

Abstract: We are amazed how technological advance of recent years changed the way we communicate but the reality is that it has always happened. What is the difference between the old oral tradition and the new 2.0 mode? Will it be a return to an earlier form now mediated by other technologies? In the field of organizational communication and PR what does it mean to be a 2.0 organization? How does this logic in the communication of the organization work, both as a product and as a process? What is the role of the leader? In this article we seek some answers to many questions.

Keywords: Communication 2.0 - tools - product - process - organizational culture.

Resumo: Estamos surpreendidos de como os avanços tecnológicos dos últimos anos modificaram a forma em que nos comunicamos mas a realidade é que isto se deu sempre. Que dife-

rença a velha tradição oral da nova modalidade 2.0. Será que é em realidade a volta a uma forma anterior mediada agora por outras tecnologias? No âmbito da comunicação organizacional e as RRPP ¿que significa ser uma organização 2.0? ¿Como funciona esta lógica na comunicação da organização, tanto como produto e como processo? ¿Qual é o papel do líder? Neste artigo buscamos algumas respostas a tantas perguntas.

Palavras chave: Comunicação 2.0 - ferramentas - produto - processo - cultura organizacional.

^(*) **Ana Laura Calciano:** Licenciada en Ciencias de la Comunicación, Universidad de Buenos Aires. Especializada en Políticas y Planificación de la Comunicación. Comunicación Corporativa. Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento de Investigación y Expresión de la Facultad de Diseño y Comunicación.

Algunas aclaraciones acerca del marco teórico

Sergio Díaz y Alelé Jait^(*)

Fecha de recepción: julio 2012
Fecha de aceptación: septiembre 2012
Versión final: noviembre 2012

Resumen: La elaboración del marco teórico, por lo general, es la instancia del ejercicio de investigación que presenta múltiples dificultades a los alumnos que cursan la materia Introducción a la Investigación, común a todas las carreras que se dictan en la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Contribuir a despejar algunas dudas, es el propósito del siguiente artículo.

Palabras clave: Marco teórico - investigación - conocimiento científico.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 64]

La instancia que supone la elaboración del marco teórico, como parte del ejercicio de investigación, es la que, por lo general, resulta más complicada a los alumnos que cursan la materia Introducción a la Investigación, común a todas las carreras que se dictan en la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Sin embargo, al ser una parte fundamental del proceso de aprendizaje de los géneros y lenguajes académicos, resulta muy importante contribuir a despejar algunas dudas acerca de su formulación. Este es el propósito del siguiente artículo.

Para comenzar a realizar el ejercicio de investigación científico, como es sabido, es necesario delimitar. El universo de temas y/o problemas a investigar es demasiado amplio y el sujeto que investiga (entiéndase por sujeto a la persona o grupo que tiene por función realizar el ejercicio de investigación en contraposición al objeto que es investigado) puede desviarse de su cometido muy fácilmente. Es por ello que la etapa de delimitación es crucial en el proceso y por allí se empieza. En primer lugar, el sujeto debe elegir un posible tema de investigación y transformarlo en un problema. Como esto no es lo que nos interesa resaltar aquí, sólo diremos que la palabra clave es acotar. Y esto significa que el sujeto opte por uno de todos los fenómenos plausibles de ser estudiados en base a sus intereses y a la carrera que

ha comenzado. Ese tema debe ser precisado espacio-temporalmente, es decir, debe ser contextualizado. Por ejemplo, de nada sirve querer indagar sobre el origen del mundo, dado que está por fuera de nuestro alcance, pero sin embargo sí podría ser un tema de investigación, que luego será problematizado, "La utilización de telas inteligentes para la fabricación de indumentaria en la Argentina durante los últimos 5 años". Otra cuestión a tener en cuenta resulta de los plazos estipulados para la realización del ejercicio, por lo tanto, en este caso, al contar con un cuatrimestre para su ejecución, el problema elegido debe ser reducido en sus alcances. Todo lo mencionado apunta a la viabilidad, entendida como la posibilidad de llevar a cabo la empresa del investigar. Luego de delimitar el tema y formular el problema (teniendo en cuenta la diferencia que existe entre un problema de investigación y un problema de la vida cotidiana), el sujeto plantea el objetivo general; éste se enuncia comenzando con un verbo en infinitivo y plantea de manera clara y precisa qué es lo que va a hacer. Del objetivo general se desprenden los objetivos específicos que -también se enuncian con un verbo en infinitivo adelante- tienen por función establecer las metas a ser cumplidas para alcanzar el objetivo general. Todos los pasos hasta aquí enumerados están interrelacionados y suponen una lógica interna o coherencia.

Obviamente para delimitar un tema y convertirlo en un problema de investigación es necesario estar al tanto, poseer conocimientos bibliográficos acerca de lo que quiero realizar; porque “(...) delimitar un tema significa enfocar en términos concretos nuestras áreas de interés, especificar sus alcances, determinar sus límites.” (Sabino: 1986).

