

De esta forma, la Escuela de Turismo y Hotelería muestra un desarrollo sostenido que se evidencia en la amplia participación de emprendedores, empresas y profesores surgidos del ámbito profesional, estando preparada para abordar con éxito nuevos desafíos.

Leer, escribir, pensar. Los desafíos en la era de la imagen

Marisa Cuervo

Quienes trabajamos en comunicaciones sabemos que el decir y sobre todo el “bien decir” es inherente a nuestra disciplina. Somos identificados como quienes “hablamos y escribimos” correctamente, los referentes para las dudas ortográficas y sintácticas y los asesores adecuados para elaborar un discurso significativo en su contenido y coherente en su estructura.

El manejo y el cuidado del lenguaje no es una tarea menor especialmente en esta época de mensajes de texto, *mails* y *weblogs* donde la imagen se ha convertido en la principal protagonista y atracción de las comunicaciones de última generación. Es notable como con el correr de los años los textos de las páginas *web* han ido reduciendo su extensión o han desaparecido por completo cediendo espacio a *banners*, *flyers*, sucesiones de imágenes y animaciones multimedia. Es cierto que el lenguaje multimedial, por su carácter propio de síntesis visual, prioriza la conceptualización de la imagen con el fin de provocar un efecto de connotación rápido y de alto impacto que capte la atención del usuario en un tiempo mucho menor que el que demanda leer una página de texto. Es cierto también que la aceleración progresiva de la vida laboral y personal imprime un ritmo tal a nuestras actividades que la lectura pausada y reflexiva ha quedado, en el mejor de los casos, relegada a la edición dominical de algún diario de alcance nacional.

Pero aún teniendo en cuenta estas particularidades de nuestra alborotada realidad urbana, la responsabilidad de los comunicadores sigue intacta. Que se diga poco no significa que se diga mal o que no importe cómo se diga. La claridad del discurso refleja la claridad de pensamiento... y leyendo algunos avisos, notas periodísticas y sitios de internet o escuchando a algunos conductores de programas de radio y televisión deberíamos concluir que un manto de oscuridad se ha ido extendiendo sobre el concepto y la importancia real del comunicar.

El trabajo cuidado y minucioso de investigación, elaboración de contenidos, redacción, oratoria, trabajo con conceptos, gestos e inflexiones de voz -en pos de construir un todo armonioso que resulte ameno y valioso para los receptores- parece haber quedado archivado junto al Windows 98, los disquetes y los VHS.

Sería poco realista dejar de reconocer el aporte invaluable realizado por la tecnología al campo de las comunicaciones. Todos disfrutamos, de una forma u otra, de los beneficios de la instantaneidad en el intercambio de mensajes, de la edición en línea de los procesadores de texto, del ahorro de tiempo y espacio en la transmisión y almacenamiento de datos e imágenes. Sólo que las computadoras no piensan por uno, no son creativas ni

tienen estilo o inspiración al momento de elaborar un mensaje. La comunicación es intrínseca a la naturaleza humana y su desarrollo y perfeccionamiento es un proceso constructivo permanente que ocupa el espacio de toda nuestra vida.

Enseñar a escribir. Enseñar a pensar

¿Cómo encarar entonces la formación de los futuros profesionales en comunicación? ¿De qué forma conducimos a los jóvenes hacia metas de excelencia en la expresión y el discurso? ¿Cuáles son los recursos adecuados para hacerlos transitar los inagotables caminos de la lectura, la escritura y la palabra?

Ese es el desafío para quienes siendo profesionales de la comunicación hemos elegido contribuir -en la medida de nuestras posibilidades y conocimientos- con el proceso de formación de las futuras generaciones de comunicadores.

Como primera medida, debemos ser concientes de las innegables diferencias existentes entre los adolescentes que ingresan a la universidad en cuanto a su formación teórico-práctica en el campo de la lengua oral y escrita. Diferentes colegios, diferentes países, diferentes orientaciones pedagógicas dan por resultado cursos en los cuales los niveles de lecto-escritura de los estudiantes resultan marcadamente dispares. Se hace entonces absolutamente necesario, en esta primera instancia, evaluar las capacidades individuales de los estudiantes para identificar sus fortalezas y debilidades al momento de organizar un discurso o elaborar un escrito.

Luego será el momento de planificar y organizar actividades en el aula con un alto nivel de participación y producción individual de cada alumno: lecturas reflexivas guiadas, análisis de textos, reelaboración de un texto adaptándolo a distintos niveles de discurso, revisión y aplicación de reglas ortográficas y gramaticales, búsqueda de sinónimos, entre otras. La tarea del estudiante no finaliza por supuesto en el ámbito áulico. Será parte de su aprendizaje leer sistemáticamente material académico e informativo-periodístico en revistas y diarios con el fin de enriquecer su vocabulario e incorporar los términos propios de su campo disciplinar.

Asimismo, la expresión oral y la oratoria deben incentivarse y desarrollarse desde los primeros años en todas las carreras. Acompañar a los estudiantes en este proceso para que pierdan el temor a las audiencias y sean eficaces a la hora de hacer presentaciones académicas y profesionales, es también parte de la responsabilidad del docente en la formación de futuros profesionales.

Los resultados positivos de este trabajo permanente sobre el lenguaje y la expresión se irán reflejando, lógicamente en forma progresiva, en las producciones de los estudiantes y en sus formas de pensamiento para abordar la creciente complejidad de las diferentes asignaturas. Por eso es importante que todos los docentes, incluyan en su planificación académica alguna temática teórico-práctica relacionada con la escritura y el lenguaje oral. Es fundamental también, que la expresión oral y escrita sea un criterio de evaluación de los estudiantes para los trabajos prácticos de cursada y los exámenes finales, tanto para las asignaturas teóricas así como para las asignaturas proyectuales.

