

Los efectos de la globalización en la imagen dinámica. Problemas de la estandarización en la formación académica y en el uso de nuevas tecnologías

Diego Hernández Flores

No pienses que voy a ver esa película, decía una antigua novia mía. Ella no sabía quién actuaba, ni quién era el que la dirigía, ni cuál era el argumento. Sólo había visto un plano, y cuando se le preguntaba el por qué de semejante dictamen respondía con seguridad: “no me gusta como se ve”. Mas allá de que si esto entraña un prejuicio grave debido al acostumbamiento que una persona puede tener hacia un tipo de imagen, lo cierto es que podemos reconocer un origen o estilo cinematográfico por las características en su fotografía.

Lamentablemente esta identidad, a veces buscada, a veces impuesta por las condiciones de producción o la calidad de la posproducción, se va evaporando lentamente con el avance de la globalización.

En un análisis realizado en clase sobre varias películas de distintas nacionalidades estrenadas en el año 2008 se pudo constatar algo que en otra época hubiese resultado imposible: todas, en lo que respecta a la dirección de fotografía, se parecían en demasía.

Este fenómeno actúa sobre diversos puntos que conforman la creación de una imagen, donde los más relevantes son la formación técnica y el avance tecnológico.

La educación universitaria en el aprendizaje del tratamiento de la imagen

Basta con hojear la biografía de algunos de los más antiguos directores de fotografía y nos damos cuenta que los orígenes son variados. Muchos poseen una formación en arte ortodoxa sumada a una educación técnica básica. Otros heredaron el oficio familiar y se capacitaron a través de la observación. Otros provienen de la fotografía fija adentrándose luego al dinamismo. También están los que se formaron en escuelas de cine, esta posibilidad se va reduciendo en promedio a medida que el inicio de la carrera del artista es más remoto.

Las escuelas de cine o carreras universitarias de grado en cinematografía no son un fenómeno nuevo, solamente en la Argentina podemos encontrar lugares que poseen esta orientación hace más de 30 años. Pero estas carreras pasan a ser un fenómeno masivo en el principio de los años 90, atrayendo a gran cantidad de interesados de distintas clases sociales y nivel cultural.

La explosión generó una ventaja y un problema a la vez. El desarrollo académico trajo consigo el crecimiento cuantitativo y cualitativo del material bibliográfico, sin duda una gran ventaja. Esto, a su vez, permitió compilaciones de lo mejor del material existente en resúmenes poco sustanciosos pero fácilmente digeribles para alumnos con paladar no acostumbrado a la profundización teórica e idóneos en bibliografía de materias dictadas en tiempo relámpago.

Resúmenes de resúmenes, programas estándar, lo básico de lo básico y como ingrediente globalización.

La mezcla de estos elementos forjó indefectiblemente

similitudes a nivel mundial en los programas de materias relacionadas a la tecnología audiovisual.

Fue inevitable, miles de alumnos formados a través de programas similares concibieron imágenes con un parecido asombroso, técnicamente irreprochables pero altamente despersonalizadas.

Hoy en día al deber establecido de los directores de las carreras y docentes se le suma este nuevo desafío, buscar en sus alumnos signos particulares que puedan ser el punto de partida para la creación de imágenes personalizadas. Los últimos años de las carreras presentan el terreno ideal para este fin. El docente debe ser el encargado de presentar las obras que marcaron la historia pero a su vez también de desmitificarlas en pos de una búsqueda estética propia. Es asombroso notar en conversaciones con egresados de diferentes facultades que todos poseen los mismos tres héroes, y que en sus primeros pasos en la cinematografía profesional su intención estética es una clara emulación de la obra de estos. Seguramente estos referentes sean los mismos que tienen los egresados de Japón, Rusia, EE.UU o Colombia. El resultado está a la vista.

Las nuevas tecnologías: democratización de la imagen, estandarización de la imagen.

Mucho se habla de que las nuevas tecnologías hacen posible a nivel personal lo que antes sólo se podía dar a nivel corporativo, pero poco se habla de que el uso masivo de estas tecnologías genera una textura estandarizada en la imagen.

Peter Jackson filma su nueva película con una cámara de video de alta definición y de un costo similar al de un auto usado de nivel estándar. Estamos sin duda frente a una revolución en la industria audiovisual, nadie en el pasado hubiese podido tener el lujo de filmar a la más alta calidad disponible a un costo que hubiese podido solventar un individuo de clase media. A partir de esto podemos dejarnos llevar e imaginar un futuro donde los grandes directores y los estudiantes primerizos filmen y editen con los mismos dispositivos.

Lejos están los tiempos donde cada cinematografía nacional poseía una patente diferente de procesamiento de la imagen, podemos recordar entre otros el famoso Technicolor en Estados Unidos o el proceso Pathé en Francia. Tiránicamente la imagen filmada iba a estar ligada a ese componente particular. Pero las tiranías no son buenas, por esta razón debemos festejar la llegada de las nuevas tecnologías, ya que más allá de presentarnos el riesgo de crear una imagen trillada, también nos permiten manipular la imagen para que esto no suceda y permitarnos una búsqueda personal.

Las nuevas interfaces de manipulación de la imagen nos permiten regular a nuestro gusto cada uno de los elementos. La paradoja es contundente y surge porque planteamos el problema desde lo técnico, cuando estamos frente a un problema meramente estético que si bien se dispara a través de la estandarización tecnológica, está ligado a la formación y la falta de creatividad en la postmodernidad.

Un ejemplo claro de esta falta de creatividad es la falta de identidad en el cine digital y la TV de alta definición. El aspecto cuadrado de 4/3 relacionado del video

se reemplaza por uno con mayor espectacularidad mucho más ligado a la visualización cinematográfica. Lo mismo sucede con el escaneado entrelazado que marcó una estética propia del video y ahora se ve reemplazado por el progresivo a razón de emular la cadencia cinematográfica.