Ahora bien, una vez realizados los pasos anteriores nos enfrentamos al marco teórico, que, en un primer acercamiento, podríamos definir a partir de la idea de un mapa conceptual o, a partir de la recreación de un diálogo entre diferentes autores a propósito de un problema teórico determinado.

El sujeto que realiza el ejercicio de investigación, al momento de plantear un problema no puede desconocer la discusión existente en relación al mismo. Como bien postula Carlos Sabino, “El investigador que se plantea un problema no lo hace en el vacío, como si no tuviese la menor idea acerca del mismo, sino que siempre parte de algunas ideas o informaciones previas, por más que éstos todavía no tengan un carácter preciso y sistemático.” (Sabino: 1986).

En infinidad de oportunidades, el alumno realmente desconoce los autores y teorías que son referentes en el campo temático y problemático seleccionado, pero ello no implica que parte de la nada, sino que esta instancia constituye un excelente momento para reponer aquellos conocimientos vinculantes que aún no posee. En cierto sentido, supone una manera de sentar ciertas bases y promover filiaciones teóricas. Puesto que “(...) se trata de integrar al problema dentro de un ámbito donde éste cobre sentido, incorporando los conocimientos previos relativos al mismo y ordenándolos de modo tal que resulten útiles para nuestra tarea.” (Sabino: 1986).

La idea es situar el problema de conocimiento que nos interpela en un conjunto más amplio de conocimientos con el fin, por un lado, de orientar la búsqueda y, por otro lado, ser precisos con los conceptos teóricos utilizados. En primer lugar, contrariamente a lo que podría pensarse, situar el problema en el campo que le es propio es una manera de continuar acotando nuestro objeto puesto que se alude a las teorías y conceptos que le concierne dejando de lado aquellas que no intervienen directamente en la problemática seleccionada. En segundo lugar, el conocimiento científico se maneja con conceptos claros y distintos, hecho que implica resolver la cuestión de la polisemia, los múltiples significados que remiten a un concepto. Al precisar y definir los conceptos teóricos, en esta instancia, no habrá ninguna confusión acerca del sentido que el sujeto les da a los mismos.

Recordemos aquello que planteaba Carlos Sabino en su libro *El proceso de investigación*: “(...) la ciencia no puede permitirse designar con el mismo nombre fenómenos que, aparentemente semejantes, son de naturaleza diferente (...)”. (Sabino: 1986). Desterrar las ambigüedades del lenguaje que utilizamos cotidianamente es una de las tareas que concierne al quehacer científico.

Para comenzar a realizar el marco teórico es necesario leer; pero primero tengo que saber qué es lo que debo leer, cuál es la literatura que corresponde a mi problema

de investigación. Pero hay algo que es más importante aún y que muchos no lo tienen en cuenta: tengo que saber qué leer pero, antes que nada, dónde encontrarlo. Buscar la bibliografía requerida para la realización del marco teórico es una parte esencial del proceso de investigación. Hay que buscar, caminar, indagar, preguntar, y, también, pedir asesoramiento a especialistas. Recorrer bibliotecas, librerías, sitios de Internet especializados, universidades, facultades, mirar programas de otras materias y casas de estudio, etc.... porque para detectar la literatura que preciso para construir el marco teórico primero tengo que saber diferenciar un texto académico de uno que no lo es. Y eso nos lleva al problema de las fuentes. Si bien existen fuentes primarias, secundarias y terciarias, las dos últimas sólo nos interesan en tanto nos permiten acceder al primer tipo. Detectar cuáles van a ser nuestras fuentes primarias es vital; y “(...) las fuentes primarias más utilizadas para elaborar marcos teóricos -en todas las áreas del conocimiento- son los libros [académicos], las revistas científicas y las ponencias o trabajos presentados en congresos, simposios y otros eventos similares (...)”. (Sampieri: 1991). Porque de lo que se trata es de aprender a vincularse con aquellos materiales considerados legítimos por la academia, y por legítimo entendemos, en este caso, que contiene un conocimiento e información validado y reconocido dentro de determinado campo del saber. De este modo, elaborar el marco teórico implica “(...) analizar y exponer aquellas teorías, enfoques teóricos, investigaciones y antecedentes en general que se consideren válidos para el correcto encuadre del estudio.” (Sampieri: 1991) Es decir, que para sustentar teóricamente el ejercicio de investigación debo extraer, recopilar y seleccionar la información apropiada para nuestro problema. Y aunque no es una tarea fácil, es necesaria, ordenadora, previene errores, amplía nuestros conocimientos y evita que nos salgamos del tema que queremos investigar.

Referencias bibliográficas

- Hernández Sampieri Roberto, (1991) *Metodología de la investigación*, Ed. Mac Graw Gill, México.
- Sabino Carlos, (1986) *El proceso de investigación*, Ed. Panapo, Caracas.

