

MERCOSUR representa miles de puestos de trabajos jerarquizado para las Relaciones Públicas, Un vasto campo de experiencia y que demandara asimismo una amplia actitud creativa y ejecutiva por parte de los profesionales que accedan a dicho medio insertando rutinas tan importantes como el Planeamiento y generando interacciones que a través de planes, programas y campañas promuevan un positivo efecto multiplicador. El primer paso será entonces, introducir a los niveles de dirigentes vinculados a estos negocios regionales sobre las trascendentes cualidades técnicas de las Relaciones Públicas y las ventajas relativas que pueden resultar del apoyo de una actividad institucional permanente e interaccionada, que acompañen directamente a las actividades de la producción y comercialización de bienes y servicio, según se trate. Lógicamente no es esta, una promoción librada a la exclusiva responsabilidad de los profesionales, de la misma manera que se procesa con las PYMES, en esta campaña será importante la participación de la Universidad, de las Instituciones de profesionales, de los medios de difusión pública y de las propias cátedras de la especialidad. Es este trámite inicial, la ampliación de las pasantías, la organización de jornadas sobre el tema y otras tantas iniciativas, pueden incentivar el propósito encaminado a conquistar estos importantes mercados de trabajo, revitalizando así el final de la carrera, con el auspicio de un nuevo desafío profesional.

## **.edu / .com: complejidad, peligros, desafíos**

*Guillermo Brea*

El año pasado escribí una ponencia en la que señalaba mi preocupación por la creciente influencia de la razón instrumental en la vida académica. Un poco porque uno sólo puede escribir sobre sus propias obsesiones, otro poco porque creo que el problema se agrava cada año y también porque el título de las jornadas de este año lo amerita, estas reflexiones pueden entenderse como una continuación y espero que profundización de aquellas.

Me gustaría comenzar observando con detenimiento el título para este año: “El rol docente frente a los nuevos escenarios profesionales”. A primera vista, invita a reflexionar sobre posibles aspectos de una relación entre el accionar de quien enseña y los ámbitos donde quienes estudian pondrán en práctica lo aprendido. Asumiendo esta relación como un existente, podríamos exponer sobre infinidad de temas, como seguramente lo han hecho muchos de mis colegas. Por mi parte –y no sin algún vicio estructuralista, debo admitirlo– preferiría no aceptar pasivamente esta relación e interrogarla hasta donde me sea posible.

A este efecto permítaseme comenzar por definir mis

términos. Por rol docente entenderemos un conjunto de prácticas organizadas acorde al cumplimiento de un objetivo, al que podríamos llamar misión. Al preguntarnos cuál debe ser ese rol, estamos preguntándonos cuál debe ser la misión de aquel que imparte –(o comparte, según su estilo)– su saber y experiencia. Si nos interrogamos sobre cómo debe ser ese rol, estaríamos indagando qué características debieran tener esas prácticas a fin de mejor cumplir con la misión propuesta.

Los nuevos escenarios profesionales, por su parte, podrían ser pensados como el conjunto de espacios disponibles en la actualidad para que quien ha estudiado ponga en práctica su conocimiento. Utilizando una expresión incorrecta pero en boga, podemos denominar a esto mercado laboral, o más específicamente, mercado profesional. También aquí podremos preguntarnos cuáles son sus características, y particularmente los rasgos emergentes por los cuales hablamos de “nuevos” escenarios.

Veamos por último la relación. Me animaría a decir a priori, que el grado de vinculación entre el que hacer docente y las condiciones de demanda laboral no es similar para todas las disciplinas, y que esta vinculación –real o pretendida–, es mayor para aquellas que como la mía constituyen la prestación de un servicio técnico al mercado. Es particularmente en este tipo de carreras donde crece incesantemente la presión para que los contenidos de la actividad universitaria se estructuren en función directa de los requerimientos específicos de los futuros empleadores.

Pero sea cual fuere el ámbito disciplinario, la fuerza de la ligadura entre la misión docente y el mercado profesional dependerá de cuál sea nuestra idea de Universidad. De saber en definitiva, con qué objetivo enseñamos, si es que enseñamos, y aprendemos si es que aprendemos. Y de definir como comunidad académica cuáles son nuestras expectativas respecto de los egresados que formamos o dicho de otro modo, determinar cómo creemos que debe formarse un profesional hoy.

En un artículo reciente acerca de las condiciones de excelencia de las universidades, el rector de la UP incorpora esta cuestión. Cito textualmente (el subrayado es mío):

“...la misión de la Universidad, debe entonces nutrirse de un balance equilibrado entre el desarrollo intelectual aplicado y la búsqueda de la verdad y de significado por sí mismos. Nos enfrentamos a un mundo complejo donde prima la incertidumbre sobre su futuro, esto crea un nuevo requerimiento a la Universidad para que dé respuestas a las necesidades sociales de educación, desarrollo profesional y académico, para que impulse el desarrollo de las ideas y la generación de nuevos conocimientos teóricos y aplicados, pero también para que estas acciones, así como sus egresados, contribuyan a solucionar los problemas urgentes y cada vez más complejos que enfrenta la civilización humana”.

