

Hoy el mundo de los negocios se está orientando desde el management. El diseño no puede ser ajeno a ello. El desarrollo, la gestión de un diseño, de un proyecto constructivo no puede estar librado en estos tiempos críticos y ajustados a las desviaciones de formas, costos y tiempos de épocas anteriores. No hay lugar en el negocio del diseño para la improvisación, la desorganización, los presupuestos y tiempos interminables, pero sí lo hay para la inspiración, creación, conexión, organización, planificación de formas, tiempos y costos. Es decir, usar la creatividad para aplicar también a la gestión, el desarrollo, el management del negocio del diseño y el diseño pueda ser un buen negocio.

Actualización y adaptación bibliográfica y filmográfica

Carlos López Mena

A lo largo de los años que me encuentro en la docencia, primero en la Escuela de Cine de Avellaneda, luego en la Universidad de Buenos Aires y en la Universidad de Palermo, he observado, por lo menos en el área de las artes visuales se produce un fenómeno cada vez más frecuente: la falta de actualidad de la bibliografía y además de la filmografía.

La influencia del avance tecnológico, las telecomunicaciones, el libro electrónico, y sobre todo la web, que desvía la atención del alumno y del docente hacia esa formidable masa de información que circula por Internet, hacen que el libro tradicional tenga, al menos en parte, una importancia relativa.

Es necesario actuar sobre este fenómeno, para un mejor aprovechamiento de este torrente de información circulante.

En las Artes Visuales, el desafío se diversifica, pues a la problemática bibliográfica, se le agrega la dudosa vigencia de los clásicos del cine- por lo menos para los alumnos.

El cine, hasta no hace mucho era la base pedagógica de las artes visuales, junto con la pintura. Todavía lo sigue siendo, pero los tiempos corren y el efecto que la televisión a producido sobre la sociedad es devastador. La fragmentación del discurso hace difícil, por ejemplo, mostrar como modelo de plano secuencia, la escena final de "El Pasajero" de Miquelangelo Antonioni, obra maestra de la década del 80. Ya resulta aburrida, como cualquier otra película de más de 5 años.

¿Qué hacer entonces?

En IE-Design, como supongo debe ocurrir en las nuevas carreras que se ofrecen, me he encontrado con este tipo de alternativas.

En principio, mi respuesta fue la búsqueda de nuevos modelos más actualizados, tanto en fílmico-televisivo, como en lo bibliográfico, y así apuntalar la gestión pedagógica con materiales audiovisuales modernos, y desarrollando guías temáticas y apuntes, con los cuales el alumnos tiene mayor acercamiento.

Esta reflexión apunta a instalar un debate sobre la búsqueda y el desarrollo de mejores métodos pedagógicos en acuerdo con las nuevas tendencias y las necesidades del alumno de hoy.

El trabajo de la creación

Claudia López Neglia

El presente cultural demanda cambios profundos, continuos y vertiginosos, tanto en lo tecnológico, lo económico y lo social; ante este estado de cosas debemos preguntarnos cómo afrontar la realidad, cómo generar nuevos saberes, nuevas soluciones y qué metodologías implementar para generar nuevas ideas. La Universidad es uno de los lugares privilegiados para la construcción del cambio cultural. Es portadora de valores, nuevos paradigmas, y generadora de los recursos que el mercado laboral demande.

Qué se busca hoy en los jóvenes: Una mirada innovadora como estrategia para la acción.

Una metodología educativa que se precie de ser productiva, es la que promueve en sus alumnos la concreción del siguiente esquema de aprendizaje de la realidad a través del enfrentamiento, manejo y solución integradora de los conflictos, en tanto la red de comunicaciones sea constantemente ajustada para elaborar un pensamiento que posibilite el diálogo con el otro y enfrentar el cambio.

Enfrentamiento hacia lo nuevo, lo complejo; apertura y predisposición frente a los desafíos. Manejo de la información y análisis; pensamiento reflexivo-crítico; confrontación con otros saberes y disciplinas, enriquecimiento interdisciplinario solución de problemas específicos; ejecución creativa de investigaciones; concreción de proyectos.

El mercado hoy reclama profesionales entrenados en la creación de ideas y la gestión de proyectos; con características de liderazgo basadas en la originalidad, la flexibilidad, la fluidez, la sensibilidad hacia los problemas, el nivel de inventiva, la comunicación interdisciplinaria, el trabajo en equipo.

En otras palabras la necesidad de ser creativo en un mundo en rápido cambio, para aplicar a todos los campos laborales.

Pensar la creación es ubicar en el centro al sujeto que crea, que está determinado por impulsos, instintos, necesidades, deseos que deben ser satisfechos.

El sujeto humano fue desarrollando un aparato psíquico capaz de percibir, recordar, desear, proyectar sus fantasías, pensar y postergar la acción, generar espacios de mediación entre la capacidad de simbolización y de actuación. En todo este juego constructivo se relaciona, decide, posterga. La interacción con el mundo que lo rodea irá delineando su transformación, al mismo tiempo que modifica su entorno se transforma, en una constante espiral dialéctica que en cada vuelta señala una nueva construcción, una recreación, de su mundo interno y su mundo externo.

El ser humano es creador entonces por su naturaleza psíquica, creación que se irá manifestando en los diversos actos de su vida, sorteando obstáculos, posibilidades, alternativas, desafiando límites, superando miedos.

Si el ser humano es creador por esencia, la creatividad es una característica fundamental, es la manifestación de lo que es y puede ser; característica que se expresa en todas sus formas: de hablar, de vestirse, de relacionarse, de trabajar, etc.

La historia de la humanidad es el testimonio más fiel de estas marcas creativas, tanto es sus monumentos, sus herramientas, los templos, los inventos; las expresiones artísticas de la pintura, la música, el teatro, el cine; en las formas de conquistar, vestirse, seducir; en una palabra, en todas las actividades humanas de la vida cotidiana.

pruebas ellas del poder creador del hombre, por eso resulta imprescindible plantearlo dentro de la vida, al servicio de la ética, para el crecimiento subjetivo, y el de la sociedad.

Abordar la creación, transitar por la ruta creativa, es un desafío, que exige correr riesgos, abrir el mundo propio y abrirse al medio externo; animarse a explorar, a comunicar lo nuevo y original, trabajar mucho, perseverar, resistir frustraciones, a tener coraje.

La creatividad es una forma de pensar, y su resultado son productos que tienen novedad y valor. La creatividad es un trabajo.

Crear es pensar, pensar de una manera determinada, que busca problemas en vez de eludirlos, para darles soluciones originales; una forma de pensar que trabaja sin descanso en búsqueda de un objetivo hasta que se alcanza, para inmediatamente plantearse otro nuevo y retomar nuevamente el proceso.

Una forma de pensar que juega con ideas dispares conectándolas, que analiza sus partes de maneras o enfoque diversos, que elige temas con enfoque novedosos; una forma de pensar que se apoya en la capacidad metafórica.

Una forma de pensar y una motivación tanto intrínseca como extrínseca, que sostiene el trabajo, la perseverancia, y la independencia de pensamiento.

La creación es un trabajo, el trabajo de crear.

Crear para trabajar, crear para vivir.