

Cultura organizacional en la universidad globalizada

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

Marisa Ester Ruiz (*)

Resumen: Una alta casa de estudios, recibe estudiantes de toda la región latinoamericana. La convivencia entre las distintas culturas y costumbres, lejos de entablar diferencias y conflictos, abre y desarrolla el camino hacia una nueva cultura organizacional

Palabras clave: Cultura organizacional - subcultura - organización - Relaciones Públicas - comunicación.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 77]

Una organización está conformada por personas. Estas personas traen consigo un bagaje de historias, costumbres, cultura.

La cultura es justamente lo que hace única a una organización, el lograr que todos se puedan sentir parte de esas tradiciones, sentimientos, creencias, valores, actitudes y no se la puede encontrar escrita en manuales, normas o decretos, son comportamientos informales compartidos por todos, que van surgiendo a partir de quienes la integran mancomunadamente varias horas al día y hacen que el realizarlos sea entendido y aceptado por el resto. Es tan importante que influye directamente sobre la actividad de la organización.

No existe una única cultura, incluso dentro de las organizaciones podemos encontrarnos con varias de ellas, la predominante es la que normalmente es conocida como Cultura Dominante, y que está compuesta por los valores que comparten y aceptan la mayoría de las personas que la componen. Pero no es la única que existe, solemos encontrar además lo que se denomina Subcultura, que no son otra cosa que culturas que comparten algunos de esos integrantes, generalmente por los trabajos que éstos realizan o por las zonas geográficas de donde son o donde han crecido.

Desde la década del 80 la importancia de la cultura y/o clima organizacional ha ido en ascenso, se fue convirtiendo en algo esencial para la convivencia.

Desde mi experiencia como consultora y docente en RRPP, he observado y alentado la importancia sobre la implementación y aplicación de distintos mecanismos tendientes a la integración de los individuos dentro de las organizaciones. Estas experiencias se traducen en el mediano y largo plazo en resultados altamente positivos en ambos sectores.

Nada mejor para esta oportunidad, que destacar entonces el trabajo que desarrolla la Universidad de Palermo. Presentada ante la sociedad como una alta casa de estudios privada con sede en Buenos Aires, cuenta con un plan de marketing y publicitario con presencia no sólo en Argentina, si no además en otros países de la región. Los resultados de esa estrategia se ve reflejada en la cantidad de estudiantes que esta universidad alberga año tras año, pero más revelador aún es que si bien gran parte de ellos son argentinos, otro gran porcentaje pertenecen a culturas diferentes, en su mayoría de países latinoamericanos (Bolivia, Colombia, Ecuador, Guatemala, México, Perú, República Dominicana, Venezuela,

entre otros)

¿Cómo lo logra? La integración de diferentes culturas no resulta para nada sencillo, pero la implementación dentro de sus instalaciones y fuera de ellas con trabajos extra áulicos, se logra el objetivo de transitar la convivencia y aceptación por aproximadamente cuatro años, que es el tiempo promedio de cursada de la mayoría de las carreras que se estudian en esa universidad.

Si hiciéramos un rápido ejercicio y dijera –Nombre una organización- seguramente pensaríamos primero en una empresa comercial o una corporación. Las instituciones educativas no entran en el colectivo imaginario.

Las organizaciones nacieron para satisfacer las diferentes necesidades humanas. La pirámide de Maslow muestra el ranking de esas necesidades. Si la pudieras visualizar veríamos en su base a las necesidades fisiológicas (respiración, alimentación, descanso, sexo), luego las de seguridad (física, de empleo, de recursos, moral, familiar, de propiedad privada), siguiendo las de afiliación (amistad, afecto), las de reconocimiento (confianza, respeto, éxito), y en la cima están las de autorrealización (formación intelectual, moralidad, creatividad, espontaneidad, falta de prejuicios, aceptación de hechos, resolución de problemas). A cierta edad, el nivel de educación, el obtener un título o una profesión, forman parte de esta autorrealización.

Es en este momento cuando considero destacar nuestro caso testigo, donde el trabajo cultural, integrador y comunicacional que desarrolla esta universidad se realiza de manera cuantitativa y cualitativamente importante, cuyo objetivo, como la de cualquier casa de altos estudios es, además de educar, tomar la decisión de sumar una tarea extra: lograr una cultura, una identidad propia conformada por todos los estratos que conviven en la universidad, desde sus directivos, docentes, personal y estudiantes que provienen de toda la región. Un desafío más complejo aún resulta que la mayoría de esa cultura está integrada por adolescentes (recién egresados de la educación media) que necesitan además sentirse cobijados y acompañados, lejos de sus seres queridos y viviendo solos en un país extraño.

