

Abstract: The theory of agenda setting, designed by Maxwell McCombs and Donald Shaw in 1968 now has more than 300 studies in the world and it is based on two assumptions:

At one level it maintains that the media agenda transferred to the public the relative importance of public affairs, to think about and discuss. On a second level, it argues that the media also transferred the way we evaluate the protagonists of these same public affairs: political and, in general, the main protagonists of the social and economic life as well as institutions.

Keywords: Mass media - public image - political image

Resumo: A teoria da agenda setting, projetado por Maxwell McCombs e Donald Shaw em 1968 conta hoje com mais de 300 estudos no mundo e a mesma baseia-se em dois pressupostos: Num primeiro nível sustenta que a agenda dos meios transfere

ao público a importância relativa dos assuntos públicos, em que pensar e discutir. Num segundo nível, sustenta que os meios também transferem a maneira como avaliamos aos protagonistas desses mesmos assuntos públicos: aos políticos e, em geral, aos principais protagonistas da vida social e econômica como também às instituições.

Palavras chave: meios de comunicação de massas – imagem pública – imagem política.

^(*) **Norma Lozano.** Magister en Sociología y Licenciada en Comunicación Publicitaria e Institucional, graduada en la Pontificia Universidad Católica Argentina. Profesora de Nivel Superior es docente en carreras de grado en la Universidad Católica Argentina y directora de 4 Elementos Producciones (www.4elementosprod.com.ar)

Nuevas formas narrativas en tiempos de realidad aumentada

Fecha de recepción: agosto 2014

Fecha de aceptación: noviembre 2014

Versión final: marzo 2015

Fernando Luis Rolando ^(*)

Resumen: El presente texto aborda como las vanguardias narrativas y su evolución en el siglo XXI pueden ser aplicadas al desarrollo de la comunicación oral y escrita favoreciendo la indagación, ampliando el desarrollo cognitivo y potenciando la creatividad humana, brindándole más medios a los estudiantes para expresar su mundo interior en relación a sus particularidades, su contexto y su propia cultura.

Palabras clave: vanguardia – literatura – hipertexto – hipervínculo.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 168]

“No hace falta renunciar al pasado al entrar en el porvenir. Al cambiar las cosas no es necesario perderlas.”
(John Cage)

Introducción

Trabajar en el campo de la comunicación oral y escrita implica una de las posibilidades más avanzadas del ser humano: explorar la mente y el modo en que construimos el lenguaje a nivel social.

Las narraciones experimentales del siglo XX y parte del XXI dadas por las vanguardias literarias como el Creacionismo, Experimentalismo, Dadaísmo, Surrealismo, Neorrealismo Social, Cosmopolitismo, los Beatniks y fragmentos de textos escritores relacionados con la Cibercultura permitieron a los alumnos desarrollar sus niveles de creatividad y potenciarlos. James Joyce, Borges, Rayuela de Cortazar, Eluard, Andre Breton, Allen Ginsberg, Jack Kerouac, Willima Burroughs, Aldous Huxley, Bruce Sterling, William Gibson, John Cage, Roland Barthes, son algunos de los nombres que nos permiten entender la narración como un estado de la mente, como el nexos entre el mundo real y nuestra interioridad. Explorar estos intersticios, sumando en esta era el concepto de la hipertextualidad nos permite ir más allá del contenido convencional de las formas narrativas abriendo una

puerta para jugar con ellas, pero también nos habilita el espacio para el objetivo central de los alumnos de una Facultad de Diseño y Comunicación: crear ideas nuevas. Para esto el usar medios modernos como las redes sociales facilita la comunicación con los jóvenes. Así nuestro grupo de la materia Comunicación Oral y Escrita en Facebook, denominado *“Entrelíneas: Narraciones de Vanguardia”*, nos permitió compartir material de estos escritores y además publicar entrevistas y debates sobre el mundo del lenguaje y sus interrelaciones contextuales y culturales.

Los sistemas hipertextuales y las redes

El uso de un sistema hipertextual como la world wide web y los distintos tipos de redes que habitan el el ciberespacio amplifica las posibilidades de conocimiento mediante hipervínculos en donde las ideas se vinculan entre sí, como en una gigantesca red neuronal, modificando la idea convencional de la textualidad. En este sentido, Roland Barthes habla del hipertexto electrónico, un texto compuesto de bloques de palabras o imágenes electrónicamente unidos por medio de múltiples trayectos, generando una textualidad abierta, que se expande. Y sobre esto plantea:

En este texto ideal, abundan las redes que actúan entre sí sin que ninguna pueda imponerse a las demás; este texto es una galaxia de significantes y no una estructura de significados; no tiene principio, pero sí diversas vías de acceso, sin que ninguna de ellas pueda calificarse de principal; los códigos que moviliza se extienden hasta donde alcance la vista; son indeterminables; los sistemas de significados pueden imponerse a este texto absolutamente plural, pero su número nunca está limitado, ya que está basado en la infinitud del lenguaje.

