

ciudad analítica propia de la formación profesional para reconocer rápidamente el problema (lo dado) y concentrarse en las soluciones (lo posible).

Disposición: es la actitud que permite al buen profesional ser permeable a la crítica y a la sugerencia que surge del trabajo en equipo, nutriendo a su vez al profesional de un valor agregado que se transforma en acción concertada con el resto de los actores del negocio.

Negociación: siguiendo la línea de lo que mencionábamos anteriormente sobre la relativización de los imaginarios colectivos, la capacidad negociadora requiere un alto grado de disposición para sacarse de encima el peso de la intransigencia y buscar puntos intermedios ante posturas distintas y a veces opuestas; claro está, que este rasgo se desarrolla hasta el límite fijado por la deontología propia del profesional, según su formación.

Imaginación y creatividad: implica libertad. Dar lugar a la utopía y la imaginación ambiciosa, para luego contrastarlas con la realidad en busca de un equilibrio. Un profesional conforme es estable, pero difícilmente se pueda recurrir a él cuando se agote lo existente. La libertad hace posible una cuota interesante de inconformidad, que pone en funcionamiento todo el potencial humano direccionado hacia algo nuevo, distinto y mejor.

Es inevitable que surja el conflicto en los procesos llevados adelante por grupos de trabajo con subjetividades distintas y con trabajo interdisciplinar; pero estas características presentes en los jóvenes profesionales también presupone un margen mayor de comprensión para la aceptación de las diferencias y la resolución de conflictos de interés, o en el peor de los casos, bases sólidas para adaptarse a cambios bruscos.

En definitiva, contar con profesionales enriquecidos con estas características facilitará el ejercicio del liderazgo de grupos, lo que de por sí tiene un alto valor que ayudará a resolver día a día el trabajo en función del cumplimiento de los objetivos.

También podrá decirse que otras cualidades –quizás más tradicionales– son tanto o más importantes, como el respeto, la responsabilidad, la disciplina o la imagen personal. No hay aquí la intención de reemplazar unas con otras, sino comprender la importancia de aquellos rasgos que responden directamente a las necesidades inherentes a un mercado cada vez más competitivo.

La universidad y los jóvenes profesionales

Comprender que los perfiles profesionales de hoy responden a las prácticas cotidianas de la actividad (y que esto puede ser un obstáculo para la inserción laboral), y asumir que cuanto más preparados y enriquecidos estén los jóvenes en su formación, más valor competitivo se agregará a los líderes de mañana, es una función que la universidad puede absorber sin problemas.

No se trata ya de limitarse a impartir el conocimiento científico y técnico que la universidad posee, sino de inculcar en los docentes la importancia de trabajar sobre los aspectos personales y las subjetividades.

El conocimiento no es útil si fracasa la interacción simbólica a diario. Por eso, los docentes debemos abordar a los jóvenes explotando su potencial y canalizando sus energías hacia el desarrollo de las habilidades personales.

También la universidad debe exigir a los jóvenes que fueren la ruptura con la dependencia institucional (propia de la educación media y de un mercado laboral que tradicionalmente existió en nuestro país durante el paradigma del Estado de bienestar y que hoy es obsoleto).

Claro está que estos son procesos que no se resuelven en períodos cortos de tiempo y por ello las discusiones sobre el rol social de la educación superior son tan encarnizadas, sobre todo en el ámbito de las universidades públicas. Pero, hay que aprovechar el espacio de la universidad privada, que entiende más claramente la misión de reinterpretar constantemente al mercado, para proveerle los mejores recursos humanos.

Notas

¹ Para abordar la cuestión de la competitividad de la economía de servicios se recomienda un artículo muy amigable escrito por los españoles Luís Rubalcaba Bermejo, David Gago Saldaña y Andrés Maroto Sánchez, de la Universidad de Alcalá, titulado “Relaciones entre globalización y servicios”. Disponible en http://www.revistasice.info/cmsrevistasICE/pdfs/ICE_824_93-115_33C49FADE2205B296B3D6B69F134CD52.pdf

² La teoría del imaginario social está muy bien desarrollada en la bibliografía de la asignatura Introducción a la Investigación, de las carreras de la Facultad de Diseño y Comunicación.

