

SIC.

sic@comercio.com.pe • <http://blogs.elcomercio.com.pe/sic>

LONUEVO

> **CLASSMATE PC**
Esta computadora portátil pertenece a una nueva generación de PC, de bajo costo y consumo de energía. Ideal para estudiantes. Disponible desde noviembre.

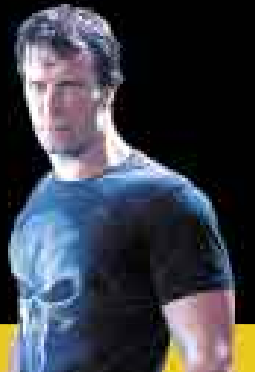


LA FRASE

> THOMAS JANE

En El Castigador

“Esto no es una **venganza**. La **venganza no es un móvil válido**, es una respuesta emocional. Este es un **castigo**”



@ el foro

Si eres universitario tienes que participar en este foro:



¿Estás de acuerdo con la fama que tiene tu universidad?

► <http://blogs.elcomercio.com.pe/sic>

A LOS 20

> JIMI HENDRIX

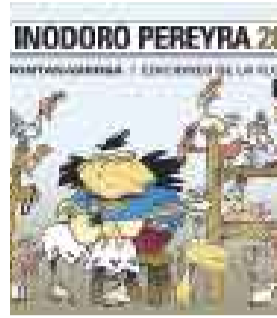
Luego de pasar por el ejército, a esta edad el guitarrista norteamericano forma su primera banda (King Casuals) junto con su amigo Billy Cox. Serían los inicios de su carrera.



EL CÓMIC

> INODORO PEREYRA

Una historia más del solitario y delirante gaucho de la pampa argentina. El genial Roberto Fontanarrosa lo creó en 1972 y el personaje no pierde vigencia. Está en la librería KSA Tomada.



LATIENDA

> NEOMUTATIS

Si te afanan las faldas o los vestidos, esta tienda es para ti. Aquí encontrarás diseños mostros para lucir en ocasiones especiales. ¿Dónde? En Prolongación San Martín 110, Barranco.



• EN TIEMPOS DE UNA NUEVA CONFIGURACIÓN DE LAS UNIVERSIDADES...

Estereotipos sin piso

TEXTO:
ALBERTO PACHECO
ILUSTRACIÓN:
CLAUDIA GASTALDO

Siempre se escuchan apodos y etiquetas de las diferentes universidades de nuestro medio y de sus alumnos pero —más allá de la payasada— habría que pensar cuál es la lógica del asunto.

Existe hoy una suerte de memebreos informales para cada universidad. Están aquellos a los que se llama los ‘surferitos’, los ‘casi rojitos’ (o ‘rosaditos’ no más, digamos), los del ‘Arca de Noé’, los de ‘la Opus’, de ‘la facilazo’ y un etcétera que haría inacabable este texto y que, como señala el sociólogo Federico Tong, “existen básicamente por diferenciación económica y social, y en torno a la calidad de la universidad”.

Se trata, pues, de impresiones que se han ido gestando a lo largo de los años y que no solo se nutren al ir de boca en boca, sino en muchos casos del mismo discurso publicitario que cada institución ofrece mediáticamente.

El director general creativo de la agencia Quórum Saatchi &

Saatchi, Óscar García, señala que “falta encarar con más seriedad la categoría de las universidades. El discurso publicitario de algunas universidades chicas busca la carencia inmediata, el corto plazo. Eso desconcierta y le resta un poco de credibilidad a la institución”.

Pues bien, la estereotipia —más allá de sus causas y manifestaciones— no es gratuita ni inútil. Las relaciones humanas y la interacción entre las personas se ven atravesadas por ella. Tanto los estereotipos como los prejuicios (algo clave a la hora de conocer a alguien) son caras de lo mismo. Uno no existe sin el otro.

Como señala el psicoanalista y catedrático Julio Hevia, “el prejuicio sería —respecto del estereotipo— el lado intelectualizado, discursivo, en términos gruesos, el lado lingüístico. El estereotipo más bien es el apoyo figurativo, es lo que hay de imaginario en lo simbólico del prejuicio. Entonces, el prejuicio simboliza, legitima, certifica, y el estereotipo indica, ilustra,

muestra”.

Y es que todas esas ‘figuritas’ que circulan en innumerables cadenas de e-mail y que —supuestamente— distinguen los campus de cada universidad están muy medidas en el imaginario de la gente. La cosa no es gratuita. Pensemos lo siguiente: ‘imaginario’ viene de ‘imagen’, refiere al conjunto de imágenes que hacen la realidad de las cosas, que se validan en consenso y se asumen, no individualmente, sino a modo de discurso. De individual en todo esto no hay nada.

