

el país y que todos esperamos sea superada, pero que seguramente atrasará la renovación de tecnología por su origen importado y por su costo. La creciente complejidad de los programas digitales y el enorme abanico de posibilidades ofrecidas por los mismos en todos los campos audiovisuales, desde los videojuegos tridimensionales hasta los shows totales exigirán más conocimiento y más creatividad, por parte de artistas y técnicos.

Cuanto más se demore en iniciarse este proyecto, más tiempo e inversión costará transformarlo en una carrera profesional.

La productividad y la motivación desde las Relaciones Públicas.

Damián Di Pasqua

Sin duda la productividad del hombre, y por ende su motivación, ha sido considerada un factor de importancia en las organizaciones.

La motivación puede ser considerada y analizada desde el punto de vista individual del público interno (el empleado) y desde la óptica de la dirección de la Empresa; la cual, de la manera que encare este tema será determinante para producir en el personal reacciones positivas o negativas.

Uno de los públicos más importante que debe considerar el profesional de Relaciones Públicas es el interno.

Se trabajará estrechamente con los distintos públicos internos, con el objeto de conocerlos más profundamente y poder verificar que cada uno de los empleados transmita al exterior la filosofía de la organización.

La motivación es un motor que hemos de saber mantener en constante funcionamiento. El hacer las cosas es un compromiso voluntario de la persona, al que no se puede obligar pero si se puede incentivar.

Desde un punto de vista simple podríamos decir que los factores que inciden en la motivación dan un impacto sobre la conducta de las personas.

Es primordial entender que las personas no se motivan por un solo factor, sino que se motivan por una serie de factores; es importante comprender que a las personas las motivan distintas cosas y que además los factores de motivación cambian permanentemente de acuerdo a la situación particular por la que esté atravesando un individuo.

También encontramos ciertos componentes en el contexto laboral que generan un grado de desmotivación, tal es el caso de:

1. excesos de control.
 2. dobles mensajes.
 3. críticas negativas.
 4. falta de atención.
 5. reuniones improductivas.
 6. saturación de las capacidades personales.
- etc....

Cada persona se motiva a sí misma, pero necesita de ciertas condiciones externas que le permitan desarrollar y mantener un estado de motivación. Hay conceptos generales que ayudan y dan un valor agregado a la productividad; ejemplos puntuales y clásicos son los de infundir el "mirar a la cara, cerciorarse que se ha escuchado y entendido el mensa-

je, usar un lenguaje claro, dar ejemplos, dar razones, expresar claramente las propias expectativas

El profesional de Relaciones Públicas y la Dirección de toda organización deben saber que las recompensas financieras constituyen solo uno de los factores de motivación, que puede no ser el más importante.

Para motivar a la gente hay factores de gran importancia, ejemplos a tener en cuenta son:

- un saludo especial.
- una nota de felicitación.
- valoraciones.
- brindar mejoras.
- dar mas participación.
- llevar a cabo una interacción.
- estar cerca de los empleados.
- un plan de capacitación.
- una buena comunicación.
- trabajo en común.
- un elogio honestamente merecido.
- reconocimiento público.
- dar respuestas.

suele ser a veces de mayor efectividad que una determinada suma de dinero.

Desde el rol del relacionista público se puede establecer como un pilar de gran importancia de motivación el reconocimiento de los esfuerzos personales, el que la persona sienta que la organización para la que trabaja le importa su trabajo y se fijan en su desempeño. Desde ya la motivación esta relacionada con las necesidades de cada uno y tiene alto porcentaje en el comportamiento laboral.

Cualquier cosa es mejor que la indiferencia, incluso el comentar errores ó aspectos a mejorar, lo cual hecho de forma adecuada, contribuye a que la gente se esfuerce para alcanzar el nivel que se espera de ellos.

Una buena motivación genera una mejor productividad, desempeño, participación y mejor entendimiento por parte de los públicos internos.

Una realidad que pide (a gritos) ser representada.

Ariel Direse

A finales de los 90 en la Argentina, junto a la debacle económica y cultural producida en el seno de una crisis política demasiado extensa, los movimientos masivos y populares comenzaron a tener una presencia cada vez más significativa en los distintos ámbitos de nuestro país. El arte no fue ajeno a esto, no estuvo ni quiso ser excluido, y ello se puede observar en un doble sentido: en primer lugar porque también ocupó un sitio en esta movilización y por otra parte porque se vio obligado a testimoniar esos hechos que estaban ocurriendo. ¿Qué herramienta mejor que el cine, para llevar a cabo esta tarea?.

Hoy, en un compás de espera político, encontramos conformados y consolidados distintos grupos y movimientos cinematográficos, en principio y aparentemente, abocados a una misma tarea: «documentar la realidad». Cine-ojo, Cine In-