

hecha con anterioridad respecto de ciertos temas.

Luego de haber encaminado el concepto, se articulan ambas piezas, logrando encarar el trabajo unidireccionalmente, apuntando a un solo fin.

Para concluir, creo que siempre en un proceso-aprendizaje, que se apoye en la interactividad entre docente-alumno, asumiendo nuevos roles, donde la experimentación de lo teórico siempre termine con un práctico, después de transitar un proceso evolutivo; sobre todo en un área de alta complejidad como la comunicacional, en donde la sociedad valora y exige más a las universidades en su compromiso de formar profesionales, que van a desenvolverse en ámbitos altamente desarrollados y competitivos, el desafío es mayor, el trabajo más comprometido, la dedicación absoluta, y la recompensa, un sostén para una actividad tan honrosa como la docencia.

## Capital humano.

Cristina López

Para los futuros profesionales que hoy estamos formando quisiera destacar algunas de las características que considero importantes para desempeñarse en el ámbito laboral: profesionalismo, negociación, creatividad, experiencia, cambio, disciplina, liderazgo, compromiso.

- **Profesionalismo:** Si bien el objetivo fundamental de la universidad es dar al mercado alumnos transformados en profesionales, el profesionalismo pasa muchas veces por la experiencia laboral. Cada día que trabajamos, cultivamos experiencia, implementamos métodos, generamos herramientas, rompemos paradigmas; de esta manera estamos alimentando nuestra profesión, y desarrollando el profesionalismo.
- **Negociación:** Las situaciones entre seres humanos pueden ser algunas veces superficiales, otras importantes y muchas de ellas complejas y difíciles. Para estas últimas es importante saber negociar, ya que estas clases de situaciones llevan muchas veces a conflictos insalvables. Negociar es saber escuchar y salvar esas situaciones más allá de las palabras. Lo más importante es tener en claro que existe un conflicto que siempre aspira a tener solución.
- **Creatividad:** porque podemos transformar la manera de hacer las cosas, porque las compañías son más voraces que en el pasado y quiebran paradigmas y acuerdos entre lo tradicional y establecido con lo novedoso y desconocido.
- **Experiencia:** Muchas compañías han adoptado la manera de llegar con sus productos o servicios al consumidor tentado con vivenciar una experiencia distinta. La experiencia con el cliente empieza desde que este realiza el primer contacto con la empresa que presta el servicio, desde que lo atiende una recepcionista y lo deriva a la persona correcta, hasta que la cobranza fue realizada y le solucionaron cualquier inconveniente. Depende como vivencie el cliente esos momentos de contacto que tuvo con la compañía va la experiencia positiva o negativa.
- **Cambio:** Vivimos en un mundo de constante cambio, todos los mercados efectúan cambios. Debemos estar preparados para enfrentarlos, adaptarnos, aprender a acostumbrarnos y a frustrarnos. Será fácil no resistirse al cambio si tenemos los objetivos claros y las metas definidas.
- **Disciplina:** Si no existe esta característica en cualquier profesional, no llegará a concretar una carrera profesional

completa. Es fundamental la disciplina para concretar nuestras metas, objetivos, visiones y misiones.

- **Liderazgo:** Los líderes deben tener una visión clara de lo que quieren. Los líderes deben inspirar a sus seguidores y ayudarlos a conseguir esa visión compartida, generando confianza y compromiso de su gente. De ese modo formará un equipo de excelente desempeño. El desempeño del líder lo veremos reflejado en cómo trabajan las personas que están bajo su responsabilidad: su equipo.
- **Compromiso:** Si se logra una visión compartida y logramos enrolar a nuestro equipo en ella lograremos compromiso de nuestros recursos humanos. De esta manera el nivel de productividad de nuestro equipo será muy alto y las expectativas de cada individuo en este equipo será por un largo plazo.

