

fía oriental y si realmente el Feng Shui se utiliza hoy en la ciudad de Buenos Aires).

- Cómo influye en la vida de las personas el color de sus pisos? Pisos cerámicos. (Trabajo orientado a investigar sobre productos en el mercado (pisos cerámicos), nuevas tecnologías de producción y características actuales).
- “Don Zapato” Cómo se diseña nuestro calzado en Bs. As. (Averiguar quiénes diseñan calzado en la Ciudad de Buenos Aires, cómo lo hacen, qué obstáculos encuentran y como es el mercado en nuestro país).
- Ropa inteligente que viste al futuro. (Investigación destinada a relevar información sobre las empresas que producen ropa inteligente en el mundo, qué características tienen sus productos y cómo es este mercado en nuestro país).
- En qué se inspiran nuestros diseñadores de indumentaria? (intentar encontrar similitudes o diferencias en motivos inspiradores entre los diseñadores actuales).
- “Travestimania” Ropa y calzado para mujeres que no lo son tanto... (Trabajo realizado con la finalidad de conocer si diseñar para este grupo social (travestidos) es un nicho laboral y cuáles son las posibilidades reales en el mercado).
- Antimicrobiana: la tela inteligente que también se produce en nuestro país. (Se confeccionó un breve listado de las empresas europeas que producen este tratamiento para telas y un glosario referido al tema).
- Cómo convocan al personal las productoras de cine independiente en la ciudad de Bs. As. para producir en film? (Luego de un rastreo de productoras independientes se descubrió en ellas un lugar de trabajo para organizadores de eventos).
- Cómo organizan las compañías discográficas el lanzamiento de los discos compactos (CD)? (La investigación involucra toda la preparación previa a que el CD llegue a manos del público consumidor. La idea inicial fue conocer si un organizador de eventos es un profesional necesario en una discográfica).
- Cómo ser sede de los Juegos Olímpicos y no morir en el intento. Argentina 2004.
- Cómo organizar un bar mitzva y bat mitzva? (Surgió como necesidad de estar preparados para organizar un evento típico de la colectividad judía).
- Sistemas de acreditación para ferias.
- El “boom” de los reality shows. Cómo se organiza un programa? Caso: Expedición Robinson.
- Qué estrategias de comunicación interna utilizan las líneas aéreas que operan en Argentina? Casos: Lapa y Southern Winds. (Trabajo orientado a descubrir similitudes y diferencias en las estrategias de comunicación interna en un empresas de servicios especializados).
- “La Industria de la Hospitalidad”. Cuáles son las estrategias de atención de huéspedes en los hoteles de 4 y 5 estrellas de la ciudad de Bs. As. (Análisis comparativo entre los cinco hoteles más importantes de la ciudad de Buenos Aires.)
- Qué estrategias de comunicación externa utilizaron las nuevas empresas de telefonía móvil para insertarse en el mercado argentino. (Análisis comparativo entre las dos empresas líderes en telefonía móvil).
- Las relaciones institucionales en fundaciones sin fines de lucro? Caso: Fundación Amanecer. (Entrar en contacto con estas instituciones para reconocer un espacio laboral no explotado por el relacionista público.)

- Cómo organizan las compañías discográficas el lanzamiento de los discos compactos (CD)? (Pre-producción, Producción y Post-producción, de la producción discográfica).

La experiencia personal. Emergencia y urgencia.

Marta del Pino

Podríamos decir que la experiencia docente es siempre enriquecedora e infinita en sus formas y consecuencias. También podríamos decir que este “aprendizaje de la enseñanza”, y esta forma de enunciación no es una contradicción ni un oxímoron, sino que resume la esencia dialéctica de esta profesión, es inagotable y, en cierto sentido, inabarcable. Sin embargo, mi propio recorrido de este trayecto me hace ver que tanto el docente como el alumno aprende metódica, gradual y racionalmente pero también sorpresiva, intuitiva y anárquicamente.

