

Debemos los docentes esforzarnos por formar cada vez mejores profesionales y los alumnos exigir a los docentes y esforzarse en aprender y capacitarse permanentemente. Si logramos entre todos concientizar a las empresas del valor agregado que reciben al contratar un Organizador profesional de eventos, estoy convencido de que ese 95,7 % bajará significativamente y habrá muchas más oportunidades de trabajo para todos.

Qué tipo de eventos hay y dónde buscarlos

Luego de la crisis vivida por nuestro país en el último año y medio, las empresas han tenido que readaptarse a las nuevas reglas de juego; tuvieron que reacomodar las piezas después de haber cambiado radicalmente las estructuras del personal. Los equipos de trabajo sufrieron pérdidas e importantes cambios y los empresarios saben perfectamente que la mano de obra sigue siendo la base irremplazable de las industrias, comercios, servicios, etc.

Este contexto, hace inevitable la formulación de serias políticas de motivación para lograr achicar los efectos de esta situación y de esta forma, lograr una dotación de empleados altamente eficaces y productivos.

La mayoría de las empresas plantean un importante número de acciones motivacionales traducidas en fiestas para el personal, para sus familias, visitas al lugar de trabajo, reuniones de capacitación, actividades de integración de equipos de trabajo, convenciones para vendedores que incluyen viajes de varios días, etc.

Además, la necesidad permanente que tienen las empresas de promocionar sus productos y servicios y la cantidad de eventos promocionales que están generando, más los lanzamientos de nuevos productos al mercado con la necesidad que esto conlleva de promocionar y motivar a la fuerza de ventas, hace que el mercado esté en pleno desarrollo y ya quede en nuestras manos la posibilidad de aprovechar este momento histórico.

O somos profesionales y torcemos la historia o seguiremos conformándonos con ese 4,3% del total de los eventos. De nosotros depende.

Desarrollo de gestión personal.

Alejandro Guarrera

Los avances tecnológicos, la globalización, Internet, el desarrollo constante de nuevos productos, transformaron al mundo en un mercado que obliga a las empresas y profesionales a crear, casi a diario, ventajas competitivas.

El valor agregado que hoy un profesional de la comunicación esta obligado a generar permanentemente ya no sólo se consigue a través del control de estrategias de marketing. El factor determinante es, hoy, el desarrollo de capital humano, basado en lo que algunos hoy denominan Competencia de eficacia personal. ¿Qué significa esto?, comunicación, orientación al cliente, credibilidad, planteo de soluciones, análisis del discurso, trabajo en equipo entre el cliente y el profesional. Para lograr de este modo estándares en el servicio de gestión y captación de nuevos clientes. La nueva disciplina en el aprendizaje en el aula radica a mi entender como profesional, en apuntar a formar profesionales técnicos, pero con capacidad para diseñar estrategias y tener una visión integral de los negocios.

Los vertiginosos cambios han obligado, a competir con la diversificación de conocimiento, y por ende de servicios.

Hubo una etapa en la que había que convencer al empresario de que invertir en comunicación no era un gasto sino una inversión. Esa necesidad ya fue asimilada. Hoy, hay que explicarle a las empresas cómo obtener ventajas competitivas.

Transformarse hoy en un profesional consultor integral de negocios, capacitado para asesorar en estrategias, penetración de mercados y reducción de costos es lo importante para obtener resultados efectivos, mañana, Dios dirá.

Productos y procesos.

María Fernanda Guerra

Los dos conceptos a los que hace referencia el tema de estas jornadas académicas: procesos y productos; inmediatamente nos llevan a pensar la estrecha relación existente entre ambos términos, ya que uno estaría incompleto si no se relacionase con el otro.

Considero que reflexionar acerca de ellos, como opuestos complementarios, se hace necesario, en el momento de encarar el proceso enseñanza-aprendizaje.

Cuando pensé, cuales serían los objetivos durante la cursada de la asignatura Taller de Redacción Periodística, rescaté la necesidad de que exista una coherencia entre el proceso y el producto.