En esta línea los últimos avances dados en el campo de la realidad aumentada comienzan a abrirnos un espacio hacia la idea del texto o la narración aumentada en donde el conocimiento hipertextual se amplifica de modo increíble, resignificando la idea del libro.

El texto aumentado

Los textos en realidad aumentada implican no solo un avance a nivel tecnológico sino el acceso a una nueva frontera para el desarrollo del lenguaje humano. El concepto de realidad asociada a la interacción con el mundo virtual aparece en un artículo del año 1965 titulado "*The Ultimate Display*", en el que Ivan Sutherland, describía el concepto de "*Realidad Virtual*", el cual sería el antecedente cercano de la realidad aumentada, en la cual podemos hacer que los elementos y objetos que están en el mundo virtual, es decir al otro lado de la pantalla, interactúen con el mundo físico real en que nos encontramos. A comienzos de los años 90, Paul Milgram y Fumio Kishino definieron la realidad aumentada como un continuo que abarca desde el entorno real a un entorno virtual puro. En 1997, Ronald Azuma planteó tres características principales que debe cumplir la realidad aumentada: combinar elementos reales y virtuales, ser interactiva en tiempo real y moverse en el espacio tridimensional.

Dentro de las nuevas tecnologías que aparecen en los escenarios actuales aplicadas a nivel mundial, la Realidad Aumentada aparece como una forma de poder expresarnos, conectarnos e interactuar con el mundo digital a través del uso de diferentes medios y dispositivos, permitiendo por ejemplo en el aula utilizar un teléfono celular, como una herramienta de aprendizaje guiada del modo apropiado.

A nivel narrativo se potencian las posibilidades, por ejemplo en la construcción de nuevos modelos de guiones resignificando el concepto del libro y del autor. Ya en el año 2008, en la Feria del Libro de Frankfurt, los niños que la visitaban vieron en las páginas reales de los libros que había en la exposición, contenidos virtuales e interactivos.

En este sentido amplificar lo real, resignifica el concepto del libro y lo cambia para siempre. De este modo la experiencia del texto en realidad aumentada se transformará en un momento lúdico en el cual incluso, cada lector podrá personalizar su experiencia escuchándola, viéndola e interactuando con ella en el idioma elegido e incluso siendo parte de las historias contadas, resignificando para siempre el rol del lector que pasará a ser parte fundamental del proceso generativo de la obra.

Conclusiones

La construcción de lo textual, del hipertexto, del texto aumentado en el mundo virtual se basa en lo binario y este posee en su propia génesis, como lenguaje que deviene del mundo matemático, la condición de operar con ceros y unos, con positivos o negativos, con luz y oscuridad, de píxeles prendidos o apagados, generando una trama de la realidad a partir de los procesos de digitalización de esta, que en el fondo es solo una construcción de redes (cuasi neuronales) avanzando en el proceso de matematización de la realidad y operando e interactuando con ella a nivel cognitivo.

En el estado actual de las cosas podemos hacer que el espacio textual se amplifique, permitiendo una revolución en el campo del conocimiento al interactuar de forma directa con personas y entornos situados en lugares lejanos en tiempo real, tomando contacto con diferentes culturas, pudiendo viajar a distintos lugares y épocas desde su propia ciudad, sin moverse del espacio físico en donde uno este, desmaterializando la frontera entre lo tangible e intangible, y comenzando a darle más poder al territorio de la imaginación pura y a nuestra propia mente, explorando las nuevas fronteras de la percepción y el conocimiento de la mente humana, como alguna vez lo hizo James Joyce al desarrollar la técnica narrativa del *fluir del inconsciente*, generando nuevos modelos y formas de construir los desarrollos a nivel creativo, en el sentido más profundo de la palabra.

Agradecimientos

A mi equipo de Asistentes Académicos de Comunicación Oral y Escrita: Magali Kepcija, Joaquín Reiners, Eugenia Rougues, Matias Severino y Maila Varela.

Referencias bibliográficas

- Barthes, R. (1971). *De la obra al texto*. Barcelona: Paidós.
- Cage, J. (1974). *Del lunes en un año*. Editorial Era.
- Cortazar, J. (1993). *Rayuela*. Colección: Biblioteca Julio Cortázar. Alfaguara. ISBN: 9788420482781
- Ellis, R. (1993). *Teoría y práctica de la comunicación humana*. Barcelona: Paidós.
- Fernández, R. (2011). *Realidad Aumentada*, Escuela Politécnica de Ingeniería de Gijón, Ed. Universidad de Oviedo.
- Joyce, J. (1983). *Ulises*. Valverde, José María (traductor). Barcelona: Bruguera.
- Landow, G. (1995). *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Ediciones Paidós. Barcelona-Buellos Aires-México.
- Rolando, F. (2014). *El uso de las inteligencias múltiples aplicadas al desarrollo de la comunicación oral y escrita*. Reflexión Académica en Diseño y Comunicación N°XXIII [ISSN: 1668-1673]. XXII Jornadas de Reflexión Académica en Diseño y Comunicación Año XV, Vol. 23, Agosto 2014, Buenos Aires, Argentina.

