

**Key words:** style – scenographic space – language – action – objects – actors.

**Resumo:** Teatralmente, a cenografia não poderia ser só a imagem, já que esta se acha sempre associada ao que acontece, a ação da cena. Os objetos que compõem o diagrama visual, fazem que se relacionem os corpos dos atores com o tudo.

**Palavras chave:** estilo – espaço cenográfico – linguagem – ação – objeto – atores.

(\*) **Norberto Laino.** Se desarrolla en el ámbito teatral a través de diversas funciones. Profesor de la Universidad de Palermo en el Departamento de Teatro y Espectáculos en la Facultad de Diseño y Comunicación.

---

## La incorporación de artículos científicos a la enseñanza de las Relaciones Públicas: lectura guiada sobre gestión vincular

Fecha de recepción: agosto 2011  
Fecha de aceptación: octubre 2011  
Versión final: diciembre 2011

Marcelo Baro (\*)

**Resumen:** Los artículos científicos son los que más contribuyen al aprendizaje de los alumnos universitarios, porque constituyen el verdadero andamiaje teórico de una disciplina. Sin embargo, en Argentina no suelen aparecer listados en la bibliografía de las materias troncales de Relaciones Públicas. De esta manera, las temáticas más actuales quedan fuera de la currícula. Se realizó una actividad de lectura guiada de un artículo científico sobre gestión vincular en un curso avanzado, y se verificó no solamente que dichas temáticas podían ser abordadas en clase, sino además que la experiencia despertaba la curiosidad por otros conocimientos.

**Palabras clave:** educación – lectura guiada - artículo científico – gestión vincular – relaciones públicas.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 98]

### Los artículos científicos

Es sabido que existen varios géneros de textos académicos: ensayos, monografías, tesis, casos de estudios, ponencias, etc. Cada uno responde a criterios diferentes, pero todos se caracterizan por seguir un formato preestablecido y estar dirigidos a una audiencia informada y crítica. Los artículos científicos, aquellos *papers* que son el resultado de un análisis metodológico y que aparecen publicados en medios arbitrados e indizados, son los que más contribuyen al aprendizaje de los alumnos universitarios al constituir un verdadero andamiaje teórico. Mediante la revisión ciega por pares, el proceso de arbitraje o referato asegura la pertinencia y calidad, de los trabajos. Y la indización en bases que reúnen y diseminan información bibliográfica sobre publicaciones científicas, tales como Latindex, Dialnet, Jstor, Ebsco, y Proquest entre otros, otorga seriedad y credibilidad al medio. Este tipo de artículos incluye siempre una revisión sobre los últimos avances en el tema a investigar, una proposición, una metodología para testarla, y un análisis de los resultados del trabajo de campo pasible de ser replicado y, en consecuencia, validado por colegas. Así, uno sobre el otro, los aportes de cada autor construyen un *corpus* para la disciplina. Sin embargo, dichos artículos científicos no suelen aparecer listados en la bibliografía de las materias troncales de Relaciones Públicas de las universidades argentinas.

En cambio, una buena parte de lo que se da a leer está integrada por textos académicos derivados de aquellos científicos. Pero muchos de estos textos académicos son

manuales en los que la posición del autor aparece justificada a través de otras posiciones apenas citadas. Además, eliminan toda controversia, es decir la naturaleza argumentativa esencial del conocimiento científico, e incluso toda mención de los métodos con los que se han producido los conceptos. De esta forma, los textos académicos tratan el saber como único, absoluto, y definitivo. E incluso aparece mutilado, cuando los manuales son fotocopiados parcialmente y en hojas apenas legibles, pues se recorta el pensamiento holístico del autor. ¿Por qué entonces no servirse directamente de los artículos científicos para enseñar Relaciones Públicas? Estos *papers* están generalmente redactados en idioma extranjero, mayormente en inglés, lo cual limita la cantidad de profesores y alumnos que pueden leerlos. Por otro lado, los escritos responden a géneros académicos que requieren un alto grado de desarrollo del lenguaje académico del lector, más allá de sus habilidades en el lenguaje coloquial (Schleppegrell & Colombi, 2002; Gómez, 2009). Pero la realidad es que, más allá del idioma en el que están publicados, los textos científicos están dirigidos a colegas, más que a alumnos. Así, autores y lectores “comparten un conjunto de principios, acuerdos básicos epistemológicos, ontológicos y gnoseológicos, que no es necesario explicitar” (Fernández *et al.*, 2002).

En consecuencia, es inadecuado suponer que la lectura sea una habilidad básica, adquirida en la escuela primaria, de una vez y para siempre, y que sirva para comprender cualquier escrito que se presente a los alumnos

(Halliday, 1975). De hecho, existen diferentes maneras de leer (Olson, 1998), por lo que hace falta tanto enseñar a entender los géneros específicos de la disciplina, como enseñar a escribir apropiadamente, con voz de autor, dentro de dicha disciplina (Gómez, 2009). Es imprescindible facilitar el descubrimiento de las distintas posturas existentes y de los argumentos en favor y en contra de cada una, integrar los contenidos con otros conocimientos, y poner en relieve las implicancias de lo abordado. Es fundamental explicar la importancia de la lectura de los resúmenes para saber sobre qué tratan los trabajos y de las referencias bibliográficas para saber qué les dio origen. Asimismo, es necesario remarcar que el objetivo a perseguir cuando se lee un artículo científico es comprender la contribución que el autor está haciendo a la disciplina (Keshav, 2007). Solamente con este marco cognitivo será posible abordar estos escritos en las clases de Relaciones Públicas.