El producto de la cursada debía ser un trabajo de producción de textos periodísticos, más precisamente, los alumnos debían realizar, una entrevista periodística, cuyo formato implicaría la coexistencia de varias secuencias textuales: narrativa, argumentativa y dialogal; por lo tanto en el camino para llegar a ese resultado, era necesario la producción y análisis de los diferentes formatos del género periodístico. Los alumnos debieron realizar análisis de las distintas formas periodísticas, correspondientes a los géneros informativos, interpretativos, de opinión y de imágenes. Para poder hacerlo debían conocer las diferencias y finalidades de esos textos.

El periodismo informativo en sus diferentes estructuras de mensajes, tiene como característica principal, la tendencia hacia la objetividad, digo tendencia, ya que esta nunca se logra por completo, porque el mensaje es una construcción discursiva.

En los textos que pertenecen al género informativo, es importante, que las estructuras oracionales sean sencillas, para que la información llegue en forma clara y concisa al lector; los modelos que componen este género son: gacetilla, información, crónica, entrevista, biografía y nota. Los alumnos analizaron y produjeron esos modelos.

Durante la cursada, se realizaron análisis y producción de modelos correspondientes al periodismo de opinión: artículo, columna, comentario, crítica y editorial. En este género el periodista plantea, polemiza, aprueba o disiente acerca de ideas generales, sociales, políticas y culturales; es decir emite juicios de valor acerca de un tema o problema, dando forma y alcance al hecho periodístico.

Mabel Martínez Valle, en su libro "Medios gráficos y técnicas periodísticas" afirma lo siguiente: "la estructura del editorial es sencilla, abarca tres partes bien definidas: un encabezamiento que suele tener en sí un verdadero valor editorial, y expresa una opinión o da tono a todo el editorial; un desa-

rollo donde se da la información que le sirve de base y finalmente las opiniones estimuladas por el desarrollo, y a veces la explicación de las razones que apoyan esas opiniones.”. Las actividades desarrolladas durante la cursada, se basaban en la identificación, en los textos que pertenecen al género de opinión, de las tesis, es decir el tema general que aborda el periodista, la hipótesis, es decir ese tema contextualizado espacio- temporalmente, los hechos que respaldaban el argumento y las conclusiones del texto. El mismo trabajo de producción y análisis se hizo con todos los modelos.

Desafíos y perspectivas: calidad de contenidos en el marco de una buena propuesta de enseñanza.

Sergio Guidalevich

Algunas de las reflexiones y textos que siguen fueron presentados como Introducción a la propuesta solicitada por la Facultad, de “los 10 puntos, ¿Qué se enseña en mi materia?”, para el Foro de Intercambio Académico, IIª Edición, de agosto de 2003. Lamentablemente, dicho trabajo no se distribuyó entre los colegas participantes, como así tampoco los requeridos 10 puntos. Sólo se acercaron 5 ó 6 fotocopias de estos últimos cuando promediaba el desarrollo de las exposiciones.

Para estas Jornadas 2004 me he permitido revisar dicha Introducción incorporando algunas nuevas aproximaciones. Espero que sirvan para la discusión, que estimulen el intercambio y el enriquecimiento de todos en lo que hace a lo conceptual y a lo método-lógico en nuestras tareas en la Universidad, en torno del enseñar y del aprender.

[...] Lo conocía a través de algunas fotos de un fotógrafo famoso y creía estar preparado para la miseria humana, pero las fotografías reducen lo visible a un rectángulo. Lo visible sin marco siempre es algo distinto.

Antonio Tabucchi. Nocturno hindú

Como docentes del área de la comunicación, nos encontramos siempre insertos en esa discusión sobre el marco teórico en los distintos campos disciplinares del diseño, en cuanto a los posibles procedimientos que hacen a la producción y validación del conocimiento, lo mismo que a su utilización en la práctica. La metodología de análisis también está en discusión, lo que nos genera dudas y nos ubica ante diferentes puertas y caminos en nuestro rol de “vehículos” en la transmisión del conocimiento.