Abstract: This text addresses as narrative vanguards and its evolution in the twenty-first century can be applied to the development of oral and written communication favoring inquiry, expanding cognitive development and promoting human crea-

tivity, providing more resources for students to express their world Interior in relation to its peculiarities, its context and its own culture.

Keyword: Vanguard – literature – hipertext – hiperlink

Resumo: O presente texto aborda como as vanguardias narrativas e sua evolução no século XXI podem ser aplicadas ao desenvolvimento da comunicação oral e escrita favorecendo a indagação, ampliando o desenvolvimento cognitivo e potenciando a criatividade humana, brindando-lhe mais médios aos estudantes para expressar seu mundo interior em relação a suas particularidades, seu contexto e sua própria cultura.

Palavras chave: vanguarda – literatura – hipertexto – hiperlink.

(*) **Fernando Luis Rolando.** Arquitecto (Universidad de Buenos Aires, 1983). Asistente en Diseño (Universidad de Belgrano, 1981). Profesor de Artes Visuales (Universidad Nacional de las Artes, 1990). Especialización en Planeamiento y Sistemas (Universidad de Belgrano, 1983). Profesor de la Universidad de Palermo en el Departamento de Multimedia de la Facultad de Diseño y Comunicación. Miembro del Consejo Superior Académico de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Integrante del Comité de Arbitraje de publicaciones “Cuadernos del CEDyC”, Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo. Examiner del Art-Design International Program (Gales).

Liderazgo orientado a resultados

Fecha de recepción: agosto 2014

Fecha de aceptación: noviembre 2014

Versión final: marzo 2015

Alejandro Lanuque (*)

Resumen: Es de claro conocimiento que siempre han existido líderes en todos los ámbitos de estudio, pero la manera de ejercer el liderazgo ha ido cambiando con el paso de los años. La forma de liderazgo como se percibe actualmente ha evolucionado notablemente y más aún empujada por la fuerza de la globalización, la tecnología de la información y los avances en *management*.

Palabras clave: liderazgo - visión estratégica – resultados.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 170]

El foco estratégico en los resultados

El líder actual, es una persona con amplios conocimientos específicos, que está en contacto con el factor humano, que es radicalmente motivador desde la perspectiva del hombre, y que apela a los motivos y estímulos de los colaboradores para hacer mover los engranajes de la empresa a la que pertenece. El líder deberá mover los hilos necesarios para que sus integrantes aporten a la visión estratégica, satisfaciendo sus necesidades y motivaciones al mismo tiempo, tarea nada fácil, pero que tendrá un papel preponderante en el desarrollo correcto y homogéneo de la firma. Es innegable que las organizaciones están buscando perfiles profesionales que se orienten a los resultados, producto de la alta competencia en cada uno de los sectores, las crisis globales económicas y políticas, el desarrollo tecnológico y el desarrollo de las personas.

El líder determinará hacia dónde van los objetivos de la organización y hacia allá guiará y motivará a su equipo a cargo para que lo sigan hacia el cumplimiento de los resultados esperados. Un líder exitoso sabrá delegar y descentralizar para poder cumplir los objetivos proyectados por el sector, sabrá compensar justamente por los logros obtenidos por cada miembro del equipo y podrá obtener réditos para todo el equipo, intentando marcar el camino de la consolidación. El liderazgo actual tiene características muy específicas relacionadas con la orientación a resultados y, en función de esto, deberán obrar enfocados en conseguirlos productivamente.

El desafío del liderazgo productivo

A continuación presentaremos los desafíos que todos los líderes deberán forjar dentro de su mapa estratégico de acciones, a saber:

- Claridad de objetivos: es muy importante que el líder sepa desde el comienzo de su gestión, cuáles serán los objetivos que deberá alcanzar y así poder trabajarlos con los miembros de su equipo. El líder tiene clara la idea que le permite comenzar a obrar en consecuencia de lo planeado dejando de lado ciertos conceptos arraigados a la preferencia, centrando su interés en la consecución de objetivos bajo parámetros prospectivos orientado a resultados.
- Práctica constante de rol: el líder mantiene en claro la idea que, más allá de la orientación a resultados, es importante manejar las habilidades centradas en las prácticas que atañen a su función, tales como: motivación, integración, influencia positiva, y consolidación de equipos.
- Delimitación de tareas: cada integrante del equipo tiene que tener asignado desde el comienzo de sus funciones, cuáles serán las tareas y obligaciones en relación a la consecución de resultados. Es tarea directa del líder, como responsable del equipo, de marcar posiciones dentro de las distintas jerarquías y consecutivamente las responsabilidades que se desprenden de las tareas asignadas.
- Actividades productivas continuas: los resultados siempre están basados y proyectados vía los estándares