La pregunta es sencilla ¿Por qué el video no busca una identidad propia en los elementos visuales de su imagen? La respuesta es compleja e indefinida. Lo cierto es que nos conducimos a un estrato más de la despersonalización de la imagen. Si a esto le sumamos las predicciones de los teóricos de la imagen que profetizan que los formatos de cine, video, televisión y videojuegos se van a amalgamar en un mismo formato, seguramente vamos a perder el asombro que antes nos producía una imagen diferente.

Ciertamente este asombro muchas veces se producía por el error, por los defectos inherentes a los procesos de la imagen. Es ese gusto perverso que produce ver por ejemplo algunas películas argentinas de la década del 70 y 80 en donde se observa una fotografía descuidada y una postproducción de mala calidad, pero con marca personal inconfundible. La calidad de los técnicos del cine profesional en la actualidad, de formación más academizada, no permite este margen de error. Pero esta educación tampoco forma directores de fotografía con un sello de autor notable.

No se puede negar el avance tecnológico ni tomar posturas retrogradadas. Estamos en un gran momento, donde las herramientas disponibles nos permiten manipular cada uno de los parámetros de la imagen, acercándonos mucho más a la definición estricta de creación.

El problema a resolver es utilizar estas herramientas sin partir de conceptos estéticos preconcebidos, buscando siempre un criterio específico más allá de parámetros estandarizados. La tecnología no regala nada, sólo intercambia esfuerzos. Lo que antes costaba mucho ahora se puede hacer fácil, pero esta facilidad se ve siempre opacada con nuevos problemas a resolver.

Si uno quiere conocer el mundo debe apurarse. A medida que la globalización avanza produce que otras culturas se parezcan mucho a la nuestra. Seguramente los viajeros de nuestro tiempo no sienten el mismo asombro que sentían los primeros expedicionarios. Esperemos que no suceda lo mismo con la imagen. Está en la búsqueda de los educadores, el esfuerzo de los realizadores y la exigencia del público que no sea así.

Alumnos profesionales. Una tarde negra

Jorge Imhof

Estoy yendo en un taxi para una reunión con un cliente. El tránsito está terrible y para colmo salí tarde. Llevo veinte minutos de demora. No es la primera vez que me retraso y para peor la última reunión la tuve que suspender. Llego y mi cliente me hace esperar quince minutos en la recepción. Quizás esté enfadado por mis repetidas impuntualidades, tal vez se haya ocupado ya en otro tema o tomado otro compromiso. No descarto la posibilidad que su enojo lo haya llevado a tomar la deci-

sión de no atenderme en esta oportunidad. Para mi sorpresa me hacen pasar a la sala de reuniones y él está ahí, esperándome. Como es lógico, no tiene la mejor cara.

Comienzo la presentación. Es una presentación importante. Es un cliente importante. Está lanzando una nueva línea de productos. Es un desafío para él y también para la agencia, tanto desde lo profesional como desde el negocio, ya que conlleva una considerable inversión. Desarrollo el marco estratégico desde el que se desprenderá la campaña. Estoy orgulloso del mismo, es un excelente trabajo. Mi cliente me escucha mudo. Tiene la misma cara desde que comenzó la reunión. No me hace ni una sola pregunta, ni siquiera un mínimo comentario. Pasamos a la propuesta creativa. No sólo está orientada y dirigida correctamente, sino que además es original e impactante. Potente. Sólida. Estoy seguro que en lo que a la campaña se refiere el lanzamiento será un éxito. Su cara sigue imperturbable. Hacemos algún comentario sobre lo que demandará la producción de las piezas y pasamos finalmente al plan de medios. Está minuciosamente estudiado. Responde a los objetivos y optimiza la inversión del anunciante. Termino mi presentación.

Mi cliente me pregunta si traje además la propuesta para un aviso de otro de sus productos que debería haberle presentado una semana atrás. Le explico que “con el tema de esta presentación” no se lo pudimos traer. Además estuve ocupado también con otras presentaciones. Cambia el gesto por primera vez, para peor. Me dice: “Jorge, yo te quiero mucho y el trabajo de tu agencia es excelente, pero así no podemos seguir. No es serio. Es poco profesional.”

El sentido de la responsabilidad y la actitud profesional

La historia obviamente no es real. A ningún profesional se le cruzaría por la cabeza que pueda serlo. Si lo fuera, probablemente hubiera perdido un cliente. O varios, potencialmente hablando.

Sin embargo en mi corta experiencia como docente, escucho frecuentemente historias similares por parte de los alumnos.

Algunos incluso muy buenos alumnos, con mucho potencial. Desde el no respetar los horarios hasta las excusas más increíbles ante incumplimientos de entregas o presentaciones.

¿Cómo puede ser que un alumno universitario, que estudia la carrera que eligió por propia voluntad, que se está formando en la profesión que abrazó no cumpla con las entregas de sus trabajos prácticos o intente copiarse en un parcial?

¿Cómo puede ser que intente camuflarse en un grupo para robar una nota sin participar, sin aportar o ejercitar lo suyo? Ni hablar de casos de plagio, que no me han tocado en lo personal, pero se que se han dado ¿Se imaginan plagiando en la práctica profesional?

Nuestra misión como docentes, como formadores no es sólo proveerles conocimientos, técnicas, entrenamiento y herramientas, sino también dotarlos de un pensamiento profesional.

El día de mañana estarán vendiendo proyectos e ideas ante un cliente, un superior, un inversor, un colega, etc. Hoy lo hacen ante docentes y compañeros. En esa venta