

daron aquellas teorías que suponían un espectador pasivo y contemplativo. El espectador y su momento receptivo, es parte integral del proceso audiovisual, su mirada no es inocente, se posiciona como receptor munido de esquemas previos, hipótesis ya hechas, así como también deseos y expectativas que motivan su búsqueda. Es importante enfocar con claridad este momento del proceso audiovisual, ya que como creadores y productores, así nos desarrollemos en publicidad o comunicación, o nos aboquemos a productos cinematográficos o televisivos, no podemos descartar la importancia que el momento receptivo tiene en el proceso total. Debemos pensar las variables sociales e históricas que se cruzan en él, y en las características individuales y grupales que lo determinan; así como también debemos tener presentes la construcción que nosotros hacemos del espectador medio desde nuestras expectativas, y la posible efectividad que buscamos con nuestro producto según nuestros fines.

Por otro lado, es necesario tener en cuenta este aspecto del proceso audiovisual, cuando somos receptores. No sólo cuando somos espectadores, que lo somos siempre; sino también como analistas, como teóricos y como críticos. Ser concientes de las posibles variables que se articulan en nosotros como receptores, y potenciar en cierta medida la productividad de este momento del proceso. Conocer los diferentes mecanismos que dinamizan la posición del espectador, nos ayuda a discernir con claridad, y a abordar con mayor profundidad el proceso audiovisual que se nos antepone. Ser concientes de la conjunción de parámetros que se articulan en nosotros (sociales, históricos, culturales, psicológicos, preferencias, etc.) nos da las claves para plantear con la mayor objetividad posible nuestra tarea de analistas o críticos. Es necesario y fundamental abordar este proceso dejando de lado nuestros gustos personales, nuestros estados anímicos ocasionales, y nuestros prejuicios en general. Ser críticos de una obra audiovisual no significa decir que es buena o mala, regular o excelente. Ser crítico es ir al fondo de la obra, al análisis de sus intenciones, y a la evaluación de sus objetivos logrados en base a éstas. Es buscar los puntos valiosos si los hay, ponerlos en correspondencia con la obra misma, y también con otras obras. Es evaluar el lugar que le corresponde a esta obra en su momento histórico. Existen muchas otras variables a tener en cuenta, a pesar de que se hayan nombrado sólo algunas. El crítico/analista debe ser lo suficientemente abierto y creativo para lograr encontrarlas y exponerlas. Sobran ejemplos de casos y artistas, que incomprendidos por sus congéneres, sólo encontraron el reconocimiento que el tiempo de la historia restituye con justeza. ¿Cuántas obras de arte que hoy cuelgan en espacios privilegiados en los museos y que cotizan millones, fueron denostadas por la crítica contemporánea? Por otro lado, tampoco hay que dejarse llevar por modas pasajeras, que sobreestiman determinados acontecimientos artísticos, sin preguntarse demasiado por su verdadero valor.

Saber “mirar”, con todo lo que esto incumbe. Estar abiertos y, por sobre todo, desplegar todo el poder creativo que puede fluir libremente en la experiencia de ser espectadores. Ya se señaló más arriba, que ser espectador es un acto dinámico, no pasivo. Siempre ejercemos esta opción, conciente o inconcientemente. Está en nosotros el empleo que hagamos de este saber “mirar”. No olvidemos que los procesos creativos se consolidan o no, a lo largo de la historia, más allá de opiniones y políticas. El poder creativo del crítico/analista, sirve para preanunciar estos movimientos y entenderlos más acabadamente. No lo desaprovechemos.

¿Cómo enseñar a preguntar?

Silvia Porro

Cuando al alumno se le plantea un tema y se lo aborda desde lo teórico y se va preguntando a lo largo de la clase si entienden, generalmente contesta que sí.

Grande es la sorpresa que nos llevamos cuando al plantear un trabajo, esos alumnos que contestaron afirmativamente comienzan a tener tantas dudas que nos llevan en algunos casos al comienzo del tema ya tratado o lo que es peor, al concepto fundamental del mismo.

Eso hace que cunda el desaliento en el aula y sentimos que la explicación no fue la correcta.