A pesar de esto, los conocimientos ofrendados entre docente y alumno año tras año no son copias idénticas de la misma situación del año anterior. Más allá de las diferencias coyunturales, de interlocutores y situaciones comunicativas, uno mismo, como ser humano, se ha transformado: ha adquirido y ha eliminado, ha consumido y ha consumado, ha producido y ha procesado. En fin, ha pasado por la experiencia y nadie sale idemne de eso, afortunadamente.

En mi caso particular, articulo ampliamente mi experiencia docente con mi experiencia laboral fuera del aula. Mi trabajo de relacionista pública con cuentas de lo más variadas hace que pueda brindar luz sobre la teoría relatando casos, anécdotas, errores y logros de mi propio historial. Esto acerca al alumno a una experiencia tangible y lo ayuda a visualizar con mayor exactitud la verdadera esencia de la asignatura y la implementación de ésta en la praxis social.

Por otra parte, una de mis exigencias en lo que respecta a la producción del alumnado es el arduo trabajo individual durante la cursada para luego organizar el trabajo final en equipos y con propuestas aplicables a la realidad. En lo que a esto concierne, incentivo un cierto clima de sana competencia tomado como ejes tres variables: pertinencia, creatividad y aplicabilidad; en síntesis, lo que comúnmente se denomina criterio profesional.

Si bien años anteriores fueron propicios para que emerjan temáticas vinculadas con lo social, este año encontré en los alumnos mayores inquietudes en desarrollar trabajos que los entrenen en la materialización de una clara mirada a-priori, que está más vinculada con comunidades artísticas, ecológicas, altruistas, con un claro concepto del trabajo independiente y con altas posibilidades de concretar la propuesta.

El profesional bien entrenado sabe que la creación es rupturadora, es imprevisibilidad, es cuestionamiento del dogma, es que, parafraseando a Flaubert, el árbol deje de ser árbol. Ese quiebre debe ser intenso en cuanto a contenidos y pertinente en cuanto a lo conceptual (conceptos, luego productos!), pero también debe tener actualidad en cuanto a lo temporal. Siempre hablo de la importancia de olfatear y decodificar el signo de los tiempos. Creo que hoy vivimos en tiempos de emergencia y de urgencia. Emergen diversos

conceptos que estaban enterrados, y esto provoca una mayor transparencia, una quizás cruda pero sana y veracidad. Esto por un lado alivia pero, por otro, lanza una importante carga de responsabilidad: historizarnos. Esto fuimos, esto somos, esto deseamos ser, bajo la implacable luz del mediodía.

Asimismo, vivimos los tiempos de la urgencia. Esta historiación, este proceso entendido como adquisición gradual de conocimientos sobre el mundo y sobre uno mismo dentro (o fuera) de él, esta recuperación de identidad como cuerpo propio y como cuerpo social que transitamos debe devenir, debe prolongarse rápidamente en productos, en la contundencia de la cosa formada. Debemos explicarle al mundo quiénes somos, y debemos explicárselo ya.

Atentos al progreso.

Oscar Desplats y Ricardo Desplats

Si repasamos un poco nuestra corta historia de país joven, pronto descubriremos un típico afán de nuestra sociedad por mantenerse al día con los acontecimientos ocurridos en el resto del mundo. Actitud justificada por cuanto gran parte de los que la integramos somos “descendientes de los barcos”.

Por supuesto que el motivo de esta mirada atenta hacia Europa y el resto del mundo, tiene no solo orígenes filiatorios sino que también mantiene la continuidad de lazos culturales naturales acrecentados por los frecuentes viajes al viejo mundo, durante décadas, de los representantes más conspicuos de nuestra literatura, música, bellas artes y del pensamiento humanístico y devueltas con reciprocidad por las más importantes personalidades del mundo.

Naturalmente, la actitud de atención hacia el progreso del viejo continente y la predisposición para adquirir la tecnología resultante de esa actitud progresista estaba encarnada tanto por el interés de empresarios particulares como al cumplimiento de objetivos del Estado.

Pero el interés no se reducía a los hechos culturales y políticos, sino también a los descubrimientos científicos y las invenciones tecnológicas, que en algunos casos como la fotografía, la radio, la cinematografía, eran importadas al país al poco tiempo de haberse dado a conocer en su país de origen.

