

fesionales con cada vez mayor preparación y esto no responde solamente a un *aggiornamento* de las aptitudes relacionadas con la especialidad, en este caso nos estamos refiriendo a profesionales con mayor solidez cultural la que se logra no sólo con estar en el mercado; es preciso tener una clara apertura mental y esto no es tener una mayor capacidad en el manejo de las herramientas gráficas o un mayor desarrollo en el ejercicio de la creatividad; cuando se habla de “mayor preparación” o se menciona a la solidez como característica de un profesional, a escala de mercado, estamos hablando de un fuerte sustento teórico. Traducido en pocas palabras: la lectura, la investigación y el análisis.

El alumno actual, tal vez por el advenimiento de una cultura diferente que ve en lo inmediato y en los resultados el éxito o el fracaso de un profesional, viene perdiendo año tras año la devoción por la lectura y la inquietud por saber más o de conocer más detalles de temas puntuales. Hoy todo se maneja y se mide de manera pragmática y, como se mencionó, son los resultados en el corto plazo los que importan.

Da la impresión que la cultura de lo instantáneo es lo que se impone y de esta forma todo aquello que para el alumno representa un esfuerzo extra termina siendo “oneroso” por lo cual a la larga carece de valor o como vulgarmente se dice “no vale la pena”.

Tiempo atrás escribía acerca de la importancia del desarrollo de profesionales con fuerte orientación al mercado y hoy la situación no es diferente. El mercado sigue demandando profesionales cada vez más preparados y de mayor amplitud y este último concepto engloba, además del conocimiento de los elementos gráficos, el manejo de la teoría y, claro está, de teoría de permanente actualización.

En una disciplina como es el diseño de *packaging*, la actualización en la información resulta un elemento clave. Sabido es de las permanentes actualizaciones que se efectúan en los diferentes materiales que componen los envases y en ese sentido un error en la consideración del material adecuado no sólo redundará en el posible fracaso del envase como elemento contenedor, protector y de venta sino también en el fracaso de uno de los factores tal vez más “dolorosos” que hoy en día impone el mercado: el económico.

En la especialidad *packaging* de la Universidad de Palermo, hacemos permanente hincapié en la necesidad de incorporar como práctica habitual del alumno, la lectura y la investigación tanto sea de conceptos técnicos y comerciales como también de conocimientos del manejo económico. Y es que el mundo del envase claramente depende de los vaivenes de la economía. Si nos ponemos a pensar que la mayor parte de los materiales forma parte de lo que se conoce como *commodities*, papel y plásticos por dar sólo dos ejemplos, el profesional del envase no puede estar ajeno de los diferentes elementos que pueden estar generando inestabilidad en materia de costos y disponibilidad de los diferentes insumos.

Así llegamos a lograr profesionales interesados en conocer conceptos poco habituales para la “industria” del diseño llegando a estar atentos hasta de los sucesos internacionales en Oriente Medio con relación al precio del petróleo, materia prima esencial en la industria

plástica (polímeros), o de los cambios meteorológicos que afectan a la industria del papel y que en definitiva inciden en la disponibilidad y el precio de este insumo clave para la industria del *packaging* (el llamado “efecto Katrina” provocó una verdadera inestabilidad en la disponibilidad y los precios del papel a escala mundial. Varias empresas del delta estadounidense debieron clausurar su producción y esto aún tiene sus consecuencias). Cuando el profesional del *packaging* llega a la instancia de definición del material para su nuevo envase, no puede estar ajeno de esto.

Claro que suena extraño que un especialista en diseño tenga manejo de estos conceptos pero sumado al conocimiento de los conceptos gráficos, de comercialización (otro de los elementos que indudablemente el alumno debe incorporar) y al de los materiales y su permanente actualización, terminamos por formar profesionales completos. En eso estamos en la especialidad en *packaging*. Porque creemos que el diseño de *packaging* es una disciplina y personalmente estoy convencido que un buen envase está confeccionado por: materiales, gráficas e información. Sin este *mix* difícilmente podamos llegar a diferenciarnos en un mercado donde la competencia se está haciendo cada vez más voraz y solamente el conocimiento y el sustento teórico es el que nos puede llegar a diferenciar de cualquier “aventurero” que tenga un manejo de los programas de computación ligados al diseño. Por ello es que, al final de este proceso podemos considerar que somos “Especialistas en *Packaging*”.

Babel protagónico

María Rita Figueira

Como una suerte de Torre de Babel –versión libre y universitaria 2007- en la materia Comunicación Oral y Escrita confluyen alumnos de distintas carreras.

