

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.

Las empresas, constituidas como clientes, presentan una problemática real y los alumnos, con la coordinación académica de un docente-profesional de la Facultad, trabajan en su resolución a través de la realización de un producto, una pieza de comunicación o la elaboración de una investigación. Muchas empresas implementan estas propuestas y algunas contratan a sus autores como pasantes.

En este marco se destacan el diseño de un dispositivo de control cardíaco portátil (hoy en proceso de fabricación), un sistema de estanterías metálicas, una serie de objetos de mesa realizados en madera y una línea de muebles de jardín.

Estas experiencias de acercamiento al medio productivo logran el necesario contacto entre empresas y estudiantes, entre producción y creatividad.

E-learning, un nuevo mercado para el desarrollo profesional

Wenceslao Zavala

“Con la interactividad de Internet, tenemos el equivalente al ratio uno a uno entre estudiante y maestro. Esto significa que finalmente estamos a punto de optimizar y crear una revolución histórica en la Educación”. Peter Drucker.

De los cursos por correspondencia a la educación digital

Hace ya muchos años que la educación ha ofrecido diferentes caminos para que los estudiantes no necesiten asistir físicamente al aula para capacitarse. Este método educativo es conocido como “Educación a Distancia”, que funciona mediante el envío del material de estudio (textos escritos, videos, cintas de audio, *CD-Roms*) al estudiante, y él devuelve los ejercicios resueltos. Si bien ésta era una oferta de estudio muy común en las revistas de historietas, hoy en día con la oferta de tecnologías de la comunicación con cobertura global, como es Internet, la educación ofrece otras posibilidades para el aprendizaje. A esta modalidad de estudio se la denomina e-learning, aprendizaje electrónico, teniendo características atractivas para el estudiante, tales como la flexibilidad de horarios y la organización de los tiempos de estudio por sí mismo.

Así como la educación a distancia surgió de la necesidad de impartir enseñanza a estudiantes en lugares aislados, e-learning nace como una solución la cual se adapta al ritmo de aprendizaje del estudiante y a la disponibilidad de las herramientas de aprendizaje independientemente de límites horarios o geográficos. Las herramientas que componen la estrategia de formación a distancia en la actualidad son utilizadas tanto para la presentación de los contenidos de un curso (textos, animaciones, gráficos, sonidos, videos), como herramientas de comunicación entre los estudiantes y/o profesores, como son el correo electrónico, las salas de *chat*, foros, etc.

Con el nacimiento de *e-learning* surgió una nueva vía para potenciar la transferencia del conocimiento dentro de las compañías, destacándose en las empresas por su propuesta de capacitación “Justo a tiempo” (Just in time), ya que bajaba los costos de capacitación, por poder realizarse en cualquier momento y cualquier lugar. Es así que estamos siendo testigos de un nuevo paradigma: El *e-learning* al servicio de la Gestión del Conocimiento para colaborar en la creación de empresas

más inteligentes. Las empresas ven en la implementación de *e-learning* una nueva vía para la capacitación de sus empleados, que permite eliminar las restricciones de tiempo y distancia al aplicar, en forma integrada, diferentes recursos tecnológicos. Dejando de lado así las inversiones para cursos en los cuales implicaba no sólo el gasto del lugar físico para la capacitación, la movilización del empleado, sino también el tiempo muerto que generaba el no trabajo de éste. De esta forma, el conocimiento fluye en forma eficiente tanto desde, como hacia el interior de la empresa contribuyendo a la creación de organizaciones inteligentes y eficientes, reduciendo costos y optimizando procesos. Logrando un equipo de trabajo actualizado acorde a las necesidades de la empresa. Otorgando a las empresas la capacidad de monitorear (*Tracking*) a cada uno de los participantes, requisito indispensable para asegurar la eficiencia en los procesos de capacitación y de la Gestión por competencias. Por otra parte, ofrece sistemas altamente veloces para la realización de procesos de certificación, encuestas y evaluaciones en general.

En el acelerado ámbito de los negocios, las empresas deben:

- Introducir nuevas capacidades a escala.
- Mejorar experiencias con el cliente.
- Mejorar su productividad.
- Ser veloces, y primeros, en el mercado.
- Reducir los costos de operación.
- Acelerar la velocidad –eficiencia de sus empleados.

Para ello, el desarrollo de soluciones de *e-Learning* conducen a utilizar los siguientes atributos de la misma:

- Redes de aprendizaje en tiempo real, en cualquier lugar, en cualquier momento.
- Un entorno de aprendizaje personalizado.
- Una innovadora mezcla de métodos de aprendizaje.
- Distribución de eficientes y efectivos servicios de aprendizaje, a escala.
- Resultados medibles.

Cursos en soporte Web - WBT (Web Based Training)

Los contenidos que los clientes empiezan a demandar ya no se van a parecer en nada a lo que la mayor parte de la “industria editorial” ha estado produciendo. Aprender es construir conocimiento y no hay construcción si no hay materiales. Nadie aprende a construir mirando y oyendo. Si estamos diseñando por ejemplo un curso de negociación, el resultado a evaluar es la capacidad de negociación habiendo alcanzado *X* objetivos. Esa es la manera de medirlo porque esa es la forma en que se nos evalúa en la vida real. Un buen negociador es aquel que consigue los objetivos que buscaba al comenzar. Esto significa que para triunfar en este incipiente mercado habrá que plantearse las cosas de otra manera, más acorde con la forma en que las personas aprendemos naturalmente. Aprendemos haciendo, fijándonos metas, tratando de alcanzarlas, cometiendo errores y buscando superarlos. Esto implica que el estudiante frente a un curso bien diseñado va a tener que adoptar un papel activo, hacer actividades, tareas, resolver problemas, vivir situaciones, etc. Al mismo tiempo, este desarrollo va a incidir en que el usuario vea la verdadera utilidad, se entretenga y se sienta activo en el curso, sino éste lo abandonará inmediatamente.

Metodología de Trabajo de cursos *e-learning*

En la actualidad, la metodología de trabajo para un curso de e-