

in business models. The basic concept of classical CSR should evolve towards a proposed new relationship between business and society.

Keywords: sustainable development - corporate social responsibility - either common - business model

Resumo: A cada vez mais com frequência a criação de valor para conseguir que não só exista na agenda das empresas o progresso económico senão que simultaneamente se desenvolva o social, tem mais espaço nos modelos de negócios. O conceito básico de RSE clássico deveria evoluir para uma nova proposta de relação entre os negócios e a sociedade.

Palavras chave: desenvolvimento sustentável – responsabilidade social empresária –bem comum – modelo de negócio

(*) Carlos N. Papini. Ingeniero, MBA (Universidad del Salvador). Postgrado Ejecutivo en Dirección y Negocios (I.A.E., Universidad Austral). A lo largo de su carrera ha publicado “La Ética da dividendos” en Diario Clarín -Suplemento Económico-. “El mercado de almacenamiento de datos en Argentina” en Cámara Argentina de Exportadores. “Integración Latinoamericana: ALADI-MERCOSUR” en Revista Cerámica, Utilización de ladrillos refractarios aislantes en Siderurgia.

¿Cómo trabajar la idea?

Fecha de recepción: agosto 2014

Fecha de aceptación: noviembre 2014

Versión final: marzo 2015

Ramiro Pérez (*)

Resumen: En ámbitos estudiantiles la resolución de las ideas adquiere una dinámica espontánea del quehacer creativo, sin el debido buceo reflexivo que esta requiere. Traer al aula técnicas de collage y juegos con mapas visuales para generar disparadores conceptuales es poner en modo lento el segundo de la chispa creativa de la película llamada comunicación.

Palabras clave: idea – mapas visuales – espacio áulico.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 224]

Antes de adentrarme en el desarrollo del presente ensayo sobre la experiencia de trabajo en el aula creo menester definir cómo estamos considerando hoy en día la palabra idea. Se ha hablado mucho de las ideas: es posible encontrar diversas definiciones o aplicaciones pero, antes que nada, me parece que se debe prestar particular atención al hecho de que su aplicación, desde cualquier punto de vista, nos circunscribe directamente al universo del pensamiento y por lógica, podemos afirmar que, pensar cuesta trabajo.

Por qué pensar cuesta trabajo

Seguramente poder establecer esta idea del concepto costo del pensamiento nos obliga a tomar en cuenta que toda construcción y proceso conlleva un esfuerzo en el tiempo. Y el espacio comprendido por ese trayecto adquiere las dimensiones del trabajo que implica y su valor.

Pensar es un esfuerzo y que tiene un costo, nuestras ideas entran en una instancia donde las entendemos como algo secreto, íntimo e innato en la capacidad creativa del ser humano.

Para tener ideas, uno debe romper con bagajes presupuestos y desligarse de la resistencia que ejerceremos sobre la creatividad.

En un principio el saber por saber, tener conocimientos por tener no nos sirve de mucho pues el ser humano siempre ha tenido una meta y es la evolución y para ello hemos necesitado solamente conocimientos prácticos para subsistir, es decir, saber para vivir. Llegado el

momento en que nuestra supervivencia no pelagra tanto, el hombre siente curiosidad por lo que le rodea y por ello el saber por saber. En un principio puede ser inútil pues no ayuda en nada práctico pero el conocimiento nos ayudará mas adelante en diferentes situaciones. Intentar llevar una idea adelante, nos ubica frente a un drama: afrontar en cada paso un posible fracaso.

¿Qué tipo de ideas trabajamos en comunicación?

En el desarrollo de comunicación o publicidad trabajamos recurrentemente con ideas y se nos reconoce como gente que tiene en sus bolsillos ideas creativas; pero para aclarar y no confundir (ni confundirnos), nuestras ideas son a la medida exclusiva de un concepto que viene desarrollado en un brief.

La actividad publicitaria entiende, lee y decodifica conceptos que luego desarrolla en ideas creativas para sorprender, seducir o concientizar al espectador desde el humor, la emoción, la comparación, la analogía o el problema-solución, por citar algunas, y desde ahí construir mensajes.

En el caso de mi trabajo en el aula se consideraba como eje rector de comunicación, la concientización, por tratarse del desarrollo de Campañas de Bien Público.

Haciendo un paréntesis

Intentaré establecer un mapa de situación aula que creo nos será de suma importancia para entender las derivaciones de mi trabajo y situaremos todo este ensayo en el eje extensión - experimentación.

Claro está que el aula universitaria, como espejo de las realidades externas, refleja las problemáticas educativas que se están dando en la escuela primaria y secundaria. Desde mi óptica, puesto que hoy la educación terciaria es una extensión directa de ese proceso de escolaridad, no somos ajenos a nada de lo que se está discutiendo y debatiendo hoy.

Establezco la idea de extensión porque, no hace muchos años atrás, la universidad hacía tabula rasa y no consideraba lo hecho antes a la hora de enseñar. Asimismo, menos aún la sociedad consideraba el nivel académico como un paso siguiente al nivel secundario.