Para el docente es una suerte de reto que consiste en interesar a todos y hacerles ver que las materias con naturaleza de taller pueden marcar una diferencia en su futuro *mettier*: el profesional del nuevo milenio –indefectiblemente- tiene la obligación de autoexigencias que suponen poseer un plus en sus conocimientos, más allá de especializaciones y tecnología. Será condición ineludible lograr una distinción sustancial que le permita enriquecer su C.V. llamando la atención de aquellos que analicen sus antecedentes y, sobre todo, a través de la creatividad y la actitud.

Competirán con colegas de variadas características, distintos orígenes en su formación y ambiciones no siempre cautelosas. Como caballeros medioevales de armaduras de metal y espada, el escudo del conocimiento y las herramientas que prestan las materias-taller resultan esenciales para los protagonistas de nuestro presente y del futuro de la Argentina.

Las asignaturas específicas en la formación académica suelen ser más atesoradas por el alumnado y recibidas con beneplácito (Optimismo de la que firma). Si son de su agrado las toman como propias y les hacen un lugar cálido en su intelecto. Les regalan voluntad y buena disposición hasta erigirlas en protagonistas de temas de

conversación. Les buscan data, las investigan, pasean con ellas por internet, se instalan en bibliotecas donde se despabilan en las mochilas de esos jóvenes (optimismo de la que firma bis). En síntesis: les dan alojamiento y las adoptan en su haber.

En cambio, si los agobian y las detestan, con cierto voluntarismo exento de cordialidad las aceptan como un mal necesario. Conviven con ellas quejándose sistemáticamente y marcando en la pared el calendario académico como presos en los muros de una cárcel. Las consumen como a aquellos medicamentos de sabor amargo que tragan cerrando los ojos y tapándose la nariz. Luego, como con máscara de la tragedia del teatro universal las llevan a tropezones hasta rendir el examen final.

Pero... no las cuestionan pues son troncales y concretas de cada carrera elegida. Llevan su esencia en la naturaleza de sus contenidos. Los alumnos se ven cercanos al título y encuentran en ellas –les resulten agradables o no- escalones para avanzar.

Volviendo al desafío que supone para el docente ser un traductor en esta metáfora Babel, es conveniente tener en cuenta que, así como el espacio áulico no goza o padece de asepsia respecto del mundo que lo rodea, también es bueno hacer hincapié en partir de una buena radiografía de la vocación del alumnado en cuestión. El intento del esperanto quedó solamente en buenas intenciones pero así como el arte es un lenguaje universal, también tratamos que Comunicación Oral y Escrita lo sea para las carreras de Diseño y Comunicación.

A continuación, describiré lo más objetivamente posible mi visión respecto del panorama de alguien que abrió la puerta de un aula y se encontró con tantos idiomas, improntas y deseos como en aquella Torre de Babel. En mesa de profesores, compartiendo un café y una charla cordial, podríamos concluir en “Cómo ser docente de C.O.E y no morir en el intento” o, en el peor de los casos: “El motín del C.O.E”

Radiografía de esta habitación con pupitres y sillas donde se dicta Comunicación Oral y Escrita, en el séptimo piso de Santa Fe y Larrea

El espacio áulico está poblado por un grupo de jóvenes que redondea poco más de treinta alumnos. Son de primer año y en este caso se trata del segundo cuatrimestre.

Se suelen sentar en lugares que –a la manera de cochetas alquiladas– establecen físicamente como propios, casi a la manera de zonas de estacionamiento.

Excepto unos pocos todos son argentinos y de zonas capitalinas o del gran Buenos Aires. Muy escaso número viene de otras provincias y hay menos de otros países de Latinoamérica que lo que ocurre habitualmente.

En la parte norte del aula se agrupan los que eligieron Hotelería para saciar su vocación como destino universitario. Observan al resto como expertos administradores de hoteles y desde un rincón casi oculto, privilegiado, miran a sus compañeros como a turistas y empleados.

Tal vez sea anecdótico o circunstancial pero hay que admitir que son cumplidores y tienen un sentido de respeto y cumplimiento que no llega a emocionar pero sí a sorprender. Realizan los trabajos prácticos en término y aportan calidad creativa. Si no poseen gran imaginación

o no saben utilizarla aunque la tengan, se esmeran por demostrar solidez a la hora de presentar la labor. Prestan atención con esmero, están despiertos y contestan los que les pregunto, aunque estas dos últimas consideraciones parezcan una sofisticación de mi parte.