Desaliento para el profesor y para los alumnos que realmente creían haber entendido.

Sin embargo básicamente lo hicieron o creyeron hacerlo, sino, no se entiende porqué no formularon antes esas preguntas.

¿Qué pasó?, la explicación no fue clara?. No estaban escuchando?, ¿no fue amena la clase?, ¿se aburririeron y no nos siguieron hasta el final?, ¿fue demasiado larga la disertación?

Sin embargo cuando el alumno al retirarse del aula agradece al profesor, es porque esta fue por lo menos agradable y diría más, si agradece es porque cree haber aprendido y haber sacado provecho de la misma.

¿Por qué entonces en el momento de la aplicación de los conocimientos comienza a dudar? y recién ahí pregunta.

Es desidia?, vergüenza ante los compañeros?

Esto me ha pasado muchas veces y me llevó a invertir el orden del aprendizaje para que aprendan a preguntar.

Sobre todo para que se pregunten a sí mismos si es correcto lo que entienden.

Hasta los más sagaces se dan cuenta que el planteo del profesor no iba por ese lado sino por otro, cuando alguien se atreve a hablar y la respuesta no es la que esperaban.

A veces una pregunta capciosa o el interrumpir la clase con un interrogante a uno mismo, hace que todos despierten de la pasividad del pensamiento lineal para dar rienda suelta a la incorporación real del concepto que se está tratando.

Cuando se plantea un trabajo práctico antes de comenzar con el tema designado se obliga al alumno a no pensar en abstracto, sino en la aplicación inmediata de los conceptos que está escuchando y se logra que el problema más importante para él, poder resolver el trabajo para aprobar, lo motive de tal manera que sus preguntas referidas a la práctica lo llevan a la mejor comprensión del tema.

Pero entonces al profesor le surge la duda ¿comprendieron el concepto? Lo podrán aplicar en otro contexto?

Es acá donde con un viraje abrupto puede sacar nuevamente al alumno de la linealidad, planteándole otra duda sobre lo que entendió y llevándolo al meollo fundamental de la comprensión del tema que deseáramos que fuera total.

Hacer que pregunten no sólo hace la clase más amena, los obliga a participar desde el cuestionamiento a sí mismos y al profesor, lo que por supuesto puede a veces ponernos en un aprieto del que debemos saber salir airosos.

Este proceso de obligarlos a preguntar por el afán de resolver un problema puntual, hace que pierdan el miedo a la pregunta fuera de lugar, pues sin la respuesta puede ser que no aprueben el trabajo que se les planteó, hace que aprendan a escuchar a sus compañeros, pues ahí también pueden estar sus propias dudas, esas que todavía no se plantearon y que en algún momento les surgirán.

El trabajo más difícil es hacerlos sentir seguros ante sus propias dudas, darle importancia al planteo de la pregunta para que sigan cuestionándose el tema y la comprensión del mismo, sin que se sientan disminuidos por sus dilemas ante sus pares.

Promover la respuesta entre ellos para ver cual es la línea de pensamiento que están llevando a cabo y así poder intervenir formándolos en sus cuestionamientos, es nuestro siguiente trabajo.

Pues la información puede extraerse del libro adecuado, pero arribar a la correcta interpretación del conocimiento que nos brinda es posible si se llega al concepto del mismo haciéndonos las preguntas correctas. Dándole al tema tantas vueltas como sea necesario para estar seguro de todas sus implicancias.

No es fácil que pregunten sin hacerse problemas por la pertinencia de lo preguntado, pero es según mi punto de vista necesario y facilita nuestro trabajo, brindándonos una visión más clara de la comprensión de lo expuesto por nosotros y de lo aprendido por los alumnos.

La importancia de contar con un área de cursos “In Company”.

Claudia Preci

Este año sentí la necesidad de reiterar un tema planteado hace dos años como proyecto institucional.

El trabajo consiste en fundamentar la importancia de contar en la facultad con un área destinada a ofrecer cursos a empresas dictados por profesores de la Universidad de Palermo y con la entrega de certificados una vez finalizados, otorgados por la institución.