El empuje de muchos empresarios, que importaron de los países fabricantes, el equipamiento y la tecnología necesaria, dio nacimiento a muchas empresas productoras de bienes y servicios, pero también a emprendimientos, (a veces con perfil de aventura), que, por ejemplo, en el área de las comunicaciones, sentaron un precedente de interés nacional.

Los porteños, que ya habían visto surcar sus cielos con globos aerostáticos y aviones primitivos, fueron también espectadores atónitos ante las transmisiones radiales pioneras en el mundo y disfrutaron de las primeras experiencias cinematográficas, participando no solo como usuarios sino también como protagonistas creadores del impulso generacional de la época.

Tal desarrollo cultural en un país joven, hacía del mismo un destino inmigratorio tan atractivo como los EE.UU, y entre tantos llegados a la Argentina, un italiano, Don Quirino Cristiani, habría de realizar, con la colaboración de empre-

sarios cinematográficos y dibujantes nativos, los primeros trabajos de animación filmados en el mundo.

En síntesis, podemos decir que sea por razones de intereses comunicacionales del Estado o por desarrollo de las actividades primarias en el agro, la industria y el comercio, la Argentina siempre se proveyó de los elementos necesarios a través de la importación, complementada con la fabricación por pequeños industriales, de repuestos fundamentales para el mantenimiento.

Recién cuando las crisis que culminaron en las dos guerras mundiales, incomunicaron al país con el resto del mundo, se incrementaron los esfuerzos a favor de una industria nacional, pero lamentablemente esta nunca llegó a una total independencia de los insumos importados, ni tampoco se mantuvo al día con las Industrias de pos guerra, como por ejemplo la de los plásticos, electrónica e informática. Por lo tanto el mantenimiento de medios comunicacionales o artísticos como la fotografía, la cinematografía, la radio y la televisión, en pleno desarrollo en el país, quedaron a merced de las variaciones monetarias y políticas de apertura y cierre de importaciones. De todas maneras, la informática estuvo presente tempranamente en el país, a través del uso de los primitivos perforaboverificadores por entes estatales y grandes corporaciones.

Pero cuando arribaron las Personal Computers, con hardware de precios más accesibles, y con Software de manejo más sencillo, rápidamente en el país se tomó conciencia de la importancia que habría de tener tanto en la comunicación como en la enseñanza. Por supuesto, argentinos al fin, mientras los verdaderamente interesados en mantenerse al día con los modernos sistemas de trabajo, de comunicación y de servicios, adoptaron inmediatamente la informática en variados usos y bregaron por su incorporación a la enseñanza, otros, como siempre, miraban de reojo la alternativa de “competir con las máquinas”, tal como sucedió con el fallido intento de instalar el uso de la imagen televisiva en el aula, como herramienta didáctica. La provisión (donación) de televisor y casetera, y la creación de “Centros de televisión Educativa” estatales, con plantas propias, personal técnico, maestros y profesores guionistas para producir material audiovisual, resultaron un proyecto fallido que terminó con el televisor instalado en la sala de la Secretaría o en el Patio de juegos.

Cuando la informática ya se había instalado en el uso popular en forma de videojuegos, manejados con mayor habilidad por la población en edad escolar que por los adultos, el acelerado desarrollo de las nuevas tecnologías tuvo inmediata aceptación por parte de los jóvenes. Rápidamente una generación ávida de seguir avanzando en su uso más allá de los videojuegos, reclamó la enseñanza que habría de cambiar las formas de producción de proyectos de diseño y comunicación. La Universidad de Palermo, en forma similar a otros centros de enseñanza privados y públicos respondió a esta demanda, incorporando la enseñanza de los programas de la nueva herramienta digital a las carreras de diseño y comunicación. En pocos años la presencia de estos jóvenes ha modificado los productos del mercado del diseño gráfico y del comunicacional en general, agiornando formas de expresión y estéticas expuestas en sus diferentes áreas. Por lo