El cine y la construcción de la memoria histórica

Zulema Marzorati

Un siglo después de la invención de las imágenes en movimiento, los medios visuales se han transformado indiscutiblemente en los principales conductores de mensajes históricos en nuestra cultura.

Robert Rosenstone

Revisioning History. Film and Construction of a New Past¹

Ante la importancia que en la actualidad tienen las imágenes cinematográficas en los procesos de construcción de la memoria individual y colectiva de la identidad, mi propuesta en estas Jornadas Institucionales es reflexionar acerca de la relación entre el cine y la historia.

Desde los inicios del siglo XX el cine se constituye en un medio de comunicación masivo, propio de la sociedad urbana industrial, capaz de influir en la forma que las personas estructuran el mundo². Sus imágenes constituyeron a lo largo del siglo pasado y en lo que ha transcurrido del actual un inmenso laboratorio para la reflexión de los historiadores y científicos sociales, de este modo, la tarea de investigar el devenir de los procesos socio-históricos cuenta hoy con este inestimable recurso provisto por la ciencia y la tecnología modernas.

La idea de que el pasado puede recuperarse desde esa “máquina cultural³” es ampliamente aceptada en los medios científicos. Los *films* nos brindan otras versiones del pasado y son considerados como “memorias relevantes” que reclaman ser tenidas en cuenta a la hora de reconstruir los hechos históricos⁴. Para José Monterde,

cuando el director rueda una película, incluye un sentido intrínseco del período de tal forma que, cada vez que se la vea en los años siguientes, “ofrezca una visión irremplazable del mundo” de esa época⁵.

Para su análisis⁶, consideramos a los *films* como productos culturales que toman elementos del universo simbólico que los rodea y también en su carácter de constructores y reproductores de imaginarios sociales. Estas representaciones colectivas expresan siempre, en algún punto, un estado del grupo social reflejando la forma en que éste reacciona frente a un acontecimiento exterior o interior. Según Bronislaw Bazcko⁷, a lo largo de toda la historia las sociedades inventan sus propias representaciones globales por medio de las cuales se dan una identidad, perciben sus divisiones, legitiman su poder.

Los historiadores han discutido sobre el valor de estos documentos ágrafos y analizan la importancia de la interpretación de acontecimientos históricos en la sociedad moderna orientada, preponderantemente hacia las imágenes. En su opinión, tanto las fuentes escritas como los testimonios cualitativos y artístico-culturales son herramientas que se complementan permitiendo una reconstrucción multilateral, brindando distintas perspectivas de abordaje que pueden contribuir a plantear nuevos interrogantes en los temas investigados.

Principales teorizadores de la relación Cine e Historia

El primero en plantear la posibilidad de conocer aspectos de una sociedad a través de las imágenes fílmicas en ella producidas, fue el filósofo y crítico cultural alemán Siegfried Kracauer. Este intelectual fue testigo del nacimiento y posterior auge del cine expresionista⁸ en su país.

Emigrado a los Estados Unidos en 1941, la Fundación Guggenheim le concedió una beca para la preparación de un libro sobre la historia del cine alemán. El resultado fue un clásico indiscutible: *De Caligari a Hitler*⁹, publicado en 1946. El texto abarca el período extendido entre la aparición del film *El gabinete del Dr. Caligari* (Alemania, Wiene, 1919) y la subida de Hitler al poder (1933).

Para Kracauer las películas de una nación reflejan su mentalidad de forma más directa que otros medios artísticos. Por medio del análisis de las producciones cinematográficas de la República de Weimar, que revelarían las tendencias psicológicas dominantes de 1918 a 1933, se propuso comprender el surgimiento del nazismo.

