

al corregir y la confianza en todos los integrantes del grupo. A veces, al comenzar un ciclo lectivo los alumnos no están preparados para cursar varias materias a la vez o seguir el ritmo de una carrera universitaria o simplemente no están en cuanto a su madurez, preparados para asimilar tanta información. Por lo tanto hay que ayudarlos para que de a poco se vayan adaptando a la educación universitaria. El docente debe evaluar en que etapa está cada uno y nivelarlos con los demás pero analizando particularmente el proceso personal.

Conozco casos donde los alumnos se sienten intimidados al corregir. Estos sienten que el docente no está motivado o no los ayudan, no les dan una idea clara, o en el peor de los casos que el docente no cree en ellos. Esto se puede pensar que es por inseguridad pero nunca por miedo. En la relación docente-alumno, no debería estar este factor, porque el miedo paraliza, esto genera que los chicos no quieran exponer sus trabajos porque sienten que lo que hacen no es bueno o porque sienten que no tienen las armas para defender su trabajo. Por consecuencia no ofrecen lo mejor de ellos y no focalizan en sus objetivos, en aprender.

La confianza del docente, el creer en los alumnos, en que pueden hacer producciones más interesantes, comienza a generar un efecto totalmente positivo y renovador. Inconscientemente se piensa: “si el docente cree en mi es porque estoy encaminado/a”. Y la confianza en si mismo es una herramienta importante a la hora de diseñar.

Una vez una persona me dijo: “Hay que creer en uno mismo para que los demás crean en vos”

En cuanto a la objetividad, se puede decir que es un criterio que a la hora de evaluar hay que tener presente. No hay que tener preconceptos, ni buenos ni malos, porque esto nubla nuestra visión profesional, hay que darles la oportunidad a los alumnos y que puedan cambiar el concepto inicial.

Sin dudas, creo que lo más importante de esta profesión es enseñar a analizar, a pensar, a razonar y a vincularse con las diferencias de los otros, con una mirada diferente. Lo demás es un efecto dominó.

Tengo la teoría de que cuando el alumno se engancha con los trabajos es porque aprendió aunque sea una parte del camino, y como consecuencia tiene más compromiso con él mismo. En ese momento, cuando el alumno, por iniciativa propia, busca investigar, experimenta, la tarea del docente esta cumplida.

No se trata de aprobar o no aprobar, se trata de enseñar cual es el camino, de acompañar a cada uno en el proceso, con los tiempos que todo eso conlleva.

De eso se trata diseñar, de aprender, de equivocarse, de volver atrás, de cambiar parte del proyecto, darle una nueva mirada, y con cada proyecto aprender y crecer.

Nuestra tarea como guías es creer en cada alumno, confiar en ellos y ayudarles a que encuentren el camino.

Nuestro principal objetivo es formar profesionales, que en definitiva van a ser la sociedad del mañana.

Para terminar quiero dejar un mensaje muy importante, tanto para alumnos como docentes:

Pienso, y no solamente lo pienso, sino que estoy totalmente convencida, que el docente tiene que tener una mirada objetiva, donde si bien no tenga la misma perspectiva, vea el trabajo del alumno de forma imparcial.

Sé de varios casos de alumnos que han corregido trabajos con un docente, y no obtuvieron una aceptación crítica favorable, y lo han visto con otros y la mirada fue totalmente positiva, esto quiere decir, que se puede ser el mejor alumno y sin embargo el docente puede no estar de acuerdo con su visión, lo importante es buscar la objetividad y que los alumnos entiendan el proceso proyectual.

Una fuente de inagotable imaginación

Hernán Khatchadourian

Durante lo que va del año 2008, se han estrenado alrededor de diez películas basadas en personajes de historietas. Los grandes estudios de Hollywood parecen haber redescubierto este filón que habían abandonado a fines de los años '90 en pos de las adaptaciones de series de TV y *remakes* de películas de antaño. Es cierto que la industria cinematográfica norteamericana se rige por modas pero ¿Y si este fenómeno se trasladase también a otros continentes?

A los “tanques” de taquilla de Hollywood como Spider-Man, Batman y El Hombre de Hierro, ahora se le han sumado una nueva entrega de Asterix, el regreso de Lucky Luke (que se filma en la Argentina), Largo Winch, Blueberry Persépolis y otras tantas que están en proceso de producción y todas ellas fueron realizadas con capitales netamente europeos.

¿Y el cine oriental? En esos países se producen cientos de películas basadas en historietas (o mangas o mangwas como allí se les llama) como Death Note o Dragon Ball.

Con toda esta información en mano, una pregunta sale inevitablemente a la luz: ¿Por qué no ocurre algo similar en Argentina?

Si bien hay casos de películas que cumplen con este requerimiento, los mismos se pueden contar con los dedos de las manos y en muchas ocasiones las consecuencias fueron poco felices.

Este magro resultado tiene una lamentable explicación: el género de ficción y fantasía –y en particular la historieta– no goza de una gran aceptación en la cultura popular argentina. En un alarde de madurez, la gran masa lo considera como algo “para niños”, un objeto que, por el sólo hecho de llevar dibujos en su interior, merece como inexorable destino la batea de libros para infantes de cualquier establecimiento, amén de que en su interior se relate un violento policial o la batalla de las Termópilas.

Pero, a pesar de este sombrío panorama, lo que esta gente ignora es que hay más consumidores de este tipo de material que el que ellos se imaginan.

En las sombras

Estos fanáticos de la fantasía existen y están entre nosotros. Quien suscribe puede dar fe de ello tras pasar cuatro años de tras de el mostrador de un local dedicado a la venta de estos productos. Gerentes de bancos, médicos, veterinarios y hasta maestros y profesores adquieren revistas, pósters, figuritas, cartas y hasta muñecos de sus personajes favoritos sin ningún pudor hasta que salen del local.

