

A un paso del año 2030. Pensando en los profesionales de un futuro no muy lejano.

Marcela Mitnik

A partir de la aparición de las nuevas tecnologías aplicadas a la información, la comunicación, y otras disciplinas, se reconoce que éstas son un recurso insustituible en la educación actual. Aportan gran cantidad de beneficios a quienes las utilizan. Sin embargo pueden aumentar aún más las distancias entre los sectores integrados en el desarrollo tecnológico y la población excluida de dicho desarrollo. A la vez, el vertiginoso ritmo de estos avances tecnológicos en todas las ciencias, ha hecho que los conocimientos que resultan novedosos en el presente, rápidamente sean reemplazados por otros.

En los años noventa, al despedir a los médicos recién graduados en Harvard, el Decano de esa prestigiosa universidad comentó a sus alumnos que el vertiginoso avance de los conocimientos científicos, haría que el 50% de lo que habían aprendido en los claustros, ya no serviría en los próximos cinco años. Pero que lamentablemente, él no podía decirles de cuál 50% se trataba.

Esta anécdota, refleja claramente el desafío que debemos afrontar teniendo en nuestras manos la misión de diseñar y actualizar los contenidos curriculares de las materias, como así también la de crear nuevas carreras con proyección de futuro.

Al hablar de futuro, hablo de unos escasos veinticinco años, lo cual parece muy lejano, pero en términos de planes educativos y de desarrollo, no lo es.

Además de los avances en el conocimiento y la tecnología, hay otro tipo de cambios para los cuales debemos preparar a nuestros futuros profesionales: los cambios demográficos.

El avance tecnológico en el campo de la ciencia y la medicina ha traído como consecuencia un mejoramiento en la prevención y el tratamiento de las enfermedades que modificó la expectativa de vida, haciendo que mayor cantidad de población viva más allá de los 70 años. Efectivamente, hay una marcada tendencia en los países desarrollados, especialmente en Europa al envejecimiento de la población, lo cual determinará nuevas pautas de consumo como así también nuevas necesidades.

Cuestiones de población

Según informes elaborados por las Naciones Unidas la población mundial sigue creciendo, pero solamente en un reducido número de países, mientras que en muchos otros hay una disminución de la cantidad de personas jóvenes.

Este es el hallazgo clave de las últimas proyecciones demográficas.

En el mundo desarrollado el número de niños que nacen no es suficiente para mantener la población en el nivel actual. Las proyecciones de la ONU para el año 2050 calculan que en no menos de 39 países los números habrán descendido, y en algunos casos dramáticamente.

Como resultado, la proporción de la población mundial que vive en el tercer mundo, aumentará de 4.900 a 8.200 millones en los próximos 35 años.

Este envejecimiento de la población mundial está en relación con disminución de la tasa de natalidad y el aumento en la

expectativa de vida.

Durante los próximos cincuenta años, el número de personas mayores a 60 años será más del triple.

Para la Argentina, los cambios en la estructura poblacional para el año 2030, proyectan un marcado crecimiento de la población por encima de los sesenta años. Resulta interesante tener en cuenta que mientras la población general crecerá aproximadamente un 32%, los mayores de 70 años crecerán un 95%.

Los futuros clientes de nuestros alumnos

Debemos pensar en términos de la «calidad de vida» que tendrán estos ancianos del mañana, la que será muy distinta a la de los viejos de nuestra niñez. El bienestar se encontrará intrínsecamente relacionado con la salud, los factores socioeconómicos y el grado de interacción social. Gran parte de los futuros clientes de nuestros alumnos serán personas que superen los sesenta años. Observaciones sobre los procesos de envejecimiento de la población normal nos dan cuenta de que en las personas ancianas suele observarse una declinación de las funciones físicas y cognitivas. Muchos de estos cambios se deben al proceso de envejecimiento en sí mismo, pero otros se deben a la presencia de enfermedad y / o a factores psicosociales.

