

esperamos de ellos en el curso, y dar unas primeras orientaciones sobre como incorporar los elementos básicos que debe tener toda entrega de diseño Industrial.

También, al contemplar el conjunto de las presentaciones, pudimos distinguir entre tres grandes grupos de propuestas:

- Los proyectos con configuraciones innovadoras, que se alejan de las tipologías existentes en el reino animal, y que pueden equipararse a productos que revolucionan periódicamente el mercado.

- Los animales que repetían, a veces levemente modificados, los rasgos de especies existentes, o que a lo sumo, eran una recombinación de partes de dos o mas animales, y que pese a no tener antecedentes, salvo en la mitología, no lograban equiparar a los productos del grupo anteriormente citado.

- Por último, en unos pocos casos, la propuesta tuvo que ver con lo conceptual, con dar forma orgánica a una buena idea, lo que redundo en propuestas muy interesantes.

Con la corrección y discusión grupal de los trabajos, la comparación de las calidades de representación, y el análisis de la postura que cada uno de los grupos tomo con respecto a la libre oportunidad de diseñar por diseñar, pudimos sensibilizar a los alumnos respecto de varios temas que luego desarrollamos en el curso.

Esta metodología de esquioc, la desarrollamos hace tiempo en la UBA, junto con mis amigos Pablo Bianchi, I-Hsiu Chen, Martín Burgos, Joaquina D'Amico, Diego Bernardi, Lucas Borghi, y Leandro Fink, diseñadores Industriales todos ellos, en el dictado de la materia Diseño Industrial II, Cátedra Blanco. Ahora, en la Universidad de Palermo, creo que se ha constituido en una excelente herramienta para iniciar a los alumnos en esta apasionante práctica del diseño.

El aprendizaje, como práctica cotidiana.

Esteban Lopasso

El aprendizaje de una disciplina específica debe realizarse en el contexto real de la actividad. En el caso de la comunicación organizacional, el aprendizaje debe realizarse en el marco de la organización concreta y real.

Una de las grandes preocupaciones de los estudiantes hoy en día, probablemente de todas las asignaturas, es saber cuándo salen al «mundo real». El mundo de las ideas se percibe como algo opuesto al mundo de la acción real.

El aprendizaje, en un principio limita la posibilidad de unas prácticas continuas durante un período suficiente para que el alumno-practicante pueda desarrollar un ejercicio de comunicaciones completo y por tal significativo.

El aprendizaje sólo toma sentido para un alumno cuando tiene la oportunidad de transferir lo aprendido a un trabajo concreto de la realidad.

Además de poder transferir los conocimientos, el alumno debe tener la oportunidad de innovar, es decir, de proponer y hacer algo nuevo en el momento de proyectar, generando un cambio novedoso.

El proceso de aprendizaje que media entre docente y alumno debe orientarse al desarrollo y pensamiento de estrategias, con el propósito de que sea actor y agente de procesos innovadores capaces de transformar la organización de la comunicación.

El docente cumple el papel de tutor en la práctica y en la conclusión. Con estos roles asignados el docente pasa a ser la guía que encamina proyectos viales reales.

La clase debe servir como escenario de exposición de las experiencias y las ideas; debe crear el ejercicio constante del diálogo y la disuasión, debe servir para el encuentro y desencuentro de ideas.

El aprendizaje es una necesidad que requiere métodos para el desarrollo de prácticas didácticas, en las que el contenido no debe concebirse únicamente como sistema de conocimientos y normas de valoración, sino que esté dirigido a revelar cuáles son las posibilidades que brinda para la orientación del estudiante en su actividad, donde hay metas, en función de lo qué necesita aprender.

En este sentido, al concepto actividad-práctica le corresponde una carga teórica que se relaciona con la dinámica del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Estos conocimientos específicos requieren de cierta metodología, donde las condiciones son definitivamente las que favorecen o dificultan el propio proceso y el resultado.

Existen múltiples alternativas que deben analizarse en función de los resultados esperados y así promover los procesos necesarios para alcanzarlos.

