

marcam como docentes e influem em nossa tarefa. Ao que parece encontram-se naturalizadas.

Como alunos e como docentes as conhecemos no entanto é possível que não tenhamos bem clara a função que deveria cumprir a educação artística.

Este texto faz um percurso breve pelos modelos pedagógicos da educação artística, sem intenção de criticá-los se não lhe dando importância ao fato de poder saber de onde prove.

Palavras chave: educação – artístico – modelo – pedagogia – teorías – estética – aluno – docente.

(*) **Fernando Mochen.** Diseñador en Comunicación Visual. Facultad de Bellas Artes. Universidad Nacional de La Plata.

Las relaciones públicas. El futuro llegó...

Marisa Ester Ruiz (*)

Fecha de recepción: julio 2010
Fecha de aceptación: septiembre 2010
Versión final: noviembre 2010

Resumen: Una conversación accidental entre un recién graduado con quien fuera uno de sus docentes, se convierte en la piedra fundamental de este trabajo.

El desarrollo del profesional en Relaciones Públicas abarca numerosas posibilidades laborales. Por desconocimiento o tal vez ignorancia, estudiantes, graduados y potenciales clientes desconocen en gran medida los alcances de esta carrera.

La implementación de las distintas herramientas de estudio disponibles, aplicadas desde la cursada, entre las gráficas, presenciales y tecnológicas, acrecientan las posibilidades de acción y de inserción dentro del mercado laboral. Las oportunidades existen, pero a veces no se presentan como un blanco fácil. Cómo quien busca un tesoro perdido en un anticuario, o un buen vestido en la mesa de ofertas, sólo es cuestión de observar, saber mirar más allá de lo que se ve, y actuar en consecuencia.

Palabras clave: relaciones públicas - comunicación interna - imagen empresarial - imagen política - planes de comunicación - cultura organizacional - herramientas de estudio - blogs - redes sociales - público interno - medios gráficos - medios on-line.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 67]

Hace un tiempo caminando por la calle, escucho una voz que entre agradable y sorprendida me pregunta:

-¡Hola profesora! ¿Cómo le va?

En ese momento tardé esos cinco segundos eternos en tratar de ubicar a esa joven, al cual su rostro me resultaba familiar. Habían pasado un par de años, y aunque su cabello lucía otro corte, logré reconocerla -¿Cómo estás? ¿Cómo van tus cosas?

- Muy bien, ya me recibí

-¡Que suerte, te felicito! ¿Estás trabajando en algo relacionado a la profesión?- Le pregunté

-¡No!... Y la verdad que estoy muy preocupada, por más que busco y busco, no encuentro avisos que pidan estudiantes o jóvenes graduados en Relaciones Públicas.

-¡No te preocupes, ya lo vas a encontrar!- Le respondí. Nos despedimos y cada una siguió su camino.

Unos días después me puse a pensar en la conversación que había mantenido con aquella estudiante que había pasado por mis clases y nos reencontramos convertida en una nueva “colega”. En mis recuerdos, la encontraba alegre y optimista. Cuando nos volvimos a ver la noté desalentada.

En los años de cursada, a los estudiantes les impartimos nuestros conocimientos, aclaramos sus inquietudes y otras veces ofrecemos nuestras propias expe-

riencias profesionales, con el único objetivo de lograr buenos graduados. Fue cuando me pregunté si nosotros en el rol de educadores, les proporcionamos además las armas necesarias para saber qué hacer el día en que la facultad les dice adiós y como dice el dicho popular salen “con el título bajo el brazo”. La verdad es que no obtuve respuesta.

La búsqueda de empleo para un recién graduado no es nada fácil, y seguramente todos pretendimos encontrar en los avisos clasificados o en las redes de empleo, un aviso en el cual figure expresamente “empresa multinacional busca licenciado en...”. Ahora bien, en una disciplina como las Relaciones Públicas, éstas brindan un gran abanico de posibilidades, desde un asesoramiento empresarial en clima interno, en imagen, en responsabilidad social (tan en auge en estos días), en imagen política, relaciones con los medios, y otras alternativas profesionales que nuestra licenciatura permite desarrollar.

Ante esa dificultad, ¿Por qué no mostrarles a nuestros estudiantes todas las variantes y posibilidades laborales que existen? Éstas no deben limitarse únicamente a la que reza “se requiere graduado en...” la disciplina que hayamos elegido, la búsqueda puede ser mucho más amplia