No basta simplemente con el buen nivel académico. El desarrollo de las relaciones públicas, vinculando a culturas diferentes, compuestas por personas a las que considera primero individuos y luego a estudiantes, logrando que compartan un sentimiento de pertenencia con el lugar, ofreciendo actividades académicas y sociales

para el logro de camaradería y permanencia en grupos informales, es la receta del éxito.

En un mundo cada vez más globalizado y competitivo, donde las nuevas tecnologías hacen que las distancias se encuentren reducidas a la mínima expresión y la revolución on-line posibilita el acceso a cantidades ilimitadas de información, no pueden aún dominar y suplir la más clara esencia de nuestra creación: ser seres humanos. Quizás éste sea el presente para convencernos que más allá de todo, siempre recordemos nuestra esencia y que las relaciones humanas para nuestra especie son imprescindibles. Por ese motivo, celebro toda gestión, ensayo o el más mínimo intento para preservarlas y potenciarlas. Buenos profesionales podremos encontrar por miles, buenos profesionales y además buenas personas... quizás sea nuestro más grande desafío.

Abstract: A high house of studies, receive students throughout Latin America. The coexistence of different cultures and tradi-

tions, far from engaging differences and conflicts, opens and develop the way to a new organizational culture.

Key words: Organizational Culture - subculture - organization - Public Relations - communication.

Resumo: Uma alta casa de estudos, recebe estudantes de toda a região latinoamericana. A convivência entre as diferentes culturas e costumes, longe de entablar diferenças e conflitos, abre e desenvolve o caminho para uma nova cultura organizacional.

Palavras chave: Cultura organizacional - subcultura - organização - relações públicas - comunicação.

^(*) **Marisa Ester Ruiz:** Licenciada en Relaciones Públicas e Institucionales. Posgrado en Comunicación, Cultura y Discursos Mediáticos. Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento de Comunicación Corporativa y Empresaria de la Facultad de Diseño y Comunicación.

Expansión del Área Teatro y Espectáculos

Andrea Pontoriero ^(*)

Fecha de recepción: julio 2012

Fecha de aceptación: septiembre 2012

Versión final: noviembre 2012

Resumen: La intención de este escrito es avanzar sobre la expansión del Área: las nuevas propuestas de las carreras que se ofrecerán a partir de marzo de 2013: Producción de Espectáculos, Marketing de Espectáculos y Actuación, las nuevas líneas de desarrollo planteadas para el crecimiento y, paralelamente, el trabajo hacia el interior de las carreras y en el área de extensión para lograr la consolidación como área.

Palabras clave: Teatro - espectáculo - producción teatral - marketing de espectáculos - producción de espectáculos - actuación.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 82]

Introducción

El área Teatro y Espectáculo que se inició en el año 2004, estuvo conformada hasta el 2011 por las carreras de Diseño de Espectáculos (Escenografía y Vestuario) y la Licenciatura en Dirección Teatral. En el 2011 se le sumó la carrera de Producción Musical que implicó una apertura hacia nuevos saberes ligados a emprendimientos de proyectos musicales, a la concepción e imagen del artista y al armado de los shows en vivo. En años anteriores hemos publicado en los Libros de Reflexión Académica los avances y logros realizados hasta el momento como consolidación de un área nueva al interior de la Facultad de Diseño y Comunicación así como también hemos descrito algunas de las acciones que hemos realizado tendientes a posicionar las nuevas carreras, tanto al interior de la Facultad de Diseño y Comunicación como hacia el exterior, tratando de definir un perfil propio pero al mismo tiempo integrándolas a la dinámica propia de una Facultad que se distingue por la búsqueda de la innovación, la heterogeneidad, la práctica y la movilidad permanentes. Las mismas fueron analizadas y publicadas en las Jornadas de Reflexión Académica y expuestas

en los tres Congresos Latinoamericanos de Enseñanza del Diseño de los años 2010, 2011 y 2012, remitimos a los interesados a consultar dicha bibliografía. En el último Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño, expusimos la intención y el trabajo que venimos realizando en estos últimos años, para expandir el área hacia nuevos horizontes relacionados con la actuación, la producción y el MKT del espectáculo. La intención de este escrito es avanzar sobre las nuevas propuestas de las carreras que se ofrecerán a partir de marzo de 2013, las nuevas líneas de desarrollo planteadas para el crecimiento y, paralelamente, el trabajo hacia el interior de las carreras y en el área de extensión para lograr la consolidación como área.

El área Teatro y Espectáculo

El área nació con la creación en el año 2004 de tres carreras ligadas entre sí a partir de compartir un cuarto año en común: Escenografía, Vestuario y Dirección Teatral, que son carreras que obtienen una primera titulación en tres años y luego una licenciatura en el cuarto año. Las líneas de desarrollo que nos planteamos fue crecer