

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.

Compartir las vivencias laborales y de vida con un profesional de otro rubro, significa interactuar y armar una cursada en la cual se tiene que lograr combinar ambas experiencias, las personales y las del colega, y a su vez lograr congeniar los códigos de cada especialidad.

No ha sido, ni es aún, sencilla esta tarea, pero me encuentro ante el desafío de participar en la formación de alumnos que tienen objetivos diferentes a los de la carrera de modas, a su vez, me encuentro con alumnos de otra carrera, Diseño Industrial, ya que la materia en la que participo es una opción de asignatura electiva.

Me encuentro también ante un mix de nuevas experiencias, admito que me gustan los desafíos, una mezcla de necesidades diferentes en lo que respecta a los alumnos.

Con características bien diferenciadas por carrera, con intereses técnicos bien marcados,

y con expectativas ante el docente porque él mismo comparta sus experiencias laborales, y sus resoluciones ante algunos problemas.

El alumno de modas, al principio de su carrera, no está demasiado pendiente por las resoluciones tecnológicas y funcionales; por supuesto que a medida que avanza en su formación, estos temas comienzan a aparecer y a ser producto de experimentación, esta es una característica que los diferencia con los alumnos que forman parte de las carreras de joyería e industrial, ya que se ven interesados en estos temas desde el comienzo de la cursada.

Es muy enriquecedor observar y poder concluir en que los principios y fundamentos del diseño son los mismos para todos, esto no es novedoso, lo sé, pero es bueno vivir la experiencia de compartir conocimientos e inquietudes con colegas de un área que no es específicamente en la que me desarrollé hasta el momento, lo cual es una tarea diaria.

Repito que es un desafío personal el formar parte de una nueva carrera en la facultad, de trabajar para ello y compartir las experiencias cotidianas de clase con un docente colega.

Las inquietudes de los diversos y variados alumnos en tanto formación, edades y culturas hacen que esté pendiente de lograr nivelar ejercicios, que puedan llegar a interesar y a cubrir las expectativas de cada uno de ellos, o al menos a la mayoría.

Compartir experiencias es enriquecedor, no sé si contarles mi nueva experiencia de este año en lo que respecta a la docencia, puede llegar a ser un aporte para alguien, pero simplemente quería transmitir algo de lo que sucede en el dictado de una materia que forma parte de una carrera nueva en la facultad, como lo es Diseño de Joyas.

Diccionarios de campos. El diseño y las ciencias sociales

Verónica Devalle

Resulta llamativo comprobar que, aunque en términos generales se suele caracterizar a esta época en función del reemplazo de lo verbal por lo visual, poco o casi

nada se ha reflexionado sobre la incidencia del Diseño en la era de la imagen. La imagen aparece como un dato, en *a priori* desde donde se analizan las transformaciones en el imaginario social o cultural.

Efectivamente, en el escenario de los estudios sobre las transformaciones culturales de las últimas décadas, se ha enfatizado la hegemonía de lo visual pero se ha descuidado la modalidad de producción de lo visible, donde el Diseño desempeña un rol protagónico. Este déficit es simultáneamente compartido tanto por las disciplinas sociales como incluso –y llamativamente– por las proyectuales (Arquitectura, Diseño de Imagen y Sonido, Diseño Gráfico, Diseño Industrial, Diseño de Indumentaria, Diseño Textil, Diseño Sonoro). Si las primeras insisten en enfatizar la importancia de lo visual a partir de categorías propias de las ciencias sociales clásicas (particularmente las categorías y conceptos de la sociología de la cultura), las segundas recuperan la especificidad técnico morfológica de lo visible, desatendiendo la interacción entre, en palabras de Foucault, “poder y discurso”. Este divorcio conlleva consecuencias a nivel teórico (particularmente a la hora de trazar un panorama donde dialogue lo visible y lo argumentable) como también a la hora de analizar casos concretos con serias consecuencias en la vida cotidiana.

El texto que presento es producto de una investigación sobre el surgimiento del Diseño Gráfico en la Argentina que comenzó hace más de diez años (por no decir quince), producto –inicialmente– de la sorpresa y el extrañamiento con el que viví el comenzar a ser docente de una materia teórica para diseñadores gráficos. Como egresada de la carrera de Sociología me sorprendía y divertía comprobar la distancia entre los intereses, las preguntas y los objetivos profesionales de los estudiantes de ambas carreras.

Las bienales de Arte Joven no habían ocurrido hacía mucho tiempo y habían instalado la vocación del Diseño en un sinnúmero de jóvenes porteños, contemporáneos y amigos míos. En esa época yo trabajaba en una empresa de marketing que monitoreaba en diversos grupos focales la aceptación de la nueva telefonía celular e indagaba la imagen de las nuevas empresas telefónicas que llegaban al país. Recuerdo que para llegar a mi trabajo caminaba desde Plaza de Mayo por Defensa hasta la Avenida Belgrano y a medio camino los trabajadores de ENTEL manifestaban frente al edificio al momento de disponerse la intervención y privatización de la empresa. La Plaza del “sí” convocada por el fallecido periodista Bernardo Neustadt para avalar el necesario apoyo al proceso de desregulación del Estado no había acontecido hacía mucho. Sorprendente era esa geografía que conjugaba gremios oficialistas y el *staff* completo de la *city* porteña, centro del flujo de capitales financieros. Volviendo a esta suerte de socio biografía, despuntando los años ‘90 se producía una reconversión radical de nuestra economía que, para traer dos imágenes de contraste, en la mayoría de las facultades de ciencias sociales era repudiada y sus pares de arquitectura, diseño y comunicación era casi aplaudida. Si en las primeras significaban la transnacionalización de la economía, el peligro que se cernía a partir de las leyes de desregulación del Estado y la precarización laboral, en las segun-