Para ello analizó los rasgos ideológicos en la evolución del cine expresionista alemán durante ese período y su relación con la política. Los temas representados eran preferentemente los de la fantasía y el terror¹⁰; la pantalla alemana se pobló así de monstruos, fantasmas, asesinos, vampiros, locos, tiranos, constituyendo una parábola expresionista que reflejaba – según el autor- la angustia y la descomposición socio-política y moral que se vivía en la República de Weimar¹¹.

A partir de este estudio pionero, otros investigadores han reflexionado sobre las posibilidades que el cine ofrece en la conformación de los procesos identitarios y la memoria histórica, abriendo un camino hacia una nueva consideración del séptimo arte en cuanto a su relación con la historia. Entre los más representativos

destacaremos los estudios teóricos desarrollados por los historiadores franceses Marc Ferro y Pierre Sorlin y por el historiador norteamericano Robert Rosenstone¹².

Marc Ferro ha destacado tres dimensiones de esa intersección: ¹³

a. El cine como fuente auxiliar de la historia, en la medida que se considera que a través de la lectura histórica de un film –ya se trate de documentales, noticiarios o películas de ficción- puede realizarse un contra-análisis de la sociedad que lo produce. Esta lectura bucea más allá del contenido explícito del film, intentando extraer datos relevantes socio-históricos, ayudándonos a descubrir lo latente bajo lo aparente, lo no visible a través de lo visible. De esta manera se pueden conocer las formas de expresión cultural en una sociedad en el momento de la producción de una película.

b. La capacidad del cine en constituirse en agente de la Historia, es decir su influencia, los efectos que produce en la sociedad que los recibe o los asimila. Esto nos llevaría al análisis del impacto del cine como medio de difusión de la cultura oficial o su capacidad de crear una contra-cultura y por lo tanto a contribuir a la concientización de la sociedad al emitir un mensaje alternativo y a la posibilidad de transformar o cambiar los procesos sociales y en especial, los políticos.

c. La tercera dimensión de la relación es la función del Séptimo Arte como recurso didáctico para la enseñanza de la Historia.

Ferro hace una vinculación entre el cine y su contexto de producción, virtual representación ideológica de su tiempo, que nos permite comprender mejor las sociedades de hoy y del pasado. El *film* “no cuenta sólo por lo que atestigua, sino por el acercamiento socio-histórico que permite”¹⁴, por eso considera que además de lo específico de la expresión cinematográfica, se debe examinar en relación con la sociedad que la produce y la recibe, articulando producción, audiencia, crítica y sistema político. A su vez, para lograr una mejor comprensión de las imágenes se puede recurrir a las vías de abordaje que ofrecen otras disciplinas.

Otro teorizador de la relación cine e historia es Pierre Sorlin¹⁵ quien otorga gran importancia a la perspectiva socio-histórica en el análisis del film. El método utilizado por este historiador es la semiótica o ciencia de los signos, la cual permite profundizar el tratamiento del lenguaje, de las imágenes, del sonido, del montaje y de las temáticas abordadas. El análisis que propone es el de considerar las películas como prácticas significantes, estudiándolas siempre en relación con la expresión ideológica y el medio social en que se insertan. El cine muestra diferentes interpretaciones de la sociedad y de las relaciones que en ella se desarrollan.

Para Sorlin, las películas que reconstruyen el pasado se refieren más a la sociedad que las ha realizado, a su contexto, que al acontecimiento histórico que intentan evocar. Aunque se refieran a temas históricos ocurridos anteriormente, los directores eligen aquellos eventos que tienen conexión con las circunstancias contemporáneas en las que están inmersos. Así, la lectura histórica y el análisis que los investigadores realizan sobre los films,

constituyen una forma de aproximación a la manera en la que individuos y grupos perciben su propia época¹⁶. Un *film* es un montaje, una sucesión de puntos de vista y no una mirada neutral sobre las cosas. Además de producción de sentido, constituye un producto cultural, obra de un equipo inmerso en un medio cuyo lenguaje y orientaciones comparte.