Las empresas requieren constantemente de cursos para elevar el nivel de sus empleados. Ya no se conforman con los títulos de grado o postgrados obtenidos sino también se pide actualización y capacitación constante del personal y especialmente del que representa el management de la organización.

Las empresas miran hacia las universidades buscando cateóricos, nuevas ideas, investigación y respuesta a muchos problemas planteados cotidianamente.

El campo de los cursos mencionados anteriormente creció considerablemente en los últimos años, aún la crisis económica que produjo un repliegue que obligó a las empresas a reducir sus costos de capacitación, pero no a detenerlos.

Según lo investigado casi todas las universidades de prestigio ofrecen este tipo de servicios denominado Cursos “In Company”.

Este tipo de capacitación debe tener como características indispensables los siguientes aspectos:

- Los programas deben estar adaptados en tiempo y forma a las necesidades y requerimientos de las empresas solicitantes, muchas instituciones adoptaron el concepto de cursos diseñados a medida.
- Deben ser dictados por profesionales, profesores en actividad académica.
- Se llevaran a cabo tanto en la institución (Universidad de Palermo), como también el profesor o profesores se trasladaran a las empresas.
- Se otorgaran certificados una vez finalizados los cursos.
- Es importante también el que una vez terminada la capa-

citación y durante la misma los participantes puedan acceder y tener contacto con los docentes mediante consultas online a través de la Web Site de la Universidad.

Las empresas argentinas han comenzado a generar en los últimos años importantes reconversiones en sus estructuras de organización. Entre estas transformaciones, una de las más trascendentes fue la necesidad de acelerar la profesionalización de los cuadros gerenciales.

El tipo de capacitación no es el mismo de hace años, antes se profundizaba más en los aspectos técnicos, hoy se vuelca más a lo actitudinal.

Un trabajo de investigación llevado a cabo este año con alumnos de la carrera de Relaciones Públicas, y basado en un estudio anterior realizado por la Consultora Analogías, contando con las respuestas de 220 responsables de capacitación pertenecientes a las empresas que integran el ranking de las 1000 que más venden en la Argentina, aporta precisiones sobre estos y otros aspectos.

Al ser consultadas sobre los temas de capacitación en management que más les interesan, 49 % de las empresas seleccionaron la comunicación

El liderazgo ocupó el segundo lugar, con 42% de las respuestas. Los temas de atención al cliente alcanzaron un 40%.

Los temas “calidad” y “desarrollo de recursos humanos” obtuvieron el 30%. Mientras que “conducción” y “motivación” fueron temas mencionados por el 35%.

El “cambio organizacional” suscita el interés de 25% de los consultados, particularmente entre las empresas privatizadas y las de mayor número de empleados. Por su parte, conflicto y negociación obtuvo el 40% de las menciones y “dinámica de grupo/ trabajo en equipo” fue señalado como importante también por el 40% de las empresas.

Ranking de los temas de mayor interés sobre capacitación:

1. Comunicación.
2. Reingeniería de Procesos y Liderazgo.
3. Atención al cliente.
4. Conflicto y negociación.
5. Dinámica de grupo.
6. Conducción y motivación.
7. Calidad y desarrollo de RR.HH.
8. Cambio organizacional.

Cuando se solicitó a los entrevistados que otorgaran puntajes (de 1 a 4) a los aspectos que consideran relevantes a la hora de seleccionar una empresa proveedora para llevar a cabo actividades de capacitación, optaron en primer lugar por la “calidad de los instructores”, El “prestigio de la institución” y la “calidad de la tecnología educativa y de los materiales” compartieron el segundo lugar. El “precio” fue ubicado como un aspecto poco considerado.

Al considerar los atributos que un instructor debía reunir para poder realizar un trabajo de capacitación eficiente, todos los aspectos evaluados por los entrevistado fueron considerados muy o bastante importantes. Sin embargo, de acuerdo con la frecuencia relativa, es posible distinguir dos grupos de respuestas: en primer lugar se ubicó el atributo “tener habilidad como facilitador”, le siguieron “poseer know how teórico – práctico sobre el tema”, ser “un buen expositor”, “armar una buena relación con los participantes” y “presentar información novedosa”.