La gente de Diseño Gráfico también se estructura en zonas delimitadas pero jamás se considera tabicada. Pocas veces se sienta mirando al docente, o sea yo, y encuentra conveniente las posiciones más diversas para estar con el cuerpo sobre las sillas. Deserotizando y desmitificando por completo al legendario Kamasutra, estoy en condiciones de hablar del naif y lectivo “Aulasutra”, atenta a la variedad de poses que adquieren estos creativos alumnos en momentos, no de que prevalezca su fantasía y talento, sino de sentarse desganadamente según la posición geométrica elegida.

Tienen un *look* muy agradable y la impronta que aman mostrar es la de saber ser *cool*, pos modernos y estéticamente bellos. Tal vez pronuncien el término “y nada” varias veces y transiten por la vida buscando en sus tatuajes la porfiada presencia que la fugacidad que sus estilos hacen excluir cotidianamente.

Son impertinentes pero no mal educados, cumplen pero en el límite de la desidia y a veces descubro verdaderos hallazgos cuando ponen arte visual y de diseño en los trabajos prácticos a los que ellos deciden privilegiar.

Se sienten extasiados al explicar que no les agrada ni leer ni escribir y los errores gramaticales, ortográficos y de comprensión de consignas devienen en excusas por demás de sabrosas: “Soy concreta... no me da por escribir” (Trabajo práctico incompleto); “Eso fue hace mucho tiempo... todos murieron” (Ubicar a su respectiva familia en la década del 40); “Yo escribo y no miro el corrector de la compu” (Conjugar el verbo haber sin la vapuleada “h”) etc.

Pocas alumnas son las de Organización de Eventos. Suelen tener una sonrisa cordial aun para disculparse por no cumplir con los trabajos prácticos o al saludar calurosamente cuando irrumpen media hora tarde. Son sociables y expresivas, muy extrovertidas y dispuestas a proponer aunque luego no cumplan.

Tienen cierto toque de dinamismo -tal vez se les es dado- porque permanecen menos tiempo en la universidad, atento a la duración de la carrera escogida. A veces transmiten un dinamismo que linda con la ansiedad que supone obtener el título y ya.

Los de Publicidad son jóvenes, pero viejos conocidos: los tuve en el cuatrimestre pasado. Cuando presentan un trabajo escrito y contemplo esa suerte de actos de vandalismo en contra del idioma de Cervantes... me debo callar o auto flagelarme ya que la docente de Taller de Redacción... ¡Fui yo!

Generalmente son una mezcla entre la audacia creativa en la imagen de los alumnos de Diseño Gráfico con la ternura de los demás. No alcanzan a la categoría de responsables o cumplidores pero tratan de tener cabeza/hombros/torso/extremidades hacia adelante.

Muchas veces exhiben sus conocimientos como futuros publicistas en trabajos ingeniosos e imaginativos que me hacen ilusionar.

La minoría absoluta es la correspondiente a Diseño de Modas e Indumentaria. Son mujeres simpatiquísimas,

modernas, sonrientes y *flasheadas* por la vida. Como equilibristas, transitan la vida universitaria poniéndole el pecho a la realidad que supone tratar de entender por qué deben llevar la mochila de contenidos teóricos cuando el fuerte de ellas se verá en pasarelas donde la humanidad de cuerpos etéreos son ese contenido.

De cómo responden “los inquilinos de Babel” a través de trabajos prácticos

(Importante: cuando uno generaliza comete injusticias. En este caso, hablaré de lo que ocurre con una mayoría aplastante)

Los futuros profesionales no encuentran importante escribir colocando acentos donde corresponde. Les resulta pueril que un verbo esté bien conjugado. Les da exactamente lo mismo que los nombres propios comiencen con mayúscula. La reiteración del mismo vocablo varias veces no es una redundancia viscosa sino una anécdota de frases y párrafos. Me pregunto qué sentirían si sus respectivos nombres y apellidos se escribieran con el mismo maltrato que ellos dispensan a los ajenos.

Propongo trabajos prácticos para que piensen y desarrollen su creatividad. Uno que me gustó mucho –más a mí que a la gran mayoría- consistió en actualizar y hacer un análisis comparativo entre una revista de décadas pasadas respecto de la actualidad de 2007.