A diferencia de Kracauer, que considera al cine como un instrumento ideológico que refleja la mentalidad de una nación y su realidad histórica, en opinión de Sorlin, más que un espejo, en las imágenes se construyen representaciones de esa realidad ya que “la cámara registra cosas reales, pero esas cosas no son la realidad: son la vida percibida, reconstituida o imaginada por quienes hacen el film ...”¹⁷

A diferencia del enfoque de Ferro y Sorlin que analizan el contexto de enunciación del mensaje fílmico y los componentes culturales de una sociedad y una época, Robert Rosenstone¹⁸ está interesado en cómo el medio audiovisual, sujeto a las reglas dramáticas y de ficción, muestra el pasado. Su propuesta es así más radical: el film histórico no debe ser visto en términos de cómo se lo compara con la historia escrita, sino como una forma de relatar el pasado con sus propias reglas de representación.

El cine puede ser una vía legítima de hacer historia, de representar, interpretar, pensar y dar significado desde las huellas del pasado. El autor considera que la historia no debe ser reconstruida únicamente en el papel, ya que a través de elementos como el sonido, la imagen, la emoción y el montaje, un film ofrecería otras versiones de los hechos y puede hacernos reflexionar sobre los mismos. La historia, aunque ciencia humana de lo particular y lo concreto, no puede entender el pasado sin crear abstracciones como revolución, progreso, modernización. Pero a diferencia de la palabra, la imagen fílmica no puede abstraer o generalizar¹⁹. Esta es una característica de la representación fílmica del pasado: explicarlo a través de individuos, actuando dentro del proceso histórico, padeciéndolo o intentando transformarlo, a través de lo que denomina condensación²⁰.

Para Rosenstone, el cine no reemplaza a la historia como disciplina, ni la complementa. Es colindante con ella, al igual que otras formas de relacionarnos con el pasado como por ejemplo la tradición oral.

A modo de conclusión

En el mundo moderno la percepción es moldeada mucho más por las imágenes que por las palabras. Las imágenes cinematográficas las que contribuyen a generar en la mente del ciudadano moderno la conciencia histórica, ayudando a los historiadores a comprender la sociedad en que fueron realizadas el *film* deja de ser sólo un entretenimiento, convirtiéndose en un documento de gran influencia política, altamente revelador de tensiones y de problemáticas históricas que a través de las representaciones de la realidad ilumina los procesos sociales.

De acuerdo con los aportes teóricos arriba desarrollados, el cine - artefacto cultural e ideológico y medio de comunicación masivo- ofrece al historiador múltiples perspectivas de análisis: como documento histórico, versión fílmica del pasado, como recurso didáctico, sistema signifiante, y lugar de la memoria y del imaginario

social. Todas ellas constituyen espacios de encuentro, de intersección entre estas dos prácticas y determinan la conformación de un nuevo campo explorado por los investigadores que valoran las imágenes en movimiento como elementos relevantes para la construcción del saber histórico.

Notas

¹ Rosenstone, Robert (1995) *Revisioning History. Film and Construction of a New Past*. New Jersey: Princeton University Press, p.3.

² “A diferencia de la prensa, que en la mayor parte del mundo interesaba sólo a una pequeña elite, el cine fue, casi desde el principio, un medio internacional de masas”, en Hobsbawm, Eric (1995) *Historia del siglo XX 1914-1991*, Barcelona: Crítica, p. 198.

³ Beatriz Sarlo utiliza la categoría máquina cultural, para designar instancias, personajes o instituciones que a lo largo de la historia argentina funcionaron como constructores de la identidad nacional. Es en este sentido que las producciones cinematográficas, cualquiera sea su género, pueden considerarse como medios a través de los cuales se difunde, consolida y reproduce el imaginario social, en: Sarlo, Beatriz (1998) *La máquina cultural. Maestras, traductores y vanguardistas*, Buenos Aires: Ariel.

⁴ Cuando los dirigentes políticos se dieron cuenta del papel que desempeñaría el cine como voluntad de expresión o forma de influencia y manipulación ideológica, se dispusieron a apropiárselo y ponerlo al servicio de sus intereses tanto en Oriente como en Occidente, en: Ferro, Marc (1995) *Historia contemporánea y cine*. Barcelona: Ariel.