Mientras las compañías ponen especial énfasis en saber cuánto cuestan los productos, que rentabilidad tienen, como se realizan los procedimientos, si el cliente está satisfecho, nosotros formamos profesionales que serán los responsables de hacer diferenciar una empresa de otra.

El mercado está pidiendo perfiles optimistas, gente positiva capaz de crear una visión prometedora y creíble para iniciar una nueva etapa de éxito. Que tengan los atributos y la capacitación necesarios para comunicar una visión a su equipo y generar el compromiso, motivación y entusiasmo para enfrentar dificultades, riesgos y cambios bruscos.

## ¿Está el Ceremonial en la Argentina condenado a no ser una disciplina autónoma?

Federico A. Luque

Alvin Toffler<sup>1</sup> considera la Historia como una sucesión de encrespadas olas de cambio, por lo tanto divide la civilización en tres partes: una fase agrícola - ganadera que abarca desde el 8.000 a. C. hasta los años 1650 - 1750 de nuestra Era, la primera ola; una fase industrial la segunda ola y una fase de tercer ola, que comenzó en la década de los años '50, momento en que los empleados y trabajadores de servicios superan por primera vez al de obreros manuales, se introduce el computador, los vuelos comerciales de reactores, la píldora para el control de la natalidad y muchas otras innovaciones de gran impacto.

Si deseáramos ubicar el origen de disciplinas como la Publicidad y las Relaciones Públicas a la luz de esa división, podría decirse que la primera de ellas nació cuando la revolución industrial estaba en su apogeo, para solucionar en parte el problema de la sobreoferta, es decir en la segunda ola, al igual que las Relaciones Públicas que en los albores del siglo XX se transformó en una disciplina independiente, con filosofía, ética, política, estrategias y tácticas propias, pese a que el origen del arte de la persuasión se pierde en la historia.

El Ceremonial, en cambio, es tan antiguo como el hombre mismo. Desde sus comienzos, el hombre, ser esencialmente social y gregario, se agrupa formando la horda, considerada el primer aglutinamiento social, inorgánico y nacido espontáneamente para satisfacer necesidades primarias. Luego deviene en clan, grupo más numeroso pero ahora establecido

bajo la autoridad de un jefe a quien se respeta, obedece y ofrece todo tipo de tributos y homenajes. El factor religioso y mitológico afirma la autoridad del líder, identificado con un tótem protector - un animal, planta, objeto o elemento propio del medio -, que caracteriza al grupo y es una especie de deidad protectora. Con el advenimiento de la esclavitud nace el sentimiento de temor y sumisión del vencido ante el vencedor, que lo lleva a desarrollar y mantener todas las formas posibles de adulación y propiciación. Por todo lo dicho, y volviendo a Toffler, se podría ubicar el origen del Ceremonial en la primer ola, no sólo por su remota génesis sino porque en su evolución histórica se constituyó en ese período en una ciencia con un objeto de estudio definido, con principios y técnicas de aplicación, donde está presente sin lugar a dudas la creatividad de quien la ejerce, convirtiéndola así también en un arte.

Mucho se ha escrito a lo largo de la historia sobre esta disciplina y muchas han sido las civilizaciones que hicieron un culto del Ceremonial. Las más antiguas recopilaciones de normas, en todo el mundo, son atribuidas a Chou Kung, fundador de la dinastía Chou en China, que vivió en el siglo XII a.C. Los textos faraónicos, por otro lado, hablan del ritual que ordenaba las ceremonias oficiales y religiosas y del orden estricto en que se desarrollaba, en Egipto, la vida de los gobernantes y las personalidades de la corte.

Kung fu - Tzu, más conocido como Confucio; Su Santidad el papa Julio II; Paris de Grassis, maestro de ceremonias de la Capilla Sixtina; Sebastiao José de Carvalho e Melo, marqués de Pombal; Gustavo Adolfo y su hija Cristina, soberanos suecos del siglo XVII, son algunos de las personalidades que estamparon su impronta en la evolución del Ceremonial. Sus ideas fueron hitos que marcaron el rumbo para sistematizar esta disciplina y hacerla universalmente aceptada.