A mi entender, quien se sentaba antiguamente en un aula universitaria venía en busca del conocimiento; en cambio hoy, se entiende que se recurre a la universidad en pos de la adquisición de un servicio educativo, como quien despliega de una barra de menú opciones para su trabajo.

Otro factor no menos importante en nuestro presente, es la experimentación. Al trabajar en el aula, uno cree que el alumno está internalizando la profesión pero, muy por el contrario, éste entiende que está en su proceso experimental, no siendo un patrimonio definitorio a la hora de probar el tiempo transcurrido en la carrera.

Surge como otro aspecto esencial a destacar el hecho de que entre grados de la escuela primaria, en el pase de la primaria al secundario y también dentro de la secundaria se genera, desde la institución, un diálogo entre el cuerpo docente que desarrolla un mapeo que orienta y otorga un perfil de grupo y sus individuos tanto cognitivo como afectivo que determina parámetros sobre los que se podrá trabajar.

Desde mi óptica profesional y del tipo de formación académica recibida, esta nueva aula universitaria no tiene brújula y la necesita desesperadamente. A diferencia de otras aulas del mismo tenor esta requiere de un conocimiento y mirada cuidada de los chicos por ser parte de este concepto de extensión y se espera del docente un acompañamiento pedagógico contemplativo.

El mercado hoy, espera materias cortas, carreras rápidas y sobre todo una oferta de especializaciones para quienes deseen continuar con la profesión elegida. Debemos evitar la frustración y el desánimo: los tiempos son cortos y apremian en el desarrollo académico, por lo que se vuelve imprescindible seducir. El proceso ya no está en nuestras manos (las cátedras) sino en la corta carrera.

En mi materia y en la universidad donde dicto clases, un cuatrimestre contempla unas quince reuniones en promedio con veinte a veinticinco alumnos que cada uno trae un bagaje educativo sumamente dispar sin contar las diferencias culturales que agrega la globalización o la regionalización de la oferta educativa.

¿Por qué creemos importante plantear esto?

Porque reconstruir este rompecabezas para trabajar dentro de un cierto modelo pedagógico y ámbito educativo no es tarea sencilla a la hora de construir estrategias y herramientas que se ajusten tanto al grupo como a la consigna en tan poco tiempo.

Mi punto de partida para resolver este preconceito fue establecer primero puntos de referencia a los cuales se podía apelar rápidamente y que me dieran premisas ciertas para saber dónde estaba parado dentro del uni-

verso educativo.

Con la idea de bocetar un primer mapa y esbozar una estrategia recurrí a los Blogs de la universidad, el análisis de trabajos anteriores y a la confrontación de la planificación académica con lo posible a hacer y lo hecho en otras ocasiones.

Con un plano desdibujado y sin brújula tuve que ser creativo para poder enseñar creatividad. Por otro lado, necesitaba agudizar la mirada de grupo lo más rápidamente posible para establecer como era su dinámica, intereses y posibilidades de asimilación de conceptos. Eso me otorgaba la chance de observar qué temas debía refrescar o apuntalar a la hora de construir la clase de campañas de bien público.

Mi compromiso y desafío docente tiene bases en mi condición creativa, la de mirar donde todos miran y ver lo que no se ve.

Enfrentando el concepto adquirir por el de acceder al conocimiento

Mi grupo, que estimo no está fuera de la media, tenía un bajo estímulo para contribuir y aportar al debate. Los conocimientos adquiridos eran pocos y de molde: sacarlos de la definición del libro y llevarlos a la confrontación crítica de conceptos propios era casi nula.

Para aportar al aula la realidad de trabajo establecí dentro de la dinámica de grupo (con no más de cuatro integrantes) la construcción de un brief para una temática en particular (donación de órganos, ludopatía, seguridad vial, etc.) que, una vez establecido y presentado, entregaban a otro grupo que se encargaría de llevar adelante la campaña.

Cabe aclarar que esta dinámica generó rechazo y me dio lugar para establecer la idea y el debate de universidad versus realidad laboral y así empezar a conseguir un pequeño espacio de confrontación de ideas.

Buscando creativos donde no los hay

Al principio, esboqué algunos lineamientos de como trabajar con ideas y surgía la resistencia a la creatividad como punto a destacar. También recordaba en contrapartida a esta resistencia, el hecho de que es condición natural del hombre, la creatividad. Esto refuta y continuará refutando el título de este punto con cierta picardía ya que en cada ser humano hay creatividad innata.

Aquí es donde empezamos a dar respuestas a nuestro ensayo de cómo trabajar la idea.

Cómo descomprimir la presión del no, cómo estimular el “no sé que hacer” y encender la chispa creativa en cada uno para aportar su cuota parte.