⁵ Monterde, Jorge Enrique (1986) *Cine, historia y enseñanza*, Barcelona: Laia, Cuadernos de Pedagogía N° 29, p.6.

⁶ Una sistematización de los aspectos y la metodología necesaria para aquellos historiadores que abordan los filmes como un recurso o fuente de información, es decir desde una perspectiva histórica en: Karsten, Fledelius (1980) “Fields and Strategies of Historical Films Movies Analysis”, in: *Fledelius, Karsten and Short, Robert, Studies in History*. Copenhagen: Film and Society, Eventus, pp. 53-80.

⁷ Baczkó, Bronislaw (1999) *Los imaginarios sociales. Memorias y esperanzas colectivas*. Bs. As.: Nueva Visión.

⁸ El expresionismo alemán constituyó una corriente estética que predominó en la Alemania de en los años posteriores a la Primera guerra Mundial, ya que se adaptaba a la atmósfera de pesimismo característica de ese período. Frente a la fidelidad al mundo real captado por los sentidos, se alzó la interpretación afectiva y subjetiva de esta realidad, distorsionando sus contornos y sus colores.

⁹ Kracauer, Siegfried (1995) *De Caligari a Hitler*. Buenos Aires: Nueva Visión.

¹⁰ Eisner, Lotte H. (1996) *La pantalla demoníaca*. Madrid: Cátedra.

¹¹ Entre otras películas se filmaron: *Nosferatu vampiro* (Murnau, 1922); *El hombre de las figuras de cera* (Leni, 1924); *Sombras* (Robison, 1923); *M. El vampiro de Dusseldorf* (Lang, 1931).

¹² Entre otros investigadores de la relación cine e historia encontramos a los historiadores estructuralistas ingleses

Jeffrey Richards, Anthony Aldgate y Arthur Marwick y al español José Caparrós Lera.

¹³ Ferro, Marc (1995) *Historia contemporánea y cine*, op. cit.

¹⁴ Ferro, Marc, ibidem., p. 39.

¹⁵ Sorlin, Pierre (1985) *Sociología del cine. La apertura para la historia de mañana*. México: Fondo de Cultura Económica.

¹⁶ Sobre este tema ver: Sorlin, Pierre (1980) *The film in History. Restaging the Past*. Oxford: Basil Blackwell. En este libro analiza, entre otros, dos *films* franceses de fines de la década del treinta, *La marsellesa* (Renoir, 1937) y *Napoleón* (Gance, 1935) que representan a la sociedad de Francia ante el temor del avance alemán antes del inicio de la Segunda Guerra Mundial, aunque la excusa sea los enfrentamientos políticos y sociales durante la Revolución Francesa del siglo XVIII.

¹⁷ Sorlin, Pierre, *Sociología del cine., La apertura para la historia de mañana*, op. cit. p. 42.

¹⁸ Rosenstone, Robert (1997) *El pasado en imágenes. El desafío del cine a nuestra idea de la historia*. Barcelona: Ariel; Entrevista a Robert Rosenstone por Mario Ranaletti (1998) en *Entre pasados* N° 15, pp.100-104

¹⁹ Rosenstone, Robert "Introduction", en *Revisining History. Film and the Construction of a New Past*, op.cit., p.8.

²⁰ Por ejemplo, en *Hiroshima mon amour* (Francia, Resnais, 1957) la pantalla no muestra el holocausto nuclear como un tema estadístico, sino en términos de dos amantes perseguidos por dolorosos recuerdos de la guerra y la devastación. Rosenstone, Robert "Introduction", en *Revisining History. Film and the Construction of a New Past*, op. cit, 10

Referencias bibliográficas

- Ferro, Marc (1995) *Historia contemporánea y cine*. Barcelona: Ariel.

- Kracauer, Siegfried (1995) *De Caligari a Hitler*. Buenos Aires: Nueva Visión.

