudo propongo a mis clientes un ejercicio que ayuda a ver aspectos de nuestra profesión que no siempre tenemos en cuenta. Hagamos un viaje desde nuestra cabeza hacia la de un espectador. Estamos en la fila del cine y vamos a invertir dos cosas que no nos sobran: tiempo y dinero ¿Qué buscamos a cambio? ¿Hacerle un favor al director? ¿Hacerle un favor al cine argentino? Difícilmente. Dado que somos quienes pagamos, esperamos ser nosotros quienes recibimos un servicio ¿Cuál es ese servicio? Un concepto pocas veces comprendido: entretenimiento. Para entender este concepto debemos tomarlo en un sentido amplio. Para algunos significa relajarse del estrés, reírse o ver fabulosos efectos especiales. Para otros, reflexionar sobre un tema, disfrutar de una magnífica actuación, o un

guión con varios niveles de lectura. Y para la mayoría será una combinación de estos y otros factores. Ahora bien, ¿Dónde vamos a buscar entretenimiento? En las películas cuyos creadores se tomaron el trabajo de viajar hasta nuestra cabeza para saber qué nos interesa y cuyos distribuidores se preguntaron cuál es el concepto más atractivo para nosotros (el público) y cómo comunicarlo más eficientemente.

Si tenemos en mente esta imagen desde que comenzamos a desarrollar nuestro proyecto, empezaremos a hacer películas más interesantes para el público. Sólo debemos elegir qué segmento de ese público es el que nos interesa. Si es el segmento que busca ver efectos especiales, cargaremos a nuestra película con muchas explosiones. Pero si no es ese el cine que queremos hacer, podemos apuntar a ese otro público que quiere que le cuenten una buena historia. Si empezamos a pensar en el público, éste querrá ir a ver nuestras películas. No por un ataque de patriotismo, sino porque va recibir algo de valor a cambio de su tiempo y su dinero. Y cuando miles de espectadores quieren ir a ver una película, muchos de los que no están de nuestro lado, comienzan a querer estarlo. Si hiciéramos este ejercicio quizás llegaríamos a la temible conclusión de que no todos los malos son tan malos. Algunos simplemente tienen sus propios intereses y, con justa razón, no creen que “deban” hacernos un favor. Quizás si hacemos películas para el público y seguimos luchando por condiciones justas de mercado, se comenzaría a revertir de a poco la crisis del cine argentino.

## **Una nueva experiencia**

**Carla Desiderio**

El diseño ofrece amplias posibilidades, sea cual fuere la vertiente, nos permite llevar a cabo diversas funciones, opciones de caminos a seguir.

Un camino sumamente enriquecedor es la docencia, el cual elegí hace varios años, y en el que experimento variadas inquietudes y vivencias; lo transito junto con otros caminos paralelos.

En estos años como docente es la primera vez que comparto la experiencia áulica cotidiana, el “clase a clase”, con un colega.

Por supuesto que diseño de programas, planificaciones, elección de contenidos y otros es una tarea en equipo, pero nunca participé en un equipo en cuanto a mi tarea específica en el aula.

También es novedoso el formar parte de una carrera que es nueva en la Facultad, Diseño de Joyas, que tiene elementos en común con el área de diseño en el cual me desarrollo, el Diseño de Modas, pero es un rubro con muchas novedades para mí.

Es importante comprender que el eje es el diseño en sí, la metodología, es la misma sea cual fuere la carrera de diseño.

Pero cada uno de los diseños tiene sus especificaciones técnicas, materialidades posibles a utilizar, pasos a seguir en la construcción de las piezas, herramientas y maquinarias, tendencias y novedades del área.