

ampliar el Banco de Imágenes de Portfolios que posee la Universidad. Este Banco o Biblioteca de Imágenes está a disposición de docentes y alumnos.

Para el 2005 se prevé enfatizar la activa participación de los Asistentes Académicos, tal vez incorporar al aula dos de ellos si los cursos son demasiado numerosos e invitar a los alumnos que hayan cursado la asignatura y cuyos portfolios hayan sido creativos y novedosos a dar una pequeña charla en el aula contando su experiencia: cómo desarrollaron su trabajo, cómo lo implementaron, qué sucedió cuando salieron al mercado laboral, cómo se vieron posicionados, etc.

Posgrados de especialización. Gestión del conocimiento.

Martín Stortoni

«El pensamiento estratégico comienza con la reflexión sobre la naturaleza más profunda de un proyecto y sobre los desafíos que plantea».

Peter Senge. La quinta disciplina en la práctica.

Comenzamos una nueva etapa, acompañando permanentemente a los cambios que se producen en el contexto empresarial, en el cual se mueve en forma de espiral, el conocimiento.

Este conocimiento, a escala individual, se establece por definición, como las creencias cognitivas, confirmadas, experimentadas y contextualizadas del conocedor sobre el objeto a conocer, las cuales serán condicionadas por su contexto histórico social, y serán potenciadas y sistematizadas por las capacidades de dicho conocedor, las que establecen las bases de la subjetividad puesta en acciones objetivas para generar valor.

Desde este lugar el Proyecto de los Posgrados encuadrados en el campo de formación de la Facultad de Diseño y Comunicación, obedecen a las necesidades que se conciben en la actualidad y que se instalan como emergentes en el futuro de las Comunicaciones.

La Universidad debe ser protagonista de la realidad profesional y como tal es su función interpretar las contradicciones que se generan entre sus teorías y las prácticas que se evidencian en el mercado.

Entendiendo que las contradicciones son relaciones de un proceso universal y como tal fenómenos que se dan en cada acontecer, específicamente por un lado, encontramos a las universidades como generadoras de conocimientos teóricos y multidisciplinarios, y por el otro, a las empresas como generadoras también de conocimientos pero más pragmáticos y específicos, ambas hoy están aisladas desde la contradicción afirmación – negación.

Esta dilemática existente se debe a factores internos y externos.

Internos desde cada sujeto integrante de la toma de decisiones de cada empresa, en donde se evidencia la negación por generar la integración de estos conocimientos y por el otro lado, la intencionalidad de las empresas en su totalidad, para generar cambios y acompañar los mismos desde una perspectiva sistémica.

En su nivel más amplio, el pensamiento sistémico abarca una amplia y heterogénea variedad de métodos, herramientas y principios, todos orientados a examinar la interrelación de

fuerzas que forman parte de un proceso común.

Afirmando como factor esencial que las distancias se deben acortar para producir la transformación necesaria para construir el aprendizaje a través de un nuevo sistema de valores, donde el conocimiento debe instalarse como apropiación de la realidad y los principios sistémicos como representantes de un modo más fructífero de pensar y actuar.

Por lo tanto, proyectarse desde el ámbito académico hacia el ámbito profesional, es encontrar instancias de aplicación de teorías reformuladas dialécticamente, para ser destinadas al fortalecimiento de las comunicaciones empresariales.

Desde esta perspectiva, el conocimiento en las organizaciones deben entenderse como el conocimiento sinérgico, resultado de las operaciones de interacción desarrolladas generando un vínculo entre la universidad y la empresa.

La gestión del conocimiento debe ser entendida como la instancia mediante la cual se obtiene, despliega o utiliza una variedad de recursos básicos jerarquizados para apoyar el desarrollo del conocimiento dentro de la organización.

Es por ello que entender cómo estructurar las iniciativas de la gestión del conocimiento, generará una ventaja a la hora de considerar al conocimiento dentro de la estrategia de la empresa, enfrentada hoy a la imperante necesidad de establecer ventajas competitivas a largo plazo como enfoque orientado a disminuir riesgos, gestionando el conocimiento y ligándolo a los objetivos del negocio de la empresa, para asegurar el éxito actual y futuro y, proyectar al mercado un claro mensaje de compromiso en esta área.