En el carácter orientador de las acciones metodológicas se manifiesta la forma específica para regular la actividad en la clase y planificar los resultados en forma de objetivos.

Comenzando, con la participación de los alumnos, es propicio compartir experiencias propias y ajenas a lo largo de la cursada, de manera orientadora con respecto al mundo profesional, con el objetivo de fomentar una relación mutua en el abordaje de problemáticas concretas a resolver.

De acuerdo a lo planificado, se han utilizado recursos creativos para atacar temáticas de gran complejidad, como requiere la asignatura, pero también dejando la posibilidad de recurrir a la innovación sin ataduras, dejando de lado las estructuras preestablecidas.

Abordar temas sin pasar por la práctica, es perderse la experiencia de volcar los contenidos aprendidos, a trabajos concretos. De ahí, que cada temática se ha resuelto con un práctico específico, aplicando el basamento teórico expuesto a los alumnos, de manera progresiva y estratégica.

Nosotros como docentes, tenemos la tarea de fomentar un pensamiento sistémico, permitiendo dar vuelo a la imaginación en la comunicación visual, pero también guiarlos hacia la posible concreción, permitiendo que integren la experiencia creativa con el trabajo real, volcando los conocimientos y las vivencias adquiridas.

De esta manera, los alumnos logran un rendimiento óptimo con respecto a su capacidad creativa, llevada al plano comunicacional.

Ser docente es ser intermediario del conocimiento cooperando en el aula, incentivando a la profundización y el debate de cierta temática, articulando el conocimiento previo del alumno con los trabajos prácticos.

Considerando nuestra labor como intermediario del conocimiento, ubicaremos al alumno con un nuevo rol, que implica más libertad, más compromiso, más responsabilidad, dándole la posibilidad de enriquecer un criterio evolutivo y ampliador hacia otras asignaturas; con un desempeño activo en la relación de ciertos conceptos con otros.

El contenido estandarizado y mecanizado sirve de puntapié inicial en el abordaje de cada tema en particular: cuando el alumno se encuentra en una fase inicial, sin una tipificación

hecha con anterioridad respecto de ciertos temas.

Luego de haber encaminado el concepto, se articulan ambas piezas, logrando encarar el trabajo unidireccionalmente, apuntando a un solo fin.

Para concluir, creo que siempre en un proceso-aprendizaje, que se apoye en la interactividad entre docente-alumno, asumiendo nuevos roles, donde la experimentación de lo teórico siempre termine con un práctico, después de transitar un proceso evolutivo; sobre todo en un área de alta complejidad como la comunicacional, en donde la sociedad valora y exige más a las universidades en su compromiso de formar profesionales, que van a desenvolverse en ámbitos altamente desarrollados y competitivos, el desafío es mayor, el trabajo más comprometido, la dedicación absoluta, y la recompensa, un sostén para una actividad tan honrosa como la docencia.

Capital humano.

Cristina López

Para los futuros profesionales que hoy estamos formando quisiera destacar algunas de las características que considero importantes para desempeñarse en el ámbito laboral: profesionalismo, negociación, creatividad, experiencia, cambio, disciplina, liderazgo, compromiso.

