

fallas que se producen de acuerdo a un modelo de funcionamiento de la “máquina”.

Los participantes entraron de un modo y salieron de otro (resultado).

Según las herramientas que utiliza más frecuentemente.

Sus principales herramientas son las que lo ayudan a coordinar esos recursos: contratos, manuales de instrucciones, check lists, cronogramas, guiones, etc.

El análisis de los seis ejes del evento como acción de comunicación.

Los seis ejes del evento como acción de comunicación.

A esta altura convendría identificar dos organizadores de eventos de visiones claramente diferenciadas, aunque tal vez complementarias. Uno, muy detallista y experimentado toma un conjunto de piezas sueltas y las compone en una maquinaria articulada a la perfección. El otro, quien también deberá construir una máquina, requiere planear junto con su comitente el para qué se la encargan, a quiénes van a aplicar el mecanismo y sobre todo, qué transformaciones debe producir el artefacto. Este planeamiento no es otra cosa que una indagación profunda sobre los elementos intervinientes en la acción de comunicación a emprender y cuyas particularidades son únicas en cada evento: el análisis de los seis ejes del evento como acción de comunicación.

La indagación

Identifiquemos entonces los elementos de este tipo de acción de comunicación y que constituyen los seis ejes de análisis del evento como tal:

Eje 1- Necesidad de hacer el evento. ¿Por qué se hace el evento? O mejor ¿Por qué se hace un evento en lugar de desplegar otra acción de comunicación institucional alternativa?

Eje 2- Mensaje ¿Cuál es el mensaje a transmitir? ¿Qué vamos a decirle al público presente? ¿Cuál es la frase cuyo efecto semántico movilizará al sujeto receptor en el sentido deseado?

Eje 3- Recursos ¿Cómo se lo vamos a decir? ¿A través de qué recursos? ¿Con cuáles metáforas? ¿Cómo se lo decimos mejor, más fuerte?

Eje 4- Perfil del público ¿A quién se lo estamos diciendo? ¿Quién es el receptor del mensaje? ¿Cómo vamos a captar su atención? ¿Qué necesidad insatisfecha satisface el mensaje en el público receptor del mismo?

Eje 5- Resultados ¿Qué queremos que haga el participante del evento “el día después”? ¿Qué cambios conductuales esperamos se produzcan después de recibido el mensaje?

Eje 6- Objetivos del negocio ¿Cómo contribuye esta acción con los objetivos del negocio o institucionales?

La alineación de los seis ejes

Estos ejes tienen que estar “alineados”, esto es, al planificar el evento debe haber un correlato coherente, de relación causa-efecto, de cada uno de ellos con su anterior y posterior.

El mensaje deberá satisfacer una necesidad insatisfecha en el público receptor, los recursos deben constituir una clara metáfora del mensaje, lo que les decimos debe estar en sintonía con lo que queremos que hagan los participantes...

Un ejemplo

Tras el análisis de los ejes del evento como acción de comunicación, el área de RRHH de una compañía define que

el mensaje a comunicar a un grupo de gerentes a los que reúne en una convención es “cambian los líderes pero el rumbo es el mismo”.

El organizador de eventos, en su búsqueda del recurso que a través de la emoción mejor potencie ese mensaje, encuentra que la metáfora perfecta del mensaje que se desea comunicar es la realización de una regata, actividad náutica en la que “se roten los líderes dentro de cada embarcación participante” pero que “el rumbo sea siempre el mismo”.

Nótese que el texto que constituye el mensaje no se hace explícito en el evento sino que es vivido por el participante, quien construye su significado y le otorga sentido, haciéndolo más efectivo y poderoso.

El rol del organizador de eventos

Desandando el camino recorrido hasta aquí tendríamos que decir que:

Un organizador de eventos es, ante todo, un asesor en comunicación institucional a través de eventos.

Ayuda a una institución a “decir” más eficientemente lo que tiene para decir a un grupo de personas reunidas.

Planifica junto a su cliente el evento como acción de comunicación.