- Rosenstone, Robert (1997) *El pasado en imágenes. El desafío del cine a nuestra idea de la historia*. Barcelona: Ariel.

- Sorlin, Pierre (1985) *Sociología del cine. La apertura para la historia de mañana*. México: Fondo de Cultura Económica.

Beneficios del uso de internet en hotelería

Juan Pedro Maskaric

Una de las tecnologías de información y comunicación que más auge está teniendo desde fines de los '90 es internet. De hecho, resulta casi inconcebible hoy en día que una empresa no tenga presencia en internet, ya que prácticamente todas las grandes empresas y un gran porcentaje de PyME se encuentran en la "red de redes".

Internet es un canal ideal para transmitir información hacia el entorno, con características únicas en cuanto a costo, alcance, y actualización de contenidos.

Una de las funciones principales que permite internet a una empresa es la posibilidad de realizar transaccio-

nes comerciales, con los clientes (conocido como B2C o bien, *Business to consumer*) o bien con otras empresas (conocido como B2B o bien, *Business to business*). Cuando se piensa entonces en internet como canal de ventas, se está hablando de comercio electrónico, o bien, su denominación más conocida, *e-commerce*.

Hay muchas razones que dan cuenta de los beneficios de internet para una empresa. Uno de ellos es el costo por contacto. Los medios tradicionales de contacto con proveedores o clientes suelen ser el uso de cartas postales, comunicaciones telefónicas, fax o incluso la interacción personal (por ejemplo en el caso de tener que visitar a un proveedor). El uso de correo electrónico o *e-mail* (una de las herramientas de internet) permite llegar a millones de contactos, al mismo tiempo, y a un costo ínfimo. En el caso de un hotel, que necesita enviar confirmación de reservas a sus clientes, o bien, que quiere tenerlos informados acerca de sus servicios y promociones, el uso de correo electrónico permite llegar a cualquier cliente, en cualquier parte del mundo en cuestión de segundos, a diferencia del fax y fundamentalmente, del correo postal. El costo es ínfimo, representado básicamente por el tiempo de conexión y de acuerdo a las tarifas del proveedor de internet. Además permite enviar no solo texto, sino además imágenes, audio y otros archivos. Otro de los beneficios de esta herramienta es su facilidad de manejo, y su uso masivo.

En el caso de las comunicaciones telefónicas, la telefonía a través de internet (conocida como *Voice IP*, o bien, VoIP) permite realizar llamadas internacionales a un costo menor que una llamada local. Básicamente hay 3 formas de contactarse, de PC a PC, de PC a un teléfono, y de un teléfono hacia una PC. Incluso ya se están publicitando teléfonos celulares que cuentan con esta tecnología. Piénsese en un hotel, que necesita contactarse con un cliente al otro lado del mundo; el uso de esta tecnología reduciría notablemente los costos de la comunicación. Pero, pensando en valor agregado al huésped, imagínese un hotel para pasajeros de negocios (el ejemplo puede aplicarse también al turismo internacional u otros clientes) donde el masivo uso de telefonía celular hace que los ingresos provenientes del uso del teléfono en la hotelería se hayan reducido considerablemente. En estos casos, un hotel podría brindar servicio al huésped brindándole la posibilidad de realizar llamadas internacionales a través de tecnología VoIP, que le resultando mucho más económicas que a través de su propio celular o, ir más allá y brindar el servicio en forma gratuita. Otro de los beneficios que ofrece internet a las empresas y sobre todo a los hoteles que piensan en captar turistas internacionales es su capacidad de audiencia masiva. El hecho de contar con una página *web* posibilita que esta esté accesible a millones de personas en todo el planeta, a un costo mucho menor que otros medios de promoción o publicidad.

Pero además de contar con esa enorme audiencia, otro aspecto interesante es que esa audiencia puede consultar la información contenida en el sitio *web* durante las 24hs del día. Esto se asemeja a contar con puntos de venta abiertos permanentemente. En el caso de las reservas de un hotel, sobre todo en un hotel mediano o pequeño, esto representa poder tomar reservas duran-