El proceso de envejecimiento normal es relativamente benigno, ya que se caracteriza por una declinación gradual de la función de órganos que mantienen una notable capacidad de reserva. La aptitud intelectual de los ancianos sanos tiende a conservarse en forma adecuada hasta la octava década de la vida. Las funciones atencionales no muestran cambios significativos. Tanto la atención sostenida como la atención selectiva (la capacidad de discriminar los estímulos relevantes de los irrelevantes) se encuentran relativamente preservadas. Los aspectos fonológico y semántico del lenguaje no presentan alteraciones. Sin embargo, el procesamiento del material de sintaxis compleja resulta afectado, aunque en forma leve. Podemos observar además, cambios mínimos en la memoria sensorial y de corto plazo.

Es interesante destacar la influencia de la educación sobre el grado de deterioro cognitivo. La prevalencia de déficit cognitivos significativos, es mayor en grupos de ancianos con escaso nivel de educación formal, que en aquellos con más años de estudio. La educación aumentaría el número y la complejidad de las conexiones sinápticas, y por ende los sujetos más instruidos tendrían mayor reserva funcional.

También debemos tener en cuenta que los ancianos del mañana, pertenecerán a una generación que en su mayoría tuvo acceso a la tecnología informática. Usarán computadoras, y necesitarán muchísimos más estímulos para tener un buen vivir que lo que necesitaron nuestros abuelos.

La formación tanto de un diseñador como de un comunicador que pueda afrontar el desafío de trabajar eficientemente en el mundo que nos espera, deberá contemplar el estudio de los posibles clientes y sus necesidades: qué comprarán, cómo vivirán o cómo usarán sus cosas, con qué soñarán, etc.

En síntesis: la habilidad de observar comportamientos es lo que hará la diferencia y lo que permitirá estar a la vanguardia, pudiendo diseñar, producir o comunicar los productos del mañana.

¿Cuáles serán estos productos?

Entre otros (y en relación a las carreras de Diseño y Comunicación) se me ocurren:

- Indumentaria atractiva que contemple la forma del cuerpo

de mujeres y hombres ancianos.

- Afiches o carteles en letra grande y legible para quienes han perdido gran parte de su capacidad visual.
- Electrodomésticos livianos y fácilmente manejables.
- Edificios con rampas, accesos cómodos y pisos anti – deslizantes.
- Actividades sociales, eventos, etc. con temáticas acordes a la problemática de la tercera edad.

La lista sigue. El diseño aglutinará muchas disciplinas: investigación, ergonomía, marketing, tecnología, psicología, medicina, etc. Cada vez más se trabajará interdisciplinariamente y a un ritmo vertiginoso de cambios permanentes.

Conclusiones

Como educadores debemos instar a los alumnos a desarrollar su creatividad, su capacidad para adaptarse a los cambios rápidamente, su comprensión de la relación cliente – profesional, su capacidad de aproximarse a los problemas de una forma racional y la generación de recursos para responder demandas de mercados diferentes en épocas diferentes. Los profesores no debemos ser simples transmisores de información sino asumir un verdadero papel de educadores, enseñando a pensar y planificar; elaborando propuestas y materiales didácticos que desarrollen una metodología activa y creativa, que contemple todas las facetas del ser humano y que incluya una proyección hacia un futuro muy distinto.

El veloz avance de la tecnología y los grandes cambios demográficos (que en gran parte derivan de estos avances) plantean un mañana cargado de desafíos y nuevas incógnitas para la próxima generación de profesionales.

Es nuestra urgente tarea, prepararlos para ese futuro que no es tan lejano.

Motivando con casos de nuestra realidad.

Marcela Molinari

A muchos docentes como a mí, les ocurrirá que tienen que dictar materias que son las que tienen fama de «teóricas» dentro de carreras orientadas a diseñar y crear.