Ayuda a definir el mensaje y a aclarar a quién y para qué se dice ese mensaje.

Investiga y selecciona los recursos que mejor potencien el mensaje.

Por último, aplica y coordina ese conjunto de recursos.

Conclusión

Finalmente, el profesional de la comunicación a través de eventos que pueda integrar estos dos mundos será un hábil asesor y agregará incalculable valor a su gestión. Porque no sólo coordinará magistralmente los componentes del evento sino que también, lo que es anterior y más importante, planeará junto a su cliente el evento como acción de comunicación: es decir, lo ayudará a capitalizar mejor la inversión y el esfuerzo que la organización de un evento representan, para que obtenga mayores beneficios y mejores resultados para su negocio.

¿Qué profesionales estamos formando?

Mónica Coria

Desde el año 2002, momento en que la realidad de nuestro país salió a la luz y se hizo pública, perjudicando a muchos argentinos y cambiando las reglas de juego en todos los ámbitos, me he estado preguntando ¿Qué debía cambiar como docente para seguir contribuyendo a formar personas, profesionales e integrantes de una sociedad? Traté de pensar más en profundidad el perfil del profesional recién egresado y del nuevo mercado laboral, que fue gestándose hasta darnos por lo menos una nítida imagen de cómo sería nuestro futuro.

Nuestra sociedad devastada había cambiado como si hubiese pasado alguno de esos huracanes tropicales pero por debajo de nuestros pies y hubiese convertido todos los ámbitos con los que nos vinculamos en un gran pantanal o en un desierto de arenas movedizas.

El año 2004 ya mostró una cara más precisa y una situación

que hoy nos permite planificar, entonces mis preguntas fueron ¿Qué profesionales debemos formar y cómo debe ser el rol del docente en esa nueva perspectiva?

Cuando mencionamos el rol del docente no podemos dejar de vincular a la sociedad que nos rodea y no debemos solamente circunscribirlo al ámbito del entorno laboral, la empresa, ya que sería una respuesta pobre e ingenua. En nuestro país tenemos problemas que vemos a diario y otros que intuimos, tenemos problemas urgentes y otros importantes, tenemos altos índices de pobreza y desocupación, no existen las políticas a largo plazo en ninguna de las áreas, entre ellas las que debieran forjar un futuro que deje de ser azaroso, Comercio Exterior y Turismo, las que debieran posicionarnos en el mundo en un lugar más respetable, Política Internacional y en las áreas que contribuirían a mejorar la calidad de vida de los individuos como Salud, Educación y Trabajo. Hoy sólo se elaboran programas transitorios de “contención”.

Ante la ausencia de un Estado responsable, el rol de los docentes, de los médicos, de los empresarios y de las organizaciones como la Universidad cobra una importancia trascendente.

En lo que nos concierne, estoy convencida de que debemos formar individuos que empiecen a prescindir de un Estado, antiguamente paternalista y actualmente además ausente, porque para generar empleo se necesita crear nuevas empresas con nuevos empresarios que desarrollen actitudes particulares para analizar, innovar, imaginar, adaptarse a un mundo y a un país muy diferente, donde hay que descubrir las nuevas oportunidades, con conocimiento, confianza y seguridad en sí mismos, sin la ansiedad tan nuestra a la hora de esperar que la semilla se convierta en planta, que crezca, dé flores y frutos y se pueda convertir en árbol.

Este perfil de profesionales recién egresados generalmente surge de un trabajo arduo en el aula, a través de la elaboración de proyectos que ellos y sus docentes consideren exitosos además de realistas. Quienes no logremos presentarles un escenario idéntico a nuestra sociedad, nunca lograremos que vivan el mundo de una empresa que crece, que compite, que desarrolla nuevas ideas y que las lleva a la práctica, y difícilmente puedan medir la magnitud de sus ideas y cómo concretarlas, menos de sus propios emprendimientos.