En este escenario, y ante la necesidad percibida en estudiantes, egresados, profesionales y empresas del sector de las comunicaciones, de complementar sus saberes en busca de la especialización como gestión del conocimiento, la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo procura una línea de posgrados en Creatividad, Dirección en Comunicaciones, Planificación de Medios, Publicidad y Relaciones Públicas.

Proyectándose así a la construcción de dominios específicos e interdisciplinarios, permitiendo alcanzar la especificidad que necesita un especialista en el campo de las comunicaciones. Como objetivo, se propone promover la investigación desde el ámbito educativo hacia el mercado profesional, profundizando en conceptos teóricos que se interpretan a partir de la praxis para contar con argumentos provenientes de la práctica profesional, pero construyendo nuevos paradigmas que se instalen en el ámbito de desarrollo profesional.

Esta dualidad investigación-disciplina constituye para el estudiante la apropiación instrumental de la realidad transformada a partir de un aprendizaje superior, que le permita contar con un pensamiento crítico para identificar los obstáculos existentes en el campo profesional, por cierto muchos de ellos se encuentran instalados como referentes hegemónicos que deben ser estudiados y reemplazados por emergentes explícitos e implícitos para modificar la práctica de las disciplinas en comunicación estratégica.

Este fin se logra a través de procesos cuyos propósitos principales son potenciar la creatividad, desarrollar un pensamiento sistémico, actualizar y profundizar conocimientos objetivos como aporte significativo del postgrado a los requerimientos del mercado profesional y por extensión a la sociedad.

Los posgrados de especialización tienen también por objeto, en consecuencia, la obtención de verdaderos aportes en un área del conocimiento, cuya validez universal debe procurarse en el marco de un nivel de alta calidad académica.

Asimismo, el aprendizaje impartido desde cada postgrado, permite mediante el desarrollo de herramientas y métodos prácticos someter a las teorías a verificaciones prácticas, lo cual permite el afinamiento de las teorías.

Este ciclo continuo, creación de teorías, desarrollo, aplicación de métodos y herramientas, prácticos basados en teorías, obtención de nuevas perspectivas que mejoran las teorías, es el motor que impulsa el crecimiento profesional.

Nuevas ideas, capaces de generar cambios, de desafiar el pensamiento convencional, de innovar, imaginar, descubrir, de plantear nuevas soluciones, de cuestionar lo establecido son necesarias en este momento de la sociedad.

Organización y estructura de los planes de estudios

Los posgrados de especialización poseen una duración de un año dividido en dos cuatrimestres.

El plan de estudios de los Postgrados se organiza en tres áreas temáticas:

Un área troncal donde se instala el «saber hacer» desde la integración de la teoría a la práctica, mediante una metodología de estudio y análisis de casos actuales en el mercado.

Estas dos asignaturas, dictadas por diversos profesionales invitados de acuerdo a funciones y habilidades específicas de los mismos, serán las que proyecten la sinergia entre métodos y herramientas que ayuden a conceptualizar y comprender temas complejos explícitos e implícitos para la construcción de prácticas reflexivas acompañando al desarrollo, crecimiento y evolución de la calidad y productividad del estudiante.

Dos áreas afines a los postgrados de especialización que cubran las necesidades de horizontalidades y verticalidades de conocimientos que debe poseer un profesional de la comunicación.

Las asignaturas correspondientes a estas áreas, serán dictadas en empresas, agencias de publicidad, centrales de medios y consultoras de Relaciones Públicas.

De esta forma y bajo esta metodología, el estudiante vivenciará sus conocimientos en la práctica cotidiana profesional.

Cada área corresponde a un trabajo específico profesional, y al adquirir conocimientos horizontales con las asignaturas correspondientes a las otras áreas se potencia el saber interdisciplinario.