- **Profesionalismo:** Si bien el objetivo fundamental de la universidad es dar al mercado alumnos transformados en profesionales, el profesionalismo pasa muchas veces por la experiencia laboral. Cada día que trabajamos, cultivamos experiencia, implementamos métodos, generamos herramientas, rompemos paradigmas; de esta manera estamos alimentando nuestra profesión, y desarrollando el profesionalismo.
- **Negociación:** Las situaciones entre seres humanos pueden ser algunas veces superficiales, otras importantes y muchas de ellas complejas y difíciles. Para estas últimas es importante saber negociar, ya que estas clases de situaciones llevan muchas veces a conflictos insalvables. Negociar es saber escuchar y salvar esas situaciones más allá de las palabras. Lo más importante es tener en claro que existe un conflicto que siempre aspira a tener solución.
- **Creatividad:** porque podemos transformar la manera de hacer las cosas, porque las compañías son más voraces que en el pasado y quiebran paradigmas y acuerdos entre lo tradicional y establecido con lo novedoso y desconocido.
- **Experiencia:** Muchas compañías han adoptado la manera de llegar con sus productos o servicios al consumidor tentado con vivenciar una experiencia distinta. La experiencia con el cliente empieza desde que este realiza el primer contacto con la empresa que presta el servicio, desde que lo atiende una recepcionista y lo deriva a la persona correcta, hasta que la cobranza fue realizada y le solucionaron cualquier inconveniente. Depende como vivencie el cliente esos momentos de contacto que tuvo con la compañía va la experiencia positiva o negativa.
- **Cambio:** Vivimos en un mundo de constante cambio, todos los mercados efectúan cambios. Debemos estar preparados para enfrentarlos, adaptarnos, aprender a acostumbrarnos y a frustrarnos. Será fácil no resistirse al cambio si tenemos los objetivos claros y las metas definidas.
- **Disciplina:** Si no existe esta característica en cualquier profesional, no llegará a concretar una carrera profesional

completa. Es fundamental la disciplina para concretar nuestras metas, objetivos, visiones y misiones.

- **Liderazgo:** Los líderes deben tener una visión clara de lo que quieren. Los líderes deben inspirar a sus seguidores y ayudarlos a conseguir esa visión compartida, generando confianza y compromiso de su gente. De ese modo formará un equipo de excelente desempeño. El desempeño del líder lo veremos reflejado en cómo trabajan las personas que están bajo su responsabilidad: su equipo.
- **Compromiso:** Si se logra una visión compartida y logramos enrolar a nuestro equipo en ella lograremos compromiso de nuestros recursos humanos. De esta manera el nivel de productividad de nuestro equipo será muy alto y las expectativas de cada individuo en este equipo será por un largo plazo.

Mientras las compañías ponen especial énfasis en saber cuánto cuestan los productos, que rentabilidad tienen, como se realizan los procedimientos, si el cliente está satisfecho, nosotros formamos profesionales que serán los responsables de hacer diferenciar una empresa de otra.

El mercado está pidiendo perfiles optimistas, gente positiva capaz de crear una visión prometedora y creíble para iniciar una nueva etapa de éxito. Que tengan los atributos y la capacitación necesarios para comunicar una visión a su equipo y generar el compromiso, motivación y entusiasmo para enfrentar dificultades, riesgos y cambios bruscos.

¿Está el Ceremonial en la Argentina condenado a no ser una disciplina autónoma?

Federico A. Luque

Alvin Toffler¹ considera la Historia como una sucesión de encrespadas olas de cambio, por lo tanto divide la civilización en tres partes: una fase agrícola - ganadera que abarca desde el 8.000 a. C. hasta los años 1650 - 1750 de nuestra Era, la primera ola; una fase industrial la segunda ola y una fase de tercer ola, que comenzó en la década de los años '50, momento en que los empleados y trabajadores de servicios superan por primera vez al de obreros manuales, se introduce el computador, los vuelos comerciales de reactores, la píldora para el control de la natalidad y muchas otras innovaciones de gran impacto.

Si deseáramos ubicar el origen de disciplinas como la Publicidad y las Relaciones Públicas a la luz de esa división, podría decirse que la primera de ellas nació cuando la revolución industrial estaba en su apogeo, para solucionar en parte el problema de la sobreoferta, es decir en la segunda ola, al igual que las Relaciones Públicas que en los albores del siglo XX se transformó en una disciplina independiente, con filosofía, ética, política, estrategias y tácticas propias, pese a que el origen del arte de la persuasión se pierde en la historia.

El Ceremonial, en cambio, es tan antiguo como el hombre mismo. Desde sus comienzos, el hombre, ser esencialmente social y gregario, se agrupa formando la horda, considerada el primer aglutinamiento social, inorgánico y nacido espontáneamente para satisfacer necesidades primarias. Luego deviene en clan, grupo más numeroso pero ahora establecido