Encontrándome con esa restricción la primera vez que dicté la materia Comercialización I en la Carrera de Diseño de Indumentaria y Textil, presenté un proyecto a la Facultad. El nombre del Proyecto es «Programa de Investigación de Empresas de Indumentaria».

Se trata de investigar a nuestras empresas de indumentaria y textiles para obtener material de estudio y ofrecer a nuestros alumnos ejemplos de nuestra realidad al dictar la materia.

Los ejemplos de empresas de indumentaria y sobre todo argentinas, son los que explican en forma práctica lo que a veces percibo que cuesta internalizar sólo con la teoría.

La idea es poner el énfasis en empresas argentinas, porque el alumno necesita saber el manejo de las empresas que lo rodean, ¿Cuáles son?, ¿Cómo es su estructura?, ¿Cómo se manejan? ¿Cómo logran crecer en un mercado tan hostil como el argentino? y ¿Porqué algunas mueren?.

El alumno necesita conocer las empresas a las que en un futuro podrá ofrecer sus servicios profesionales, necesita poder alcanzar los ejemplos. Y sobre todo necesita tomar conciencia de la amplitud del sector de indumentaria y textil.

La cadena de valor indumentaria y textil

El objeto de estudio son empresas de la industria de la moda. Se tratará de incluir a toda la cadena textil, al productor, al comerciante, a la marca de moda, al distribuidor, etc.; para de esta forma mostrar al diseñador un abanico de posibilidades hacia donde puede especializar su carrera.

Los casos de estudio

El resultado del Proyecto es obtener casos de estudio para enseñar y ejemplificar.

Sabemos que esta metodología, ya utilizada por varios profesores en otras materias, permite una descripción intensiva y detallada de un tema de marketing desarrollado en la realidad. Los casos permiten analizar a las empresas en profundidad, y luego se pueden considerar distintas soluciones a los problemas identificados.

Con respecto a la relación alumno-profesor, las clases son más dinámicas, y se percibe una mayor motivación por parte del alumnado. En este Programa, que el objeto de los casos de estudio serán empresas argentinas, he observado que el debate es casi espontáneo, por el conocimiento hasta ese momento informal, que el alumno tiene de las empresas argentinas.

Existen dos posibilidades para desarrollar los casos. Una posibilidad es desarrollar casos para abordar un tema de marketing en particular, ya sea para aprender a resolver un conflicto o simplemente para relacionar la teoría con la realidad. La segunda posibilidad es que en cada caso se estudie la evolución de una empresa desde su nacimiento hasta la actualidad, y relacionar los distintos temas de marketing con cada una de las etapas de la vida de dicha empresa.

Etapas del programa

1. Obtener información de empresas de Indumentaria invitando a sus representantes a asistir a nuestras clases
2. Ampliar la información de las empresas de indumentaria realizando investigaciones con los alumnos
3. Desarrollar un método para escribir los «casos de estudio»
4. Escribir los Casos de Estudio con el material que se obtiene de las charlas y de las investigaciones

El Programa en la actualidad y la repercusión en los alumnos Yo ya he invitado a dos empresarios dueños de dos marcas de diseñadores de indumentaria. Les contaré la primer experiencia:

En el primer cuatrimestre del año 2004 he invitado a una diseñadora de indumentaria, María Marta Facchinelli a dar una charla sobre el tema «Producto» en mi clase. Los alumnos realizaron una investigación previa de la diseñadora y luego enriquecieron la visita haciéndole preguntas de marketing sobre el tema «Producto». Los estudiantes fueron evaluados por el nivel de sus preguntas. Con el material relevado por los alumnos en su investigación, con el resultado de la «charla/entrevista», y con el consentimiento de la diseñadora he elaborado un caso que me ha servido para ejemplificar varios temas de la materia.

Al finalizar la cursada realicé una pequeña encuesta a mi alumnado y verifiqué que el invitado y su investigación; y el aporte de ejemplos actuales y «alcanzables» fue lo que más les ayudó a incorporar los conceptos teóricos.