¿Y qué hacemos con internet?

Desde su incorporación a la actividad comercial hace casi quince años, el crecimiento de internet como medio de comunicación ha sido vertiginoso y sostenido. Su alto nivel de accesibilidad a todo tipo de información en forma casi instantánea para todo tipo de público, ha convertido a los sitios *web* en fuentes inagotables de contenidos de todas las temáticas y orígenes posibles. El mundo de la red como canal de comunicación publicitaria ya forma parte de las campañas integrales de publicidad y relaciones públicas a la par de medios tradicionales como la televisión, la radio o la gráfica. Internet ha pasado a formar parte de los diversos formatos que un comunicador debe dominar para la planificación integral de campañas de comunicación.

Desde el punto de vista comunicacional, internet presenta dos situaciones claramente diferenciadas sobre las cuales es imprescindible trabajar con los estudiantes: por un lado el uso de la *web* como fuente de contenidos, y por otro, el lenguaje propio y específico de los medios digitales como vehículos de mensajes.

La primera situación nos enfrenta al desafío de enseñar a los estudiantes a diferenciar y a valorizar el nivel de veracidad y confiabilidad de cualquier fuente de información, incluyendo internet. Como futuros comunicadores deben ser conscientes de su responsabilidad como generadores y emisores de mensajes que influyen y afectan a la opinión pública y al público en general. Y en ese aspecto específico es donde internet presenta sus mayores debilidades en relación a otros medios de comunicación. Es nuestro trabajo como docentes introducir a los estudiantes en el uso de herramientas de investigación y constatación de fuentes y contenidos e incentivarlos en la búsqueda de información de fuentes bibliográficas.

La segunda situación planteada, nos ubica como emisores de mensajes que deben cumplir con los objetivos corporativos de eficacia comercial y/o institucional de nuestros clientes comunicando en internet. Es notable la falta de cuidado que en general se pone en la redacción de textos para la *web*. Es más que frecuente encontrar en páginas institucionales significativos errores de ortografía y redacción, sumados a la falta de adaptación de los textos al lenguaje propio de un medio electrónico. Internet es un medio de comunicación y como tal demanda formatos específicos y estilos de redacción adecuados. Estas pautas, que se han ido incorporando a las ya tradicionales "reglas" para elaborar mensajes para diarios, televisión o radio, deben ser necesariamente incluidas en las asignaturas y talleres de redacción de todas las carreras de comunicación.

Formar comunicadores responsables

Enseñamos a través de lo que decimos y de lo que hacemos; desde la individualidad de la enseñanza madre-hijo o la transmisión grupal controlada maestro-alumnos hasta la masividad incontrolable de la prensa y la publicidad. Siempre que haya un emisor y un receptor se producirá una situación de comunicación, intencional o no intencional, explícita o implícita, individual o masiva, proactiva o reactiva; podrá ser un profesional de las relaciones públicas, la publicidad, el marketing, la docencia

o la política; lo que es inalterable e intransferible es la responsabilidad del comunicador en relación al contenido de los mensajes que emite y los efectos que produce. Esa responsabilidad implica un respeto por el receptor que se traduce en una cuidada planificación de los mensajes, su adecuación a la audiencia, su correcta redacción o visualización de acuerdo a estándares de calidad profesional.

Quien comunica enseña; influye en otros para generar conocimiento o modificar conductas. Seamos conscientes del poder de la palabra y de nuestro irrenunciable compromiso como comunicadores y docentes. Contribuyamos a la formación de futuras generaciones que mejoren y multipliquen el poderoso efecto transformador de la comunicación. Enseñemos a escribir, enseñemos a pensar.

La modalidad taller. Sobre la experimentación

Mariano D'Angelo

Hace doce años que enseño Lenguaje Visual, empecé como ayudante antes de recibirme como Diseñador en Comunicación Visual en la Universidad Nacional de La Plata. Trabajé en Lenguaje Visual 3, a pedido de la docente a cargo. Crecí junto a ella durante cinco años; un día dejé la materia para poder encausar todos mis esfuerzos en la tesis, y un día ella nos dejó a todos... creo que se desvaneció, se desmaterializó... no concibo otra forma de dejar de existir para un ser con tanta magia como ella. Este preámbulo es para decirle gracias a la persona que me transmitió la pasión por este universo maravilloso; te queremos, te extrañamos, te necesitamos, fuiste, sos y serás única, Ana María Soler... Nanine.

El lenguaje visual. Desde el alumno

Quiero contarles un poco sobre mi experiencia dentro del aula y el armado de mi estrategia pedagógica, porque me siento siempre orgulloso de los resultados obtenidos.

Me afirmo firmemente en la modalidad taller, en un método único de obtención de conocimiento la experimentación y en otra fuente de crecimiento: el debate generado a partir de la corrección grupal que permite tomar distancia con la producción propia para poder generar una autocrítica, crecer con la crítica del otro y que todos puedan salir de cada problemática particular para ver el macro tema en forma global.

Como dije, el taller nos brinda el don de la experimentación, a mi parecer, la forma más pura que conocemos para aprender. Experimentamos con pasión cuando somos niños y desconocemos sobre la mayoría de todo, con inocencia y esmero, sin temor a equivocarnos, lastimarnos, ensuciarnos, ni siquiera a la burla. Así aprendemos a caminar, a hablar, a andar en bicicleta, a relacionarnos.

Salvando las distancias vale este ejemplo: que contenta se pone una madre cuando combinando algunos sonidos del lenguaje oral su hijo expresa la primera palabra o combina garabateando cuatro signos tipográficos del