Popovsky no lo cita en su texto, pero algo de esto planteaba también Ortega y Gasset en su "Misión de la Universidad" al decir que más que expertos la universidad debía formar hombres que estuvieran a la altura de su tiempo.

Nadie duda, no obstante, que estos hombres deben y quieren trabajar. Cuando hablamos de mercado profesional en la Argentina, hablamos de un espacio drásticamente reducido y cuya difícil accesibilidad le brinda una altísima capacidad coercitiva. A esto se suman dos características propias de todo el capitalismo postindustrial que en nuestro país se verifican con particular intensidad: enorme homogenización e inmediatez del beneficio.

Estos tres elementos determinan un mercado profesional con una gran fuerza de presión en su exigencia de profesionales "llave en mano", es decir formados a expreso dictado de sus necesidades. La promesa es que este acatamiento encierra la clave de la "inserción laboral". Cualquier desviación, por el contrario, amenaza con negar el ingreso del paraíso. No es casual que inserción remita a la colocación de una pieza hecha según una especificación en un espacio previamente adjudicado.

Así como los partidos políticos van dejando de ser productores de doctrinas para convertirse en proveedores de funcionarios, así se espera que las universidades sean proveedoras de profesionales ad hoc. Después de todo, proveedor es una de las pocas categorías de las que el mercado dispone para ubicar las cosas... y las personas. Personas cuya formación personal, cultural y social pasa a segundo plano, siempre y cuando cumplan correctamente con la demanda. Y si consideramos que la demanda es cada día más y más homogénea, es fácil deducir el resto.

Las presiones que sufre la universidad no son sólo externas. Los padres que realizan un sacrificio encomiable para garantizar la educación de sus hijos pretenden con derecho un futuro mejor para ellos. Los alumnos responsables y dedicados esperan que su esfuerzo sea redituable no sólo en términos morales. Tentados por el espejismo de la mágica salida laboral, se preguntan permanentemente si están en la dirección correcta. Sienten con angustia que se comprometen sus posibilidades en lo que socialmente y no por casualidad se ha dado en llamar una carrera profesional. Día a día demandan a la universidad más conocimiento instrumental en la creencia de que eso los preparará mejor para disputar un puesto, y al hacerlo cierran el círculo vicioso. Más que eso, en muchos casos subvencionan a sus futuros empleadores al costearse capacitaciones puntuales que no les corresponderían.

Lo que Max Weber llamaba la racionalidad con arreglo a fines ha logrado hegemonía y no es fácil escapar a la extorsión del fundamentalismo económico. El modelo único de éxito es omnipresente y su presión es tal que los jóvenes tienen escasas chances de no ser absorbidos por él. De hecho, he visto a muchos subir a un tren para no

votar políticos corruptos, pero no he visto a ninguno mudarse a quinientos kilómetros de las empresas que sobornan a esos políticos. Por el contrario, hacen fila a sus puertas.

Pero la lógica del beneficio inmediato no puede ser el norte de una carrera universitaria. No es función de la universidad preparar al alumno para mejor cumplir con los caprichos del mercado dándole elementos que sólo serán de utilidad en el corto plazo. ¿Qué podemos entonces ofrecer como alternativa desde nuestro rol docente? A mi entender, cuatro nociones al menos:

### **Complejidad**

Frente al reduccionismo de autoayuda, se requiere una visión compleja, capaz de interpretar los problemas y los fenómenos como productos de múltiples determinaciones y de negociar con la pluralidad renunciando al esquematismo simplificador.

### **Heterogeneidad**

Ante la homogeneidad creciente, alentar y preservar la diversidad como condición necesaria de la creatividad y la superación intelectual.

### **Generalismo**

Contra el especialismo, universidades. La sociedad requiere cada vez más, profesionales capaces de articular distintos saberes, de quebrar la estanqueidad de las disciplinas y repensar los problemas con amplitud combinando inteligencia y sensibilidad.

### **Conciencia histórica**

El estar "a la altura de los tiempos" de Ortega requiere una lucidez capaz de trascender la vorágine de la inmediatez y de asomarse al vértigo de pensar con la propia cabeza.

Sobre esta base podemos articular otro tipo de relación entre nuestra misión y los nuevos escenarios profesionales:

- Frente a las nuevas tecnologías generando conciencia de que no son neutrales, sino espacios ideologizados, señalando tanto sus oportunidades como sus peligros y formando profesionales capaces de subordinarlas a objetivos y no meros operadores.
- Los nuevos recursos permiten multiplicar la cantidad de información adquirida y la exploración de variantes y propuestas reconfigurando nuestra noción de taller de un espacio puramente productivo a otro de análisis y cuestionamiento de lo producido.
- Las nuevas temáticas abren espacios para propuestas creativas, descartando la superstición de la novedad en pos de indagatorias más profundas. El lugar que en nuestra facultad se da al desarrollo de proyectos de tesis es en este sentido una piedra angular.