Objetivos de los posgrados y perfil del egresado

1. Promover un ámbito de investigación, análisis y reflexión de la Gestión en Comunicaciones de acuerdo a la especificidad de cada postgrado, en función al área de la educación en la producción de investigaciones pertinentes, constituyendo un aporte relevante para la especialización de diversas áreas de grado.

2. Desarrollar las competencias necesarias para diseñar estrategias de comunicación integradas al sistema empresarial, proyectos y líneas de investigación y realizar investigaciones básicas y/o aplicadas que promuevan un crecimiento capaz de acompañar el intercambio teórico entre áreas de la comunicación.

3. Generar acciones de difusión e intercambio con otros ambientes de la comunicación a nivel nacional e internacional. Pensando y elaborando permanentemente estrategias de aprendizaje para cubrir las necesidades del mercado profesional, la Facultad de Diseño y Comunicación, se instalará en esta nueva línea de postgrados de especialización, con la calidad académica que la distingue en sus carreras de grado y su Maestría en Diseño.

El sentido poético en el Diseño de Interiores.

Virginia Graciela Suárez

Las relaciones entre las distintas Artes: Pintura, Literatura, Música con la Arquitectura y el Interiorismo se han dado a lo largo de la historia. Durante el siglo pasado y parte del actual, con el desarrollo de un nuevo espíritu conceptual y crítico, dichas relaciones han aumentado y potenciado más debates. Este texto busca ser parte en ese debate.

Se puede decir que la influencia de las artes plásticas en el

Diseño de Interiores se manifiesta principalmente en los siguientes niveles:

- A través de la existencia de una influencia directa de tipo mimético: las Artes Plásticas aportando nuevos repertorios formales que el interiorismo utiliza directamente en sus formas. Es el caso de Robert Venturi utilizando el recurso pop de citas literales a los órdenes clásicos.

- En un nivel más profundo, antes que una transposición formal como el caso anterior, se daría estableciendo una relación estructural o mental entre una corriente plástica y el interiorismo. No se copian las formas sino los procesos, los métodos y los criterios que están en la base de la corriente artística. Es lo que sucede con Peter Eisenman y el arte conceptual o con Frank Gehry y la reinterpretación de los mecanismos creativos del surrealismo.

Entiendo que, así como las artes plásticas plantean un campo referencial para la proyectación en el Diseño de Interiores, desde las artes literarias, la poética puede aportar su especificidad, no sólo a la estética y la composición, sino a la proyectualidad creativa.

Aunque la Poética implica una forma, nunca se refiere a la forma por la forma pura. Por el contrario trata de una forma determinada por materias, estructuras, tejidos, textos y contextos. El caso de la poesía es ejemplar: el significado nace de la estructura, la palabra significa en función de la estructura en que se encuentra y a la que constituye para darle otro sentido.

A través de la poética se puede conocer la determinación interna de una Obra de Interiorismo, si se trata o no de algo más que simple edificación. Su principal objetivo es descubrir el nivel de verdad constructiva, funcional y formal que, de modo simultáneo, alcanza al Proyecto. Nivel de verdad o autenticidad donde no son los elementos ni siquiera las estructuras lo principal, sino el hecho de la determinación interna de la obra, capaz de sintetizar un óptimo conjunto geométrico entre elementos, estructuras y sistemas.

La poética es la responsable de racionalizar permanentemente las emociones humanas. Se la podría entender como el método de obtención racional de las leyes que configuran el conjunto organizado de elementos del organismo «espacio interior».

La poética como meta-método constructivo proyectual, como camino entre la Teoría y la Práctica, tiene un rasgo intelectual porque es capaz de combinar opuestos y obtener un resultado nuevo que elimina y trasciende los contrarios, haciendo nacer un nuevo todo, una nueva unidad.

Planteado un problema de interiorismo, e intuido el bagaje de preexistencias del diseñador, la relación entre ambas esferas va a necesitar de un momento de inspiración que se desarrolla de manera invisible pero que necesita para su aparición de un gemelo en la iluminación intelectual. Ambas experiencias, emoción e intelecto, pueden ser denominadas también inven-