Como lo expresa Bachelard (1977) a raíz de lo que llama “crisis del crecimiento del pensamiento”, esto da lugar a la necesidad de re-crear el o los sistemas del saber, con la mirada puesta en el deseo de conocimiento, y, a través de él con la búsqueda y la reflexión, conseguir

- 1 -

superar lo que este autor denomina “obstáculo epistemológico”, obstáculo pedagógico en nuestra tarea docente.

Algunos de nuestros interrogantes giran en torno de las variadas formas de representación en el campo del diseño – incluidas las simbólicas – que integradas o no, puedan favorecer los procesos de comprensión. Estas formas de repre-

sentación, como catalizadores de la cognición o el conocimiento, generan, una vez obtenido éste, la construcción del mundo de las apariencias, tal como lo describe Hanna Arendt (2002), que, establecido como verdad se convierte en “una parte del mundo. [...] El pensamiento permitió a los hombres adentrarse en las apariencias y desenmascararlas como ilusiones, incluso las que parecían auténticas”.

Cabe preguntarse, entonces, y de ahí nuestro epígrafe, sobre el rol que juega el observador, el espectador, y por ende nuestros alumnos, ante la realidad y sus imágenes y ante las imágenes en movimiento en particular, como disparadores en el análisis de las teorías que hacen al objeto de conocimiento en este campo disciplinar, como confluencia entre las ciencias sociales, el arte y las nuevas tecnologías. Nuevamente debemos citar una reflexión de Bachelard (1957), quien escribió que “[...] la imaginación, en sus acciones vivas, nos desprende a la vez del pasado y de la realidad”.

Pero hablar de teorías o de una teoría implica, según lo describen Klimovsky e Hidalgo (1998), el abordaje de las suposiciones hipotéticas en torno del marco conceptual, a pesar de Althusser (1974), que opina que “una teoría no constituye realmente conocimiento, sino un arma para golpear al mundo y obtener luego conocimiento”.

Pensando en nuestra actividad de enseñanza universitaria, los estudiantes desarrollan sus procesos, sus trabajos, a través de la utilización, reflexiva y crítica, de esas formas de representación que, además de influir en lo que pensamos, influyen en cómo lo pensamos para permitir la construcción del conocimiento.

Y como las teorías son simbolizadas por personas que muchas veces se identifican con teorías (Camilloni, 1996), debemos dejar en claro que las prácticas de enseñanza las definen en torno del tratamiento de los objetivos, de los contenidos, del método y los problemas en las estrategias de enseñanza – como ya lo he descrito en varios trabajos presentados y publicados anteriormente – por ejemplo, la dimensión en torno del llamado “pensamiento del docente experto, los implícitos del discurso comunicacional, y los procesos de negociación de significados” (Litwin, 1999), lo mismo que las variaciones en el arte de narrar que encara el docente. Para potenciar la propuesta pedagógica, generando vínculos y estrategias que favorezcan la comprensión, se debe

- 2 -

estimular en los estudiantes la necesidad de compartir y negociar, especialmente significados, a través del llamado “contrato” con ellos, a pesar de la opinión a la que acuden algunos teóricos, en el sentido de una crisis de instrumentos por la obsolescencia atribuida a las destrezas adquiridas en el pasado, como son la lectura y la escritura.

Partimos ubicando al cine, y a las imágenes en movimiento en general, como objetos de diseño, que articulan el proceso a través de esas formas de representación como medios para representar lo que pensamos. Estas formas se construyen como puente entre el pensamiento y su comunicación, presentes en cualquier actividad que utiliza y aplica variadas habilidades cognitivas.

En varios de sus escritos, Hans-Georg Gadamer, por ejemplo, desarrolla su posición de que el arte también es conocimiento, visto como un proceso de construcción y reconstrucción continuo, lo que nos acerca más estrechamente al concepto de diseño al que alude Simón Feldman en varios de sus textos más recientes, y que nosotros, como docentes universitarios,