Pero curiosamente, al llegar a la puerta del establecimiento, dichas personas se aseguran de que ningún conocido los esté mirando, y si eso llegara a pasar y ellos estuvieran con sus hijos, pues no dudarían en colocar en sus otrora vacías manitas, sus recientes adquisiciones.

Por supuesto que también existen aquellos clientes que, tras comprar el último ejemplar de su revista de superhéroes favorita, salen del establecimiento leyéndola libremente, como haciendo frente a cualquier pensamiento con un campo de fuerza a prueba de opiniones negativas.

Todas estas situaciones, que a simple vista pueden parecer sumamente graciosas, forman parte de un comportamiento social que pareciera querer enterrar cualquier vestigio de fantasía en lo más profundo de nuestra psiquis como si se tratase de algo sumamente doloroso. Y esto no es así en absoluto. La fantasía y la ficción son necesarias.

En los EEUU de la post depresión (la de la década de 1930, no la actual) las historietas se convirtieron en una forma de darle esperanza a la gente, de hacerles entender que las cosas debían mejorar. Y con el tiempo, ese país se convirtió en la potencia hegemónica del mundo.

Lo que hace falta es crear una base lo suficientemente sólida que permita refundar el género y demostrar a una sociedad poco afecta a la ficción que la historieta se sostiene tan fuerte como cualquier arte. Y no sólo eso, sino que también es capaz de inspirar manifestaciones en otras ramas artísticas.

Porque hay libros sobre historietas, hay series televisivas basadas en historietas, hay películas que adaptan historietas. Y la frutilla de la torta es el *merchandising*. Las editoriales y las productoras de cine ganan millones de dólares con productos que reproducen la imagen de personajes de historietas o sus adaptaciones al cine. Cabe recordar la batmanía que estalló en 1989 con el estreno del filme del encapotado protagonizado por Jack Nicholson, Michael Keaton y Kim Basinger. O también se puede poner como ejemplo el caso del canadiense Todd McFarlane, un dibujante que fundó su propia editorial y logró vender dos millones de ejemplares de la revista de su personaje Spawn, algo que le sirvió para abrir una fábrica de juguetes que con el tiempo se transformó en la número uno de su rubro.

Entonces, si el campo de pruebas ha dado resultados exitosos ¿Qué esperamos en el país de la creatividad y la capacidad para llevar a cabo experiencias similares? Historietas famosas hay a montones y muchas de ellas se exportan mes a mes para entretener a lectores norteamericanos y europeos. Los profesionales formados en Argentina son los más requeridos por el nivel de recursos que manejan tanto en el plano argumental como en el artístico. Las más famosas bandas musicales y los diarios más prestigiosos no ahorran recursos a la hora de emplear a los historietistas como ilustradores para sus discos y suplementos especiales.

En los últimos años, algunos editores parecen haber captado las señales de este mercado emergente y decidieron lanzar algunos libros y revistas en cooperación con importantes matutinos con resultados tanto o más efectivos que los libros más vendidos en las grandes cadenas. Claro que dichos ejemplares contienen en su ma-

yoría material hecho para el exterior o bien son simples recopilaciones de material ya editado hace décadas.

¿Por qué entonces no aprovechar este tibio resurgimiento para propiciar una carrera que enseñe a los alumnos a potenciar el talento que traen entre manos e incentivarlo de la mejor manera? ¿Por qué no enseñarles a moldear personajes, escribir sus diálogos y plasmarlos sobre el papel para luego poder vivir de su arte como hacen los escritores, actores, pintores y directores de cine? ¿Y si además les enseñamos a proteger sus creaciones, a comercializarlas y a exportar el formato al exterior como hacen las productoras nacionales en lo que parece ser el gran negocio del siglo XXI?

Continuará...

Todas las expresiones vertidas en párrafos anteriores no son más que deseos de un futuro mejor para aquellos que han decidido contar historias mediante las viñetas y los globos. El hecho de que les haya tocado en suerte nacer en un país que en la actualidad aun no ha redescubierto su pasión por la historieta, es quizá el desafío más grande que se les haya podido colocar delante.

Conquistar a ese público, ahora indiferente, con sus creaciones será todo un reto. Pero no cabe duda de que con el tiempo, y experiencias prácticas mediante, el desafío será parte de la historia de aquí a unos años. En Japón y EEUU, el manga y los comics se consumen en cantidades industriales.

Y en Europa no se consigue... porque se agotan las ediciones completas a poco de salir a la venta.

En Argentina la historieta supo tener décadas de gloria con ediciones de cientos de miles de ejemplares y un sinnúmero de revistas que fueron desapareciendo con el correr del tiempo. No hay razones para considerar a la historieta como un género menor. Tal vez sus historias no lleguen a crear la complejidad de una novela. Tal vez no logre tener imágenes en alta definición como una TV de última generación. Y tal vez no tenga sonido como un *compact disc*.

Pero lo que sí es innegable es que es un medio de entretenimiento que goza de buena salud. Y la buena salud no tiene precio.

Reflexiones sobre el aprendizaje del proceso de diseño

Sebastián Krasniansky

Resulta inherente al hacer universitario concientizar al alumno hacia una postura ideológica responsable en la pertenencia social –esto tanto en el proceso de diseño como en la propuesta que se hará al usuario–, generando aportes que faciliten la integración y planteen criterios de cuestionamiento frente a la discriminación que la sociedad impone relegando a los sectores más necesitados a un status de ciudadanos de segunda clase, a partir del posicionamiento siguiente: “Sobre parámetros humanistas, democráticos y universalistas se deben desarrollar las prácticas docentes”.

El concepto de “necesidad” en el proceso de diseño