Retrocedí en el tiempo y volví a los finales de mi adolescencia cuando me recibí de Bachiller con Orienta-

ción Docente. La enseñanza media ya era parte del pasado y la facultad era mi próximo objetivo, aunque las posibilidades económicas de mis padres obligaban a que tuviera que conseguirme un empleo. Todas las mañanas bien temprano salía a comprar el diario, y leer los avisos clasificados que posibilitaran insertarme en el mercado laboral. Y recordé que no encontraba aquel enunciado que dijera con letras grandes “bachiller se busca”. En cambio aparecían avisos requiriendo por ejemplo recepcionistas, auxiliar de proveedores, empleos de oficina. En ese momento comprendí que mi título era aplicable a lo que el mercado laboral requería. La mayor ambición del graduado es poder desempeñar su profesión. Trabajando y estudiando, mi empleador sin reparos me concedió todas las posibilidades para lograr mi objetivo, otorgándome días de estudio y por examen, incluso algunos más de los que por ley me correspondían. Con el título en mis manos y en reunión con el gerente de Recursos Humanos, me comunicó que en la empresa, no estaban previstos los servicios de un Licenciado en Relaciones Públicas. De todas formas, observando los distintos comportamientos en la relación entre mis compañeros con mis superiores, y de éstos con gerentes de otras áreas, observé fallas en la comunicación. Con paciencia, esperé el momento adecuado para presentar un proyecto, que consistió en un plan sobre comunicación interna que al tiempo fue aceptado. Ese fue mi primer trabajo relacionado con la profesión.

La actualidad nos muestra constantemente vicisitudes en las cuales un licenciado en Relaciones Públicas puede accionar y resolver.

En mi etapa de estudiante universitaria, la teoría abundaba y los casos prácticos también, pero estos últimos se limitaban a casos de manual. Nadie me mostró lo que había sucedido la semana anterior entre una organización y el gobierno, o entre una ONG y un político (por citar sólo dos casos) y que entre todos, (estudiantes y docentes) tratemos de resolver de qué manera se debería actuar en determinado caso. Gracias a los avances tecnológicos, es posible presentar en clase, distintos desempeños de la vida de un profesional y compartirlo con nuestros educandos. Personalmente, este tipo de clases se ha convertido en una experiencia sumamente enriquecedora, mejora la calidad de los debates, afianza la relación del curso y se refleja en la entrega de los distintos trabajos prácticos.

La comunicación y al información se encuentran en una etapa de constante dinamismo y evolución. Como docentes debemos acompañar ese proceso. No es una novedad si digo que los estudiantes de hoy, en general no leen los diarios, no miran programas políticos ni de actualidad. Nuestra función es acercarlos la mayor cantidad de herramientas posibles (*blogs*, redes profesionales, revistas especializadas, seminarios, congresos, foros) para lograr que el día de mañana, sean ellos mismos quienes las utilicen.

La interacción cotidiana entre el mundo real con el profesional, pone ante sus ojos, un nuevo prisma acerca de las propias metas, intereses y objetivos. Esta nue-

va realidad posibilita la formación de una nueva generación de estudiantes, propicia el nacimiento nuevas tendencias y formas de la profesión, que aplicarán una nueva generación de graduados para insertarse en una nueva cultura organizacional. No hay mejor ejemplo que la realidad.

Particularmente en nuestro país, (Argentina) se necesita afianzar un rubro que se encuentra permanentemente descuidado, o en otras palabras no lo suficientemente maximizado: el de “servicios”. Para una gran mayoría, el profesional en Relaciones Públicas debe explicar día a día a que se dedica. Quienes tenemos la posibilidad y la oportunidad de compartir nuestros conocimientos no debemos perder esta oportunidad histórica. Experiencias realizadas en países con economías desarrolladas, nos indican que este es el camino a seguir. Una sociedad que sabe comunicarse, que sabe escucharse, que sabe debatir, podrá crecer sin rencores, sin resentimientos y apostando al futuro. Gobierno, empresarios y sociedad debemos aceptar el reto para los tiempos que vendrán. Quizás sea esto último, nuestro mayor desafío.

Abstract: An accidental conversation between a faculty graduate and one of his professors becomes the basement of this work. The Public Relations professional development includes numerous working possibilities. Many students, graduates and potential clients do not know the real dimension of this career. The implementation of the different Public Relations tools in the development of the subject increases the student's possibilities in their insertion within the working market. Opportunities do exist; even sometimes they do not appear like an easy target.

Key words: Education - public Relations - communication - image - blog - social networks - internal public - media.

Resumo: Uma conversa acidental entre um recém graduado com quem fosse um de seus docentes, torna-se a pedra fundamental deste trabalho.

O desenvolvimento do profissional em Relações Públicas engloba muitas possibilidades de trabalho. Por desconhecimento ou talvez ignorância, estudantes, graduados e potenciais clientes desconhecem em grande parte os alcances desta carreira.

A aplicação das diferentes ferramentas de estudo disponíveis, implementadas desde os cursos, entre as gráficas, presenciais e tecnológicas, aumentar as possibilidades de ação e de inserção dentro do mercado de trabalho. As oportunidades existem, mas às vezes não se apresentam como um alvo fácil.

Palavras chave: educação - Relações Públicas - comunicação - imagem - blog - redes sociais - público interno - meios.

(*) **Marisa Ester Ruiz.** Licenciada en Relaciones Públicas e Institucionales. Realizó un pos grado en Comunicación, Cultura y Discursos Mediáticos. Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento de Comunicación corporativa - empresa.