En nuestro país se destacaron estudiosos que consideraron al Ceremonial como un conocimiento profesional imprescindible para el diplomático, como es el caso del embajador Adolfo J. de Urquiza, o una religión del arte de la vida, como es el caso del embajador Jorge G. Blanco Villalta, que compartió el sentido íntimo que condujo a las grandes dinastías chinas a considerar las normas del comportamiento como una moral de la actitud. De larga actuación en el campo diplomático, tuvo siempre la firme vocación por promover la enseñanza de las normas del ceremonial. Consideraba la práctica del mismo un arte singular y una disciplina que tiene su base en las normas de la buena educación. Fruto de su labor docente es el Instituto Argentino de Ceremonial, que lleva su nombre, y la Academia Argentina de Ceremonial. Sus obras «Ceremonial» y «Ceremonial, una filosofía del tercer milenio» fueron calificadas como las más importantes y eruditas en esa materia en lengua castellana. Quienes tuvimos el honor de ser sus alumnos sabemos de su pesar al ver la poca importancia que se le daba a la materia en los planes de estudio de la carrera de Relaciones Públicas y aún en el Instituto del Servicio Exterior de la Nación, cuna de nuestros diplomáticos. Hoy, todavía, hay universidades que no la han incorporado como asignatura.

Pero no fue en vano su prédica. Poco a poco se fue incluyendo el estudio del Ceremonial en diferentes carreras hasta llegar a «compartir cartel» con otra ciencia en la nominación de una carrera terciaria: la tecnicatura en Relaciones Públicas y Ceremonial Empresario. En la actualidad son varios los institutos, públicos y privados, que en todo el país dictan cursos de ceremonial, incluso universidades nacionales, como la de

Buenos Aires, han incluido su enseñanza como extensión universitaria. Pero en la práctica aún se lo considera una incumbencia profesional - función específica o alcance - de las Relaciones Públicas. ¿Por qué? Porque hace un invaluable aporte a la imagen de los estados, instituciones y empresas; sin descartar la incidencia que tiene en la imagen personal de funcionarios y hombres de negocios.

Al no existir una carrera universitaria que forme ceremonialistas, la mayoría de los cargos públicos correspondientes a esa área están cubiertos por personal administrativo o designado políticamente, que se fue «haciendo» con el ejercicio profesional y la experiencia, complementado esto con cursos que le permitieron alcanzar la capacitación adecuada y que los transformó en excelentes especialistas en la materia. Hay otros que ocupan circunstancialmente esos puestos sin conocer la disciplina, caso muy común en los municipios del interior, y deben poner en juego una gran dosis de sentido común y creatividad para salvar los escollos que diariamente se les presentan. Algo similar ocurre con las ONGs, instituciones y empresas. Generalmente los licenciados en Relaciones Públicas asumen el rol de ceremonialista aunque no lo consideran como algo «central» en su profesión. Hay que reconocer que los pioneros de las Relaciones Públicas, entre otras ciencias, no contaron con una educación formal para alcanzar la idoneidad, y se transformaron, más tarde, en los primeros maestros de la recién creada carrera que ellos mismos propulsaron. ¿Pasará lo mismo con el Ceremonial? Planteado de esa manera, todo indicaría que podría seguir los pasos de las Relaciones Públicas y llegar a convertirse en una carrera de grado. Si fuese así, no deberíamos desdeñar los consejos que sobre marketing nos brinda un especialista de la talla de Al Ries<sup>2</sup>. Él sostiene que «la guerra del marketing es una actividad intelectual, cuyo campo de batalla es la mente del consumidor» y que nadie recuerda el nombre del segundo navegante que llegó a América, pero sí quién fue el primero, Cristóbal Colón. Aplicado esto al tema que nos ocupa, nos está diciendo que todos recordarán a la primera universidad que dicte la carrera de Ceremonial, y que no pasará lo mismo con aquellas que lo hagan a posteriori. Además Ries enfatiza que no importa ser los mejores sino los primeros, para posicionarse en la mente de los públicos. Pero como todo proyecto serio, es menester hacer previamente un minucioso estudio de mercado para determinar fehacientemente su aptitud, factibilidad y sobre todo su aceptabilidad.

