

las ideas. La escuela de Aby Warburg, Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.

Burucúa, J. E. (2003). *De Aby Warburg a Carlo Ginzburg: historia, arte, cultura*. FCE, Buenos Aires.

Chatelet, F. y Mairet, G. (Eds.) (1989). *Historia de las ideologías. De los faraones a Mao*. Madrid: Akal/Universitaria.

Cortázar, J. (1995). *Los reyes*. Buenos Aires: Sudamericana.

Foucault, M. (1999). *Vigilar y Castigar. Nacimiento de la prisión*. México: Siglo XXI Editores.

Ginzburg, C. (1983). «Señales, raíces de un paradigma indiciario», en Gargari, A. Ginzburg C. et al., *La crisis de la razón*. México: Siglo XXI.

Ricoeur, P. (1996). *Tiempo y narración*. México: Siglo XXI.

Sarlo, B. (1995). *Borges, un escritor en las orillas*. Buenos Aires: Ariel

La falta de creatividad en los profesionales

Ana Walsh

El desarrollo de las potencialidades humanas, la inteligencia, la creatividad y el talento, son algunos de los grandes problemas relacionados con la educación del hombre. Actualmente solo una minoría cuestiona la necesidad y la importancia de lograr una formación profesional enfocada al desarrollo de la creatividad.

Aquí cabe destacar que la creatividad es una variable que puede ser identificada como un proceso, como un producto o como una característica de la personalidad, se la define como “el estado de conciencia que establece una red de relaciones para la creación, identificación, planeamiento y solución relevante y divergente de un problema”

Por lo mencionado anteriormente, la creatividad profesional no puede ser improvisada. En su desarrollo y estimulación interactúan diversos indicadores que colaboran en el momento de aplicar métodos de creatividad. La Originalidad, la Iniciativa, la Fluidez, la Flexibilidad, la Sensibilidad, la Divergencia, la Racionalización, la Invención, la Elaboración, la Autoestima, la Motivación, la Independencia y la Innovación son algunos de los indicadores que proporcionan una herramienta indispensable en el proceso creativo, teniendo en cuenta las diferentes etapas (como La Preparación, La Incubadora, La Iluminación y La Verificación). La unión de estos procesos conlleva al resultado efectivo de un problema planteado aplicando la creatividad y brindando un servicio diferencial. Existen muchos prejuicios sobre el don de la creatividad, se puede nacer creativo y se puede aprender a ser creativo. Existe mucha información sobre procedimientos de desarrollo de la creatividad (cantidad de libros que tratan el tema, diversos tests, sitios en internet e incluso cursos dedicados a capacitar a aquellos que no se consideran creativos).

Hoy en día no alcanza con resolver problemas y adaptarse a los cambios del mercado, también se le pide al profesional que sepa aplicar la creatividad en su gestión, logrando con esto un valor de diferenciación sobre su trabajo y destacando al Creativo por sobre el resto.

La falta de profesionalización trae como consecuencia la falta de educación y capacitación creativa, al desconocer las formas

y herramientas metodológicas y carecer de un sistema de indicadores y técnicas para desarrollar métodos de creatividad. La información utilizada no se corresponde con la verdadera complejidad de la creatividad, trayendo como consecuencia resultados que no aportan al crecimiento del profesional.

Acercamiento al medio productivo

Daniel Wolf

A comienzos de 2006 la segunda camada de diseñadores industriales estará por egresar de nuestra Facultad. La carrera, que comenzó en el año 2000, continúa creciendo vigorosamente. El incremento de alumnos y la consolidación del equipo docente brindan una perspectiva de desarrollo prometedora.

En este contexto, las preguntas acerca del perfil deseado de nuestros egresados continúan del mismo modo que en las primeras reuniones del departamento. Aunque en los últimos tiempos, el sostenimiento de un criterio de convivencia entre los distintos enfoques de las cátedras se ha instalado entre los profesores del área.

El andamiaje de objetivos compartidos, establecidos en la guía de contenidos mínimos, articulados con la pluralidad de visiones de cada cátedra, estimula a nuestros alumnos a conocer las diferentes herramientas, a explorar –y explotar– sus propias potencialidades y a zambullirse en los diversos perfiles de una disciplina tan amplia como compleja.

En el sostenimiento de esta línea de trabajo, un nuevo imperativo comenzó a emerger entre la diversidad de propuestas de las distintas áreas de la carrera: El acercamiento al medio productivo.

En sintonía con la visión de la facultad de Diseño y Comunicación, la experimentación con proveedores y comitentes devino en una enriquecedora rutina.

Dentro del área Tecnológica (que incluye las asignaturas Materiales y Procesos I a V, Introducción a la Tecnología, Empresas de Diseño y Planificación de la Producción) se han desarrollado dos líneas de trabajo. Las visitas a plantas productivas, tanto pymes como empresas de primera línea, brindan la oportunidad de vivenciar in situ, cómo y dónde se materializan los proyectos. Se destacaron las visitas a las plantas de Volkswagen, Siderar, Aluar y fv entre otras.

El contacto con proveedores es el camino que completa la experiencia. Los alumnos desarrollan y realizan piezas o productos con proveedores de las tecnologías específicas. (En la asignatura Materiales y Procesos I “Metales”, los alumnos deben producir un candelabro de aluminio, en Materiales y Procesos II “Maderas”, un banco y en Materiales y Procesos III “Plásticos” un porta CD). Transitando así, la experiencia que en poco tiempo más deberán atravesar como profesionales. El aprendizaje desde lo vivencial resulta un agente de motivación irremplazable.

En el área de Diseño (Diseño de Productos I a IV y Diseño Industrial I a IV) se han realizado experiencias dentro del programa “Trabajos Reales para Clientes Reales”, que articula el Programa de Servicios para Empresas e Instituciones y el Programa de Práctica Profesional para Estudiantes. Su objetivo es capacitar a los futuros profesionales colaborando con empresas para resolver necesidades concretas.