Cuando uno ve a alguien de una universidad no se enfrenta a una persona

únicamente, sino a todos los discursos existentes con relación a esa persona y que atraviesan esa (inter)acción. La validez de cada uno de estos es otra historia, claro. En la percepción de Óscar García hay muchas figuritas pero muy poco de fondo. “Hay mucha agresividad en desacreditar al otro, pero las universidades no se centran en exhibir ninguna calidad”, asegura.

SON OTROS TIEMPOS

Lima y el Perú ofrecen un panorama muy distinto al de antaño. Las mezclas y el surgimiento de nuevos focos económicos y manifestaciones culturales han llevado a las universidades a albergar a alumnos con una variedad (social, económica y racial) sin precedentes.

De allí que los estereotipos, consagrados sobre la base de órdenes de otras épocas, pue-

dan ver hoy el final de su validez. Ante este aparente desfase, Hevia menciona que “eso tiene su lado patético, que ilustra el desajuste entre los modelos buscados y las condiciones o posibilidades reales de los involucrados. Es el lado patético —de repente grotesco— que anuncia el advenimiento de un nuevo modelo”.

Tong cree que, “pensando en las configuraciones actuales, en el Perú los estereotipos han ido cediendo porque hay una constante movilidad social donde las etiquetas de las ‘universidades de pitucos’ y las ‘universidades pobres’, o ‘mejores’ y ‘peores’ ya van dejándose de lado”.

Estos estereotipos, entonces, tienen que ver más con el reflejo

de un orden social ya desfasado que con la descripción de los nuevos y múltiples reordenamientos culturales que atravesamos.

Sin embargo, su validez aún se mantiene, y funciona ya sea durante una conversación cotidiana o en la publicidad (y todos alguna vez hemos echado mano de algunos de esos estereotipos).

“Yo creo que los estereotipos van a ir al muere. Me parece, en cambio, que en publicidad debería haber más investigación sobre el público joven. Así como se hacen estudios para investigar al ama de casa, hay que estudiar a este nuevo estudiante que no es ni siquiera el de hace un ciclo. Parece que los creativos se dirigieran a sí mismos cuando estudiaron y no a quien está por venir”, afirma García. Razón no le falta. ■



una grande

La agenda Bakovic

ELLA DICE que, cuando hay algo que te motiva, siempre encuentras la manera de hacerle un lugar en tu vida. A pesar de eso, cuesta imaginar cómo hace Alexandra Bakovic (22) para —apunten— estudiar Hotelería en la San Ignacio (está en octavo ciclo); chambear en el ‘call center’ de Nextel (hace seis meses); y encima practicar su actividad favorita: danza española y flamenco. Ah, una más: hace dos meses que tiene enamorado. Qué grande, Ale.



de acá

XVIII JUEGOS NACIONALES DEPORTIVOS UNIVERSITARIOS

Nos vemos en la cancha

Con la participación de más de 3.145 deportistas de todas las regiones del país, la ciudad de Tacna será desde hoy escenario de la edición número XVIII de uno de los certámenes deportivos más importantes para los jóvenes: los Juegos Nacionales Universitarios 2008.

Conocidas en los campus como las Universiadas, esta fiesta bianual (que se divide en 16 disciplinas, desde fútbol hasta tiro) fue fundada en 1936 y es organi-

zada por la Federación Deportiva Universitaria del Perú (Fedup).

Desde hoy hasta el 1 de noviembre, las mejores universidades del país —clasificadas en los Juegos Universitarios Regionales 2007— lucharán por arrebatarle el título a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM), campeona de las últimas cinco ediciones.

SIC. no podía faltar a esta fiesta y te estará informando sobre los resultados más notables.

el imperdible

Rock vs. cáncer

Concierto organizado por Love Hope Strength Foundation a beneficio del Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas. Participan Perú Rocks, Fastball (del éxito “The Way”), Mike Peters (The Alarm), Cy Curnin (The Fixx) y Pierina Less. Promete.

● **LUGAR:** DISCOTECA GÓTICA (CENTRO COMERCIAL LARCOMAR)

● **DÍA Y HORA:** HOY (9:30 P.M.)

● **ENTRADA:** S/ 70 soles (en los puestos de Teleticket)

ojo al piojo

Échale un ojo a las noticias más interesantes para ti:

Un ‘Pelo’ entre nosotros

Una entrevista con el ex líder de la Liga del Sueño, Jorge Madueño, de paso por Lima

► **MIRA LA PÁGINA C6**

Cuartos para todos

Un especial sobre los dormitorios que trae Casa Cor

► **MIRA CASA Y MÁS (PÁG. 12)**

Sin tabla de salvación

Cae en Lima surfer pedófilo

► **MIRA LA PÁGINA A12**