Casualmente, esto último nos lleva a la siguiente reflexión. La estirpe argentina, libre desde que nació, es poco ceremoniosa y tiene mucho de informal, en contraposición con aquellos pueblos que han soportado la esclavitud y que tuvieron, o aún tienen, regímenes monárquicos de gobierno, y por eso son más apegados a las formas y al protocolo. Vemos a diario, en nuestro país, como se vulnera el ceremonial, pero no por parte de la gente común, que no tiene por qué conocerlo, sino por nuestros más altos funcionarios. La informalidad extrema, en aras de un populismo mediático, atenta contra nuestra imagen como nación y favorece el surgimiento de una cultura chata, mediocre y chabacana carente de sentido ético y estético y donde la educación no es un valor primordial. Intentar revertir esta situación es casi como pelear contra molinos de viento.

Suponiendo ahora que eso se logre, ¿cuál sería el ámbito laboral de los flamantes profesionales? Por el momento, me animaría a decir sin temor a equivocarme, la administración

pública. Pero ¿son tantos los puestos a cubrir si contamos los organismos nacionales, provinciales y municipales? ¿Y con qué periodicidad se renovarían si se considerara a esos cargos no políticos sino más bien técnicos? A esto hay que sumarle que como consecuencia de la difícil situación económica que atraviesa el país, desde ya hace varios años el Estado está imposibilitado por ley a contratar e incorporar nuevo personal, aunque siempre existen las excepciones. Entonces ¿cuántos profesionales por año deberían salir al mercado para poder insertarse laboralmente en ese nicho con éxito y sin saturar la plaza?

Por otro lado sabemos que el Ceremonial dejó de ser patrimonio exclusivo del ámbito oficial, diplomático y religioso, para extenderse en su aplicación al corporativo, institucional e incluso al deportivo, y quienes cumplen esas funciones si no son los profesionales de relaciones públicas son las secretarías de directorio habitadas a un contacto frecuente con autoridades, empresarios y grandes clientes. Creo que a esta altura de nuestro ejercicio mental de confrontación, y sopesando las fuerzas y debilidades, amenazas y oportunidades de la actual situación, parecería que la pregunta formulada como título de este escrito podría ser una verdadera afirmación.

El debate queda abierto. Quizás en un futuro la situación planteada varíe. Entonces habrá que estar atentos a los cambios para modificar las estrategias al ritmo de ellos, y como recomienda Al Ries ser los primeros en lanzar esa carrera de grado.

Otra alternativa digna de ser considerada y analizada es convertir al Ceremonial en una especialización de posgrado para los egresados de la carrera de Relaciones Públicas, habida cuenta de lo vasto de la materia y las lagunas existentes en los planes de estudio de algunas universidades. Sea como sea, no olvidemos ese dicho popular que dice: «El que pega primero, pega dos veces».

#### Referencias

<sup>1</sup> Autor de «La Tercera Ola».

<sup>2</sup> Consultor de marketing estadounidense.

## Reflexiones sobre el retrato fotográfico.

Michel Marcú

Este trabajo tiene por objetivo abrir una instancia de reflexión ante el trabajo de retratar fotográficamente a seres humanos más allá de los requerimientos técnicos y de iluminación que conforman el escenario del retrato. La profundización en la esencia del arte de retratar está vinculada con un trabajo de introspección por parte del fotógrafo; en correspondencia con su deseo de traer al retratado con la mayor riqueza y sutileza, realiza una tarea en espejo al traerse a sí mismo y al observarse en el momento de accionar el obturador de su cámara.