### Lectura guiada sobre gestión vincular

Proporcionando dicho encuadre, no sería necesario esperar que los últimos avances en la investigación de la disciplina llegaran a algún manual en castellano (lo cual podría llevar décadas). Sería posible incorporar las nuevas temáticas a la curricula de la carrera. En este sentido, en un curso avanzado de Relaciones Públicas, se realizó un ejercicio de lectura guiada de un artículo científico sobre gestión vincular (también gestión relacional o gestión reticular; o inglés, *organization-public relationship* (OPR) o *relationship management*). Esta área de investigación, en particular, es impulsada con fuerza en otras latitudes, principalmente por Mary-Ann Ferguson, James Grunig, Glen Broom, John Ledingham, Stephen Bruning, Linda Hon y Yi-Hui Huang.

Huang (2001, p. 270), estima que la gestión vincular “ha emergido como un importante paradigma de las Relaciones Públicas”; y Ledingham (2008, p. 243), explica que fueron varias las razones que le dieron origen: “(a) el reconocimiento generalizado que las Relaciones Públicas debían enfocarse en los vínculos, más que en la organización, el público, o el proceso de comunicación; (b) la reconceptualización de las Relaciones Públicas como una función gerencial que requiere una planificación estratégica y una evaluación; (c) el surgimiento de modelos de gestión de vínculos [...]; (d) la destilación de atributos relacionales a partir de la bibliografía sobre relaciones interpersonales; y (e) el desarrollo de escalas de medición de la calidad relacional”. Para la gestión vincular, las Relaciones Públicas inician, construyen, y mantienen relaciones de beneficio mutuo entre la organización y sus *stakeholders* (Baro, 2011) sobre el supuesto económico que indica que es más beneficioso realizar determinadas actividades en el mercado (tercerizadas en sus *stakeholders*) que dentro de la propia organización. De esta manera, al establecer relaciones de comprensión mutua entre la organización y los *stakeholders*, la gestión vincular permite reducir significativamente los costos de transacción (Podnar *et al.*, 2009). La perspectiva vincular no sólo está incrementando su popularidad entre los investigadores de Relaciones Públicas, sino también entre los profesionales. Hon y Grunig (1999) sugieren que cada vez más relacionistas

entienden que la tarea fundamental de las Relaciones Públicas consiste en el desarrollo y cultivo de vínculos duraderos entre la organización y sus *stakeholders*.

A partir de la experiencia de lectura guiada quedó en evidencia que vínculo, stakeholder, y comunicación son conceptos indisociables puesto que para las organizaciones no es posible funcionar en un *cluster* sin contar con la colaboración de sus *stakeholders* y éstos no se erigen en tales, sin el establecimiento de vínculos legítimos de comprensión mutua, la cual, a su vez, entraña necesariamente la comunicación porque no se establece una relación sino mediante la comunicación. Además, la actividad permitió comprender que los *stakeholders*, los vínculos que la organización con ellos establece, y los recursos que a través de ellos se canalizan, conforman el capital social, un intangible maximizable de gran valor para las organizaciones. Más aún, se constató que el capital social no surge espontáneamente sino que resulta de un esfuerzo permanente de la organización por producir y reproducir vínculos útiles y duraderos que puedan asegurarle recursos materiales y simbólicos. De hecho, el capital social se crea mediante la congregación de individuos o grupos que cooperan para mejorar su situación. Otra consecuencia de la lectura guiada fue verificar que la gestión vincular desarrolla relaciones de confianza y cooperación mutua con los *stakeholders*, creando comunidades en las que cada parte se esfuerza por generar un valor económico compartido. Así, stakeholder es únicamente aquel colectivo que asegura la supervivencia de la organización; es decir, aquel que aporta y arriesga recursos al desarrollo del *cluster*. Y el valor de los activos que aporta debe verse afectado por el devenir de la organización de manera similar al de los accionistas que pueden reclamar un derecho de propiedad por arriesgar su capital.

### Conclusión

La gestión vincular es sólo una de las grandes áreas sobre las que se está trabajando hoy en Relaciones Públicas. Hay varias más: la estandarización de la evaluación, las nuevas tecnologías, el relato corporativo...; hay incluso algunas publicaciones que incluyen anualmente un repertorio de las principales. Pero ninguna llegó todavía a las aulas de las universidades argentinas. Como estas temáticas por ahora sólo están disponibles en artículos científicos, podrían ser abordadas en las aulas mediante experiencias como la descrita en este texto, sobre todo en las asignaturas avanzadas de la licenciatura. De hecho, la prueba no solamente lo confirma, sino que además despertó la curiosidad por otros conocimientos.