Hubo una encuesta en la revista Gente, en diciembre de 1967, a pocos meses del mítico “Mayo Francés”. El hombre del año era el General Onganía y la mujer, Chunchuna Villafañe. El hombre del año en los negocios –en esta época donde Mauricio Macri goleó en las elecciones para jefe de Gobierno de Buenos Aires- resultó Alberto J. Armando. El suceso de televisión llevaba el sello de David Stivel y Mafalda de Quino en el mundo del libro. Christian Barnard era el hombre del año en el mundo y la mujer, la donante de aquel primer transplantado de corazón.

La actualización al 2007 de esos elegidos conlleva variadas respuestas pero hay una que se hace presente en todos y cada uno de los trabajos prácticos: Marcelo Tinelli. Como hombre del año, de los negocios y de la televisión.

En otras tareas tuvieron que actualizar, merodear, desarrollar temas de las décadas del 40 y 50 comparándolas con el siglo XXI.

Sin importar a qué carrera pertenecen casi todos cumplieron mostrando bastante interés y percibiendo todo lo que cambió en 40 años. Hubo trabajos interesantes y, por supuesto, otros paupérrimos. Creo que lo interesante es destacar –premio consuelo- que los autores de esas tareas de magra ejecución fueron concientes de la poca calidad puesta y del angustioso resultado.

El trabajo final de Comunicación Oral y Escrita lleva como consigna el desarrollo de la historia de la familia de cada uno. (“Historia de mi familia”)

Cuando los alumnos de Hotelería, Organización de eventos, Diseño Gráfico, Publicidad y Diseño de modas se enteraron, reaccionaron con tanta expresividad como la de un misterioso tótem de las Islas de Pascua. Estimo que a muchos les pareció un paseo estéril y árido. Un viaje exento de voluntad y deseo.

En los pasos previos -la cocina del trabajo- la elección

de tema fue signada por las dudas y el azar. No muchos creían poseer un capital de anécdotas e historias para encarar el desafío. Comparo a algunos con el personaje de Tarzán, quien está convencido de que un mono, una liana y dos o tres animales más son realidad y ancestros al mismo tiempo.

A medida que se fueron soltando y yo traté de incentivarlos aparecieron argumentos y temas que –confieso- entran en la categoría de hallazgos. Encaran el proyecto con la dedicación que supone un desafío. La misma que siento yo a la hora de hacer entretenido, agradable e importante el dictado de esta materia. No sé si he logrado encontrar un antídoto al ocioso momento de muchos pero acepto el reto de hallar consignas que tomen como propias, sin importar si los espera un hotel en Cancún o el logo de la Cruz Roja Internacional.

En años futuros los alumnos nos darán la razón recordando las veces que hacemos hincapié –mis colegas y yo- en la importancia de marcar diferencias en cada carrera elegida. Sé que hoy se puede conseguir respuesta a tamaño desafío y que aunque Babel siga existiendo, por cada gesto de desgano nacerá más énfasis en las propuestas de trabajo.

Turismo cultural y conservación, identidad y autoestima comunitarias

Norberto Fortunato

La recuperación y puesta en valor del patrimonio cultural tangible e intangible es una contribución al afianzamiento de la identidad local y a la conformación de una mayor autoestima comunitaria. Una imagen colectiva favorable influirá decisivamente en la manera de encarar la vida. Una comunidad con su autoestima fortalecida será poseedora de una mayor confianza y una mayor autonomía para construir su propio desarrollo.

Verónica Hlace ¹

Casi un siglo atrás, Francisco Pascasio Moreno, visionario y precursor de la conservación del patrimonio natural y cultural de nuestro país, en su carácter de legislador nacional, presentaba su proyecto de “Parques y jardines nacionales”. Esta propuesta legislativa, formulada el 28 de septiembre de 1912, instaba al poder ejecutivo nacional a proteger, en cada uno de los puntos de las provincias y territorios de nuestro país, aquellos “monumentos naturales” y “vestigios de los grandes hechos de la historia”, dignos de su resguardo, para la apreciación de las generaciones futuras.

“Nuestro país prospera en proporciones asombrosas; la población se extiende en todas direcciones y le sigue la destrucción de todo lo que parece estorbar su acción; es, pues, tiempo de recordar que la historia de la Nación no consiste solamente en los actos de los hombres que se desarrollan en su suelo. Las generaciones pasan y el historiador no puede representar nunca al aspecto físico del medio en que se realizaron los hechos de sus relatos, ni la reproducción gráfica consigue darle la necesaria ayuda. De aquí que algunas naciones se preocupen desde largo tiempo de conservar para el presente y para el