

**Silvia Mercado**

*Presidente de Silvia Mercado/MCA Comunicación*

1) Gente que sepa coser, que sepa bordar y que sepa abrir la puerta para ir a jugar. Es decir, gente con perfil integral, capaz de desenvolverse en las distintas áreas de una consultora de relaciones públicas, desde la prensa hasta la realización de eventos, pasando por el ineludible consultor en comunicación.

2) Prensa, sin duda. Y lobbying.

3) Que lea los diarios todos los días, que conozca los temas de debate público para poder aconsejar qué conviene decir y qué hacer en cada momento, que se interese por lo que sucede en el país y en el mundo. Y que haga talleres de escritura y de periodismo, dos cuestiones centrales para tener alguna chance de progresar en esta profesión.

**Diego Dillenberger**

*Director de la revista Imagen*

1) Que entiendan del negocio, tengan formación amplia y conozcan muy bien el funcionamiento de los medios.

2) Prensa y comunicaciones de marketing.

3) Redacción y negocios.

**Aarón Binenfeld**

*Consultor y Docente Universitario*

1) Buscarán perfiles más altos, profesionales trilingües y especializados. También se tendrá en cuenta la capacidad de manejarse en forma globalizada en áreas de la disciplina.

Seguramente se comenzará a requerir un postgrado en Argentina y otro en el exterior.

Los desafíos que nos propone el nuevo milenio nos imponen no solamente mayor capacidad, sino también un manejo más acabado de las herramientas para la toma de decisiones.

2) Las áreas que más crecerán son: relaciones públicas ligadas a las nuevas tecnologías, comunicaciones ambientales y comunicaciones en situación de crisis.

3) Considerando que la comunicación tiene esencialmente dos formatos, oral y escrito, se hace necesario especializarse en estas dos áreas. Suelen detectarse falencias tanto a la hora de enfrentar un auditorio como en el momento de redactar documentos.

## Autoaprendizaje a través del correo electrónico

**Violeta Villar**

Durante el segundo cuatrimestre del año 2001 he implementado la corrección de Trabajos Prácticos Finales a través del e-mail, y luego de haber observado los buenos resultados obtenidos (alta predisposición de los grupos, corrección ida/vuelta en el día, no tener que encontrarnos en la facultad un día determinado), he comenzado a planificar un proyecto para introducir a los estudiantes de los primeros años, cualquiera sea su carrera, en el empleo de algunos recursos para obtener información del ciberespacio empleando el correo electrónico.

La educación a distancia permite la libertad de tiempo y lugar, una independencia que permite al usuario de las nuevas tecnologías en educación acercarse a otro tipo de conocimientos sin tener que estar obligado a cumplir pautas horarias o concurrir a los sitios en los cuales se dictan las clases. La tecnología necesaria es la mínima, una computadora u ordenador, un modem, una conexión vía telefónica al servicio de correo

electrónico y lógicamente luz eléctrica y línea telefónica.

Quizá este tipo de enseñanza podría ser lo que se llamaría auto-aprendizaje, ya que no hay obligaciones de tipo alguno. Esto implica un compromiso de otra clase y un estudiante con alto grado de motivación ya que elige sus propios espacios, intereses y tiempos.

Sin embargo la tecnología por sí sola no basta, la tecnología al servicio del transporte de información no es lo que se denominaría educación a distancia. La tecnología es el medio, el simple y nuevo medio de traslado de información y/o conocimiento.

Pero para que no sea sólo información lo que pasa, debe haber un docente de un lado de la pantalla, es decir la persona capacitada para elaborar esa información o para indicar y/o dar pautas de cómo aprovecharla; el receptor se encargará de procesar esa información y las pautas recibidas y agregará su propio "bagaje" cultural y su entorno.

Al adentrarme en el tema de enseñanza virtual, surgieron ante mí un número de preguntas que deben ser contestadas. A continuación expongo algunas:

¿Existe alguna metodología estándar para la confección de los cursos?

¿Cuáles contenidos incluir y en que forma presentarlos: páginas web, envíos de correo, forums, chats en grupos, otro? ¿Combinarlos? ¿Cómo?

¿Qué formas organizativas de contacto emplear para la comunicación docente/estudiante: E-mails, encuentros virtuales en fecha prefijada, chat-rooms, forums, etc?

¿Cómo controlar la adquisición de conocimientos?

Si bien puede resultar interesante el tema del uso de los recursos que pueden ser adquiridos por correo electrónico, mayor relevancia le encuentro al fascinante ejercicio de imaginación y voluntad que significa transmitir de manera clara y verificable la mayor cantidad de conocimiento posible con el recurso de menor costo técnico del ciberespacio: el correo electrónico.