Abstract: The development of the theoretical framework, generally, is the body of the research exercise that presents many difficulties to students taking the subject Introduction to Research, common to all the careers that are held at the Faculty of Design and Communication University of Palermo. To help clear some doubts, is the purpose of this article.

Key words: Theoretical framework - research - scientific knowledge.

Resumo: A elaboração do Quadro Teórico, pelo geral, é a instância do exercício de pesquisa que apresenta múltiplas dificuldades aos alunos que cursam a matéria Introdução à Pesquisa, comum a todas as carreiras que se ditam na Faculdade de Design e Comunicação da Universidade de Palermo. Para ajudar a esclarecer algumas dúvidas, é o propósito do seguinte artigo.

Palabras clave: Marco teórico - pesquisa - conhecimento científico.

(*) **Sergio Díaz:** Magister en Comunicación y Cultura. Universidad de Buenos Aires. Licenciado en Sociología. Profesor de la Universidad de Palermo en el Departamento de Investigación y Expresión en la Facultad de Diseño y Comunicación.

(*) **Alelé Jait:** Magister en Comunicación y Cultura. Universidad de Buenos Aires. Licenciada en Ciencias de la comunicación. Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento de Investigación y Expresión en la Facultad de Diseño y Comunicación.

Crónicas del enseñaje-aprendizaje de la redacción creativa

Fecha de recepción: julio 2012

Fecha de aceptación: septiembre 2012

Versión final: noviembre 2012

Betina Mariel Bensignor (*)

Resumen: La escritura creativa es una actividad que está fuera de los manuales. En los libros sólo se encuentran rastros, datos, consejos y previsiones. Sólo eso. El resto es hacer. Karl Shapiro decía: “El diccionario tiene todas las palabras, los libros de texto tienen todos los recursos técnicos de la poesía. Pero no le dicen al poeta qué palabras elegir ni en qué orden”.

Palabras clave: Redacción - publicidad - creatividad - redactor publicitario - aprendizaje - enseñanza - reflexión.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 68]

Durante el presente cuatrimestre escribí una serie de crónicas de las clases de Redacción Publicitaria I en la Universidad de Palermo, de las cuales algunas me dieron pie a escribir este artículo.

Siempre sentí deseos de dar testimonio del proceso de adquisición de destrezas para la escritura creativa desde el lugar de los hechos. Es así que, mientras los alumnos escribían, aproveché el clima de silencio y encuentro con las palabras para plasmar momentos significativos de las clases.

¿Enseñar o facilitar?

Con respecto a la escritura creativa, no me gusta hablar en términos de enseñanza. Y tampoco sería del todo acertado referirme a este proceso como un aprendizaje. Fundamentalmente, porque mi intervención no consiste en exponer sino en ofrecerme como guía, motivadora, coordinadora.

Karl Shapiro decía: “El diccionario tiene todas las palabras, los libros de texto tienen todos los recursos técnicos de la poesía. Pero no le dicen al poeta qué palabras elegir ni en qué orden”. Por eso, prefiero hablar de enseñaje-aprendizaje de ese todo inacabado que es la escritura creativa, de ese proceso en el que ambas partes integran un todo indivisible: alumnos y profesor que aprenden, experimentan, comparten, intervienen, aportan y aprenden. En todas las instancias de la cursada, incluyendo el examen final, al cual también considero una instancia de aprendizaje.

A continuación cito tres crónicas de clases.

Funciones del redactor publicitario

Tal vez motivada más por mi interés de propiciar la re-

flexión y la conciencia que por exponer información en forma de datos pensé, para la primera clase del cuatrimestre, una propuesta de participación sobre lo que los alumnos desconocen saber acerca del quehacer profesional de los redactores publicitarios.

En lugar de comenzar por exponer los aspectos teóricos del módulo bibliográfico, les pedí que nombraran verbos, acciones que lleva a cabo un redactor. A continuación transcribo lo que fui tomando nota en el pizarrón a medida que los alumnos aportaban un conocimiento previo no consciente:

Cosas que hace un redactor publicitario (lista de verbos)

Escuchar, hablar, probar, interesarse, adquirir experiencia, creer, traducir (necesidades del cliente en un concepto, el concepto en una idea, la idea en imágenes y palabras), generar/estimular: necesidades, deseos, sensaciones, emociones, sentimientos, compra, consumo. Además debe articular: experiencias (personales + habilidades técnicas) y conocimientos; investigar (producto, target, competencia), persuadir, trabajar solo, trabajar en equipo, opinar, escuchar diferentes puntos de vista, crear frases/ideas, sintetizar, leer, escribir/corregir. Necesita conocer las reglas ortográficas, estudiar, preguntar, pensar/reflexionar, observar/percibir conscientemente, inspirarse, comunicar, hablar por teléfono (con clientes, colegas, jefes), recibir/leer/escribir/enviar mails, asistir a reuniones (de equipo, con el cliente), buscar alternativas, comparar, elegir/descartar, probar eficacia, tomar decisiones, resolver problemas, actualizarse, y lograr objetivos.