Tenemos que formar profesionales emprendedores, con ideas que impulsen el desarrollo de su sector, de su localidad, y de todo el país. Debemos desterrar el pensamiento “facilista”, la actitud de empresarios “expertos en supervivencia”, en “achique”, en “cierre de empresas” que contribuyen con la involución, con la intromisión de otros países, con la importación de productos y servicios y con la negociación en condiciones desventajosas.

Nuestros profesionales tiene que egresar de la Universidad con un perfil de individuos imaginativos, tener avidez por crecer, ser audaces y que tengan claro que “nada importante y digno se logra sin sacrificio y objetivos de grandeza colectivos”. También debemos contribuir en que tengan sueños que indiquen un objetivo a donde llegar y cuál es el camino a recorrer. Esto lo podremos lograr solamente si nosotros, los docentes tomamos contacto con la realidad, cada uno desde su ámbito, y les definimos los sectores prioritarios con potencialidad de crecimiento, enseñándoles lo que significa “eficacia” y “eficiencia” ya que por un largo tiempo sólo vamos a disponer de recursos limitados, para lo cual van a

tener que tener objetivos claros y precisos. Esto requiere trabajar desde nuestros puestos docentes con capacidad, honestidad y conciencia para que los alumnos lo perciban como verdaderos valores, si por el contrario cada uno trata de salvar lo suyo, los alumnos no lo comprenderán como plan, ni como enseñanza, ni les permitiremos percibir su propio futuro. Sólo nos escucharán y seguramente lo convenceremos que nosotros, sus docentes también formamos parte del Estado.

¿Quién aprende? ¿Quién enseña? ¿Quién evalúa?

Geraldina Cruz

“La Educación Superior, tiene como finalidad proporcionar formación científica, profesional, humanística y técnica en el más alto nivel, contribuir a la preservación de la cultura nacional, promover la generación y desarrollo del conocimiento en todas sus formas y desarrollar las actitudes y valores que requiere la formación de personas responsables con conciencia ética y solidaria; reflexivas, críticas, capaces de mejorar la calidad de vida, consolidar el respeto al medio ambiente, a las instituciones y a la vigencia del orden democrático”. (Ley de Educación Superior N° 24.521 – 10/08/1995)

La enseñanza es un conjunto de acciones organizadas realizadas por el docente a fin de transmitir contenidos educativos, pero ésta no garantiza necesariamente el aprendizaje; asimismo en la práctica, el docente implementa un modelo teórico de educación y una idea propia de cómo se enseña y aprende, la definición de estos modelos posee connotaciones de diversos tipos, (éticos, culturales, etc....), que suponen la selección de determinados valores y herramientas que según las circunstancias mencionadas se consideran adecuados y susceptibles de ser enseñados. Lo cierto es que teoría y práctica no pueden disociarse, existe una relación necesaria entre estos dos cometidos que implican el hacer y el pensar, es decir una práctica reflexiva, pero... ¿qué ponemos en juego cuando aprendemos? ésta es una de las preguntas que deberíamos hacernos como estudiantes y luego como docentes, principalmente porque suponemos que lo aprendido nos producirá modificaciones, nos abrirá puertas laborales y nos hará sentir más seguros de nosotros mismos a nivel personal, intelectual y profesional.

Sin duda el termómetro por excelencia que usaremos a la hora de medir los conocimientos obtenidos y los resultados académicos será la evaluación, sin embargo una simple y parcial evaluación no parece ser directamente proporcional al proceso de enseñanza y mucho menos al aprendizaje, muchas veces ésta resulta arbitraria e insuficiente tanto para estudiantes como docentes, aunque no se discuta que es el método más efectivo para la acreditación de una asignatura en el currículum. Ahora bien, independientemente de la acreditación, la evaluación no parece “gozar” mayores significados, aunque como todos los conceptos, merece diferentes ópticas ya que la mencionada “acreditación” podría no ser el único beneficio que ésta conlleva; muchas veces los resultados del aprendizaje no son visibles y “medibles” a corto plazo, en este punto los métodos tradicionales de evaluación toman un papel preponderante, ya que tienden a calificar la eficacia en un determinado momento, el específico de la evaluación, dejando