Ante las cambiantes demandas del mundo profesional la universidad y sus docentes debemos sí, dar respuestas, pero estas deben ser reflexivas y no automáticas,

conceptuales y no sólo instrumentales, para como señala Popovsky establecer un balance entre el desarrollo intelectual aplicado y la búsqueda de la verdad y de significado por sí mismos. Y así como no puede exigirse a la universidad que se organice en torno a la lógica del beneficio, tampoco puede esperarse del mercado cuyo legítimo objetivo es el lucro, que contemple espacios para la reflexión y el análisis. Esa tarea es nuestra.

#### Textos consultados

- Brea, Guillermo. Universidad y razón instrumental. Ponencia para las Jornadas de Reflexión Académica, Universidad de Palermo, 1999.
- Habermas, Jurgén. Ciencia y técnica como ideología. Ed. SXXI.
- Morin, Edgar. Introducción al pensamiento complejo. Ed. Gedisa
- Muñoz, Blanca. Cultura y comunicación. Ed. Barcanova.
- Popovsky, Ricardo H. Características de excelencia de las universidades, en Palermo al Día N° 11, Nov '99.
- Weber, Max. Economía y sociedad. Ed. Fondo de cultura económica.

## El cruce entre modas e interiores en la Historia del Diseño

*Susana Bueno*

La materia apunta a la formación artística de diseñadores aptos para concebir, crear y desarrollar todo tipo de realización dentro de las diversas disciplinas del diseño de interiores y de la indumentaria y conduce a la valorización de las investigaciones y al trabajo interdisciplinario.

Hay una sola manera de enseñar, de transmitir y de hacer comprender la dificultad de las formas, los estilos, las proporciones y de aprehender un espacio, una historia, la historia de la arte, del diseño, de la escultura, de la pintura, de conocer la dificultad de crear un mueble, diseñar un vestido, inventar un grafismo o dar sentido a una idea, porque en definitiva hay un denominador común que es el Espacio. Se dará importancia a la relación entre las diferentes sectores por la enseñanza en común y el trabajo en equipo sobre proyectos multidisciplinarios.

La enseñanza se apoyará sobre el diseño y la expresión plástica y se nutrirá de un conjunto de actividades externas: exposiciones, desfiles, puestas teatrales y cinematográficas.

En el desarrollo espacial de las distintas temáticas se incluirá el diseño interior, de textiles e indumentaria, de equipamiento, la escenografía teatral, cinematográfica y televisiva apuntando a una aproximación totalizadora del dominio del espacio.

Se abordarán la pintura y la escultura desde el punto de vista artístico, de expresión de un contexto y desde la

perspectiva del análisis del interiorismo, el vestuario y el equipamiento. La indumentaria y los interiores se analizarán como generadoras de tipologías particulares de espacios concebidos en su globalidad. Esta globalidad es la orientadora en esta experiencia multidisciplinaria. La aproximación a las distintas disciplinas se situará dentro de la problemática del diseño, de la comunicación y finalmente inserto en una determinada escenografía. La enseñanza del diseño de indumentaria parte de las cualidades formales y culturales del vestido y coordina y resuelve el conjunto de problemas concernientes al producto. Se alternarán cursos teóricos y prácticas que apunten al proceso de concepción y análisis crítico de un proyecto y su realización (bocetos, justificación de partido, representación gráfica, prototipos de indumentaria, etc.) El proyecto será la base de la pedagogía y el eje central en el cual convergen todas las enseñanzas. Durante la cursada diseños totalizadores con tipologías particulares de los distintos períodos históricos y para culminar el proceso: la escenografía y el vestuario.

La escenografía está omnipresente en algunas de las actividades ligadas a la concepción de espacios (arquitectura, decoración, cine, TV, desfiles, museografía, eventos...) Aunque su origen es el teatro, su concepción permite aplicarla a otras disciplinas afines a nuestro curso. El objetivo es permitir al alumno la práctica de su *métier* desarrollando sus cualidades expresivas y ejercitando su imaginación con la mirada particular del escenógrafo y del diseñador de vestuario al interpretar plásticamente un texto o una música, concentrando lo esencial dentro del espacio.

Captar y transmitir dentro del espacio-por el espacio-por el vestuario, eso que emana de una obra y favorecer la comunicación actor-expectador es la finalidad del diseño. Hoy la escenografía trata tanto el lugar de representación como del valor de la representación del lugar, no importa si el espectáculo está adentro o afuera, si es una obra teatral, una muestra, un desfile o un evento.

Escenografía del espectáculo, de la moda, del equipamiento, de exposiciones, ella forma en todo caso una arquitectura del entorno donde se ponen en juego diversos medios técnicos y expresivos.

Singular y plural la escenografía es una disciplina espacial moderna y actual que posibilita lo experimental.

## Modalidades narrativas en un nuevo escenario tecnológico

*Marcelo Burd*

El actual escenario de nuevas tecnologías en los medios - particularmente el traspaso de lo analógico a lo digital- nos lleva a preguntarnos de qué manera insidrán éstas en la producción de los relatos y en la forma de relacionarnos con ellos.