Quizá lo más importante en el retrato fotográfico sea el estudio de la mirada del retratado. Fotografíar es mirar y es también la mirada del otro. La mirada a la cámara es una situación de particular relevancia cuando se comienza a indagar en el porqué, en el qué sucedió durante la toma. El fotógrafo que retrata a un personaje mirando a cámara está ocupando transitoriamente el lugar de todos los espectadores que se encontrarán luego frente a la imagen fotográfica.

Podría decirse que es el representante de todos ellos. Y lo que se observa prioritariamente es que la mirada directa es un diálogo que no deja lugar para un tercero ni permite eludirse: yo hablo con el personaje, yo, fotógrafo cuando realizo la toma, yo, espectador cuando estoy frente a la fotografía. Y en este diálogo, mi mirada está unida indisolublemente a la del personaje. El no puede hacer de otro modo, quedó fija su mirada en el objetivo, y la mía queda atrapada en la línea de los ojos. Ante la fuerza de esta constatación se plantea que el diálogo que quedó establecido implica una complicidad y por lo tanto me obliga a admitir que yo sé de esa persona lo que los otros, los que no están incluidos en el diálogo, en la línea de las miradas, deben ignorar. La mayoría de las veces esa complicidad, ese secreto, no existen previamente, pero el acto fotográfico creó la necesidad de develarlo y, como espectador, me veré en el compromiso de seguir reflexionando. Nuevamente la metáfora del espejo adquiere vigencia cuando al ver los ojos del retratado, aquellos que le sirven para ver el mundo exterior, me siento impelido a aprehender lo que está del otro lado de esos ojos: su mundo interior.

Cuando el retratado no mira a la cámara se siente que deja un lugar para que el fotógrafo, y con él o después de él, los espectadores abran un espacio de comentario acerca de aquel o de aquella que está posando. Ya no se dialoga con el personaje, se dialoga entre espectadores, y el retratado adquiere la posibilidad de transmitir un mensaje de otro tipo, de construir un nuevo signo: aquello que mira o aquello que se supone que atrajo su mirada es ahora un elemento nuevo en la escena. Así como las líneas y las formas configuran signos plásticos que condicionan la lectura de la imagen, la dirección de la mirada es una línea de poderosa importancia en esta lectura. Surgen entonces las preguntas: ¿qué mira? o ¿dónde se perdió su mirada? A partir de allí la indagación sigue por nuevos rumbos que están vinculados con el encuadre, ya que es éste el que va a resolver mostrando u omitiendo el objeto de la mirada. Siempre hay un porqué, siempre hay una lectura de la imagen que se ocupa de los motivos del fotógrafo además de los que se atribuyen al retratado, la mirada del sujeto creó una expectativa y la reacción del fotógrafo está vinculada con esa expectativa.

También se establecen diferencias y, por lo tanto, nuevos motivos de investigación cuando la mirada se dirige hacia un horizonte lejano, como es el caso de un perfil, o cuando se dirige hacia las espaldas del fotógrafo como en un perfil de tres cuartos.

La pregunta es siempre la misma: ¿qué nos dice la mirada, qué nos quiere relatar? Obviamente algo nos dice el hecho de que se dirija hacia el horizonte, hacia el piso o a nuestras espaldas (de fotógrafo o de espectador), pero para conocer con cierta veracidad aquel mensaje, hay que desbrozar y podar aquello que suponemos que tiene que ver con la pose. La pose «manda» una actitud frente a la cámara, el retratado quiere decir algo pero también quiere que se piense de determinada manera al ver su imagen. Es una tarea difícil la de separar lo que pertenece a la pose de lo que en forma natural podrían mostrar los ojos. Esta tarea exige dedicar tiempo a mirar la imagen y dejar que las distintas capas de la connotación vayan apareciendo unas tras otras, las más ocultas, probablemente las más interesantes, demandarán más tiempo y más paciencia, más silencio y más introspección.

Siempre en la línea del retrato en profundidad, existe otro elemento sumamente significativo en la lectura de la lenguaje