### Referencias bibliográficas

- Baro, M. (2011). Contribución de la gestión vincular a la construcción del capital social de las organizaciones. *Revista Iberoamericana de Comunicación*, 22, 89-104.
- Fernández, G., Izuzquiza, M. V. y Laxalt, I. (2002) “¿Enseñanza de prácticas de lectura en la universidad?”. Ponencia presentada en el *Tercer encuentro: La universidad como objeto de investigación*. La Plata, 24 y 25 de octubre de 2002, Fac. de Humanidades y Ciencias de la Educación, UNLP.
- Gómez, M. C. (2009). El desarrollo de la voz de autor

(*writer's voice*) en la escritura académica de los estudiantes universitarios de español para hispanohablantes: aportaciones de la lingüística sistémica funcional (SFL). *Spanish in the US Conference*, Miami, FL.

- Halliday, M. (1975). *Learning how to mean: Explorations in the development of language*. Londres: Arnold.

- Hon, L. C., y Grunig, J. E. (1999). Guidelines for measuring relationships in public relations. Consultado el 15/02/2011, <http://www.instituteforpr.org>

- Huang, Y. H. (2001). Values of public relations: Effects on organization-public relationships mediating conflict resolution. *Journal of Public Relations Research*, 13, 265-301.

- Keshav, S. (2007). How to read a paper. *Acm Sigcomm Computer Communication Review*, 37, (3), 83-84.

- Ledingham, J. A. (2008). A chronology of organization-stakeholder relationships with recommendations concerning practitioner adoption of the relational perspective. *Journal of Promotion Management*, 14, 243-262.

- Olson, D. (1998) *El mundo sobre el papel. El impacto de la lectura y la escritura sobre la estructura del conocimiento*. Barcelona: Gedisa.

- Podnar, K., Lah, M., & Golob, U. (2009). Economic perspectives on public relations. *Public Relations Review*, 35, 340-345.

- Schleppegrell, M. J., & Colombi, M. C. (2002). *Developing advanced literacy in first and second languages. Meaning with power*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

**Abstract:** The scientific articles are those that contribute more to the learning of the university pupils, because they constitute the real theoretical scaffolding of a discipline. Nevertheless, in

Argentina it does not show up the lists in the bibliography of the main subjects of Public Relations. Hereby, the most current subjects stay out of the plan of study. An activity of guided reading of a scientific article about a linked management in an advanced course was carried out, and it was checked not only that the above mentioned subject could be approached in class, but also that the experience awakes the curiosity for other knowledge.

**Key words:** education – guided reading – scientific article – linked management – public relations.

**Resumo:** Os artigos científicos são os que mais contribuem à aprendizagem dos alunos universitários, porque constituem o verdadeiro quadro teórico de uma disciplina. No entanto, em Argentina não costumam aparecer listagens na bibliografia das matérias principais de Relações Públicas. Desta maneira, as temáticas mais actuais ficam fora da currículo. Realizou-se uma atividade de leitura guiada de um artigo científico sobre Gestão Vincular num curso avançado, e verificou-se não somente que ditas temáticas podiam ser abordadas em sala de aula, senão ademais que a experiência acordava a curiosidade por outros conhecimentos.

**Palavras chave:** educação – leitura guiada – artigo científico – gestão vincular – relações públicas.

(\*) **Marcelo Baro.** Doctor en Dirección de Empresas, orientación gestión vincular, por la Universidad del Cema, Buenos Aires, Argentina. Ha sido Director de Departamento, Director de Carrera, y ha dictado cursos en el área de su especialización, tanto de grado como de postgrado, en varias universidades de Argentina.

## Investigar en la Universidad

Mara Steiner (\*)

Fecha de recepción: agosto 2011

Fecha de aceptación: octubre 2011

Versión final: diciembre 2011

**Resumen:** La presente ponencia tiene por objetivo relatar la experiencia de la conformación del Programa de Investigación de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Se describen los objetivos del Programa, las acciones realizadas durante el año 2011, las proyecciones a futuro y por último se detallan los títulos de los proyectos que integran el programa, sus autores y un breve *abstract* de cada uno de ellos.

**Palabras clave:** programa de investigación – formación – transferencia.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 105]

### Programa de Investigación de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo

Desde sus inicios, el proyecto institucional de la Facultad de Diseño y Comunicación promovió la implementación de prácticas y proyectos innovadores con el objetivo de formalizar el crecimiento institucional entendiendo que la actividad investigativa es uno de los pilares sobre los cuales se apoya la enseñanza universitaria.

En el transcurso de los últimos años, la Facultad de Diseño y Comunicación ha desplegado un importante abanico de programas, propuestas y proyectos orientados a la sistematización de la actividad investigativa.

A comienzos del año 2011, comenzamos a promover el desarrollo de nuevos escenarios que contribuyeran a dar continuidad a las tareas de investigación que se han venido desarrollando en los últimos años, en línea