Había que poner el cuerpo y llevar a cada grupo a salirse de los estereotipos de los títulos cliché, así como el golpe bajo como recurso facilista para resolver lo más rápido posible. Intentaba encontrar ideas, buenas o malas, pero por sobre todo mi aspiración era la de lograr que cada grupo plasmara trabajos genuinos, propios y originales.

Había que aportar un medio que los convocara, una herramienta fuera del aula para sociabilizarse y que, mediante el placer de encontrarse, descubrieran inconscientemente lo que de manera lineal no iban a poder lograr.

¡Señoras y señores con ustedes, el collage!

Es importante aclarar que el collage de imágenes y textos no son lo mismo que los mapas conceptuales y mucho menos que los facilitadores gráficos. Mi herramienta consistía en una cartulina que contuviera recortes de palabras clave, frases, estilos, segmentos, tendencias y todo lo que se considerara conceptualmente pertinente. A mi búsqueda había llegado la estrategia que consideraba mi carta de suerte para salir de este intrincado laberinto. Tenía armas para enfrentar una corrección reflexiva, podíamos hablar y construir un diálogo. Surgían imágenes, pequeños recortes de textos y anécdotas de cuando lo habían trabajado.

El grupo, la consigna y el objetivo tenían un pequeño espejo o espejismo de agua en el desierto, que sólo la confianza en mi estrategia y el trabajo determinarían el destino final de la cursada.

Descubrieron lo que necesitaba cada uno y el hallazgo del claim de campaña les otorgaba un horizonte mucho más predecible y mensurable.

A partir de esta herramienta, el collage, se pudo hablar con mucha más claridad de a dónde se quería llegar, cómo se debía presentar y cómo íbamos a concientizar a nuestro grupo objetivo.

Como conclusión

El lejano espejismo poco a poco se convirtió en un oasis de agua, el cual más que otorgarme esperanza de vida me entregaba y me llevaba a otra dimensión, a esa que todos buscamos y aspiramos al enseñar, que es la de aprender enseñando.

Afrontar la dinámica reinante y no entregarme por convicción me afirmaron, la condición creativa que uno esgrime profesionalmente, a un ámbito tan noble y gratificante como es el aula y la educación.

No tengo nada científico para afirmar que lo logrado en este grupo de trabajo ha sido un éxito.

Partamos de la base de que no sé lo que significa éxito, como así tampoco sé si uno busca ese concepto como finalidad.

Sí puedo ensayar la idea de que en algún momento de su camino estos alumnos descubrirán que eso que sucedió durante el cuatrimestre fue genuino, real y aplicable a cualquier proceso al que se puedan enfrentar el día de mañana. En cada grupo y campaña se pudo resolver, crear, proyectar y generar con total originalidad.

Al menos, a eso se aspira cuando hablamos de tener ideas.

Abstract: In student areas solving ideas acquires a spontaneous dynamics of creative work, without proper reflective diving requires. Bring to classroom collage techniques and games with visual conceptual maps to generate triggers is to slow so the second of the creative spark of the movie called communication.

Keywords: idea - visual maps - classroom space.

Resumo: Em âmbitos estudantiles a resolução das ideias adquire uma dinâmica espontânea do quehacer criativo, sem o devido mergulho reflexivo que esta requer. Trazer à sala técnicas de collage e jogos com mapas visuais para gerar disparadores conceituais é pôr em modo lento o segundo da centelha criativa do filme chamado comunicação.

Palavras chave: ideia – mapas visuais – espaço de sala de aula

(*) **Ramiro Pérez.** Diseñador Gráfico UBA Titular de PérezDiseño desde 1996 hasta la fecha.

Arte y comunicación.

Elsa Pesce (*)

Fecha de recepción: agosto 2014
Fecha de aceptación: noviembre 2014
Versión final: marzo 2015

Resumen: Encantamientos que paralizan, efectos apabullantes que acarician el letargo tan buscado por la raza humana. Y si pretendes algo más, duda; ya que hay agentes que se encargan de transformarlo en un modelo de algo expuesto en algún espacio donde la marca es la que asegura la buena obra.

Palabras clave: Producción artística - Tecnología – Narración - Encantamiento.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 225]

El desafío es crear un proyecto en el cual la producción artística libere la posibilidad de relatos, evitando así la sola existencia de ella por convenciones cuasi sagradas, colocando en la presentación una valiosa vida de experiencias, donde el cuento, la narración histórica-cultural se convierta en el soporte de la vida en diferentes tiempos y espacios. En la actualidad la búsqueda del encantamiento, del efecto instantáneo, no solo desvaloriza la narración sino también la desvalorización del yo en

el mundo orgánico y finito ya que la medida de todas las cosas es la imagen estéril, higiénica de una vida virtual. En este ensayo se trata de poner en evidencia varios puntos que en realidad es nombrar acontecimientos cotidianos, cada uno de éstos merecen estudios profundos y aunar disciplinas para una mejor comprensión y aceptar la complejidad de estos cambios o quiebres en este estar en el mundo.