

Programas Ejecutivos en Diseño y Comunicación. Incubadora de nuevos modelos de formación y actualización profesional

Fecha de recepción: agosto 2010
Fecha de aceptación: octubre 2010
Versión final: diciembre 2010

María Elena Onofre (*)

Resumen: Los Programas Ejecutivos en Diseño y Comunicación son un modelo de capacitación y actualización profesional que contempla las necesidades de un escenario profesional inmerso en la voracidad del descarte, los públicos *multitasking* y valores de cambio cada vez más efímeros. Los Programas Ejecutivos asumen el desafío académico de formar a los actores del cambio en el mismo momento en el que el cambio se produce.

Palabras claves: tendencias – creatividad – formación – innovación – tecnologías – observatorios – interactivos – contenidos – comunicación – clínicas – seminarios.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 171]

Sabemos que el impacto generado por la revolución digital e interactiva es equivalente al de la revolución industrial. La diferencia que acentúa la situación actual es que la revolución industrial se desarrolló paulatinamente durante varias generaciones, mientras que la revolución digital se instaló en sólo una generación.

En este escenario de cambio de paradigmas, las nuevas tecnologías de la información y la ubicuidad que producen los nuevos estándares de comunicación, ejercen una presión constante y sostenida sobre el ámbito académico. En este contexto las instituciones académicas deberán desarrollar nuevos modelos de aproximación al campo de aplicación profesional.

La dinámica de la sociedad actual está atravesada por la comunicación multidireccional, los públicos *multitasking* y participativos, la accesibilidad a la información y la voracidad del descarte en todos los ámbitos incluido el de la formación académica. Nos preguntamos cómo formar a los nuevos actores profesionales, si no adoptamos en el ámbito académico el ritmo de la dinámica social.

La observación y el análisis de distintas esferas de la realidad permiten trazar tendencias emergentes explorando e instalando nuevas temáticas y disciplinas en la agenda de interés general y particular. Las nociones conceptuales se encuentran en constante evolución. En los últimos cincuenta años, hemos transitado por una sociedad moderna regida por el funcionalismo racional, luego experimentamos el voraz apetito consumista de la sociedad posmoderna y en la actualidad recorreremos el camino de la denominada sociedad responsable, que cuestiona el consumo desmedido. Se instala la sustentabilidad como objetivo social, cultural y económico. El ciclo productivo social invierte el orden de prioridades y pasamos de un esquema en el que el modelo iniciaba su ciclo siendo técnicamente factible, económicamente viable, socialmente aceptable y ecológicamente sostenible a desarrollar proyectos sustentables, socialmente aceptables, económicamente viables y por último, técnicamente factibles. Es en este contexto en el que se de-

berán desempeñar los profesionales actuales.

Para detectar las necesidades formativas de la sociedad actual se tienen en cuenta en primer lugar las características del contexto global, luego las manifestaciones culturales teñidas por esas características y por último los sistemas particulares (en este caso el educativo).

El análisis de las nuevas tendencias en educación comprende la observación del *mainstream*, la detección de nuevas matrices de consumo, necesidades pregnantas y subyacentes, deseos, prácticas, ámbitos y hábitos de consumo, modelos de gestión, nuevos perfiles de activación y gerenciamiento.

En este proceso de observación de las nuevas tendencias, el camino creativo determina la amplitud del enfoque. La dinámica requiere una gran dosis de tolerancia a la incertidumbre, asumir los riesgos de instalar en la agenda académica temáticas emergentes, importar ideas que funcionen como disparador y aplicar técnicas de pensamiento divergente y convergente.

Tenemos la necesidad de estar continuamente informados sobre múltiples temas y esto nos obliga a recargar de significado no solo los objetos de consumo sino aquello que hacemos como profesionales. El contexto social legitima la constante amenaza de una inminente pérdida de vigencia y de sentido. A diferencia de lo que sucede en otros campos, en el ámbito de la educación el producto (carrera de grado, materia, programa ejecutivo), no solo pierde su valor de cambio cuando la disciplina que aborda no está actualizada, sino que pierde también lo más relevante de su esencia que es su valor de uso. Ya no tiene sentido su permanencia en la currícula. Sabemos que está en la esencia de todo lo que incorporamos como nuevo el límite impuesto por lo efímero y el descarte.

En un entorno de influenciadores, fanáticos, detractores, *buzzers*, *community managers*, conectores, *crowdsourcers*, entornos colaboradores y contenidos que intentan ser relevantes al menos por un momento, los Programas Ejecutivos DC interpretan las señales semánticas del campo profesional actual.

ADN de los Programas Ejecutivos DC: ser el modelo formativo de actualización profesional que identifique y transmita las plataformas conceptuales de las nuevas tendencias en Diseño y Comunicación, de la mano de los máximos referentes profesionales en cada disciplina. Los programas proponen la experiencia única de compartir los valores de la formación profesional avanzada, el desarrollo del potencial creativo y la interpretación del nuevo entorno profesional, promoviendo la interacción con los actores centrales en la construcción del conocimiento. Conforman una plataforma de soluciones que facilitan la interpretación y la gestión de los procesos de cambio positivos.

Objetivos: a) crear un campo de actualización y capacitación que integre los últimos criterios de investigación, desarrollo y exploración de nuevas tendencias en el ámbito del diseño y la comunicación; b) facilitar los conocimientos transversales para profesionales vinculados con el desarrollo de productos y servicios de vanguardia, dentro de un contexto real para comprender las tendencias actuales; c) motivar el debate sobre estos nuevos campos de trabajo; d) estimular las capacidades individuales de observación, exploración y experimentación de los participantes para que profundicen su flexibilidad ante la innovación y los nuevos comportamientos del consumidor.

Los Programas Ejecutivos DC están destinados a estudiantes avanzados de las áreas de diseño y comunicación, a profesionales que deseen profundizar competencias específicas en su campo de actividad y a instituciones académicas interesadas en completar la formación de sus estudiantes y docentes.

El proyecto capitaliza la legitimidad de Buenos Aires como usina creativa. Provocativa, expresiva y cosmopolita, Buenos Aires moviliza, estimula y nutre a los talentos creativos.

Áreas de desarrollo: Diseño, Moda, Comunicación Interactiva, Publicidad, Audiovisual, Relaciones Públicas, Eventos, Espectáculos.

Modalidades:

a. Clínicas intensivas de capacitación: tres jornadas intensivas de ocho horas de clase. Plantean una inmersión profunda en un tema emergente. Ofrecen la visión profesional de distintos expertos sobre la temática aborda-

da para profesionales en actividad.

b. Seminarios Profesionales: espacios de capacitación de doce horas, cuatro clases semanales de tres horas. Se concentran en un tema tratado en profundidad.

c. Cursos Extensivos: requieren mayor carga horaria por la temática que abordan y por la estrategia pedagógica. Ej. Seis seminarios de cuatro clases cada uno.

www.palermo.edu/programasejecutivosdc

Abstract: The Executive Programs in Design and Communication are a model of training and professional update that contemplates the needs of a changing professional scenario, the multitasking publics and the increasingly ephemeral change values. The Executive Programs assume the academic challenge in preparing the agents of change at the same moment those changes are taking place.

Key words: trends – creativity – formation – innovation – technologies – observatories – interactive – contents – communication – seminars.

Resumo: Os Programas Executivos em Desing e Comunicação são um modelo de capacitação e atualização profissional que aborda as necessidades de um cenário profissional imerso na voracidade da devolução, os públicos multitasking e valores de mudança a cada vez mais efêmeros. Os Programas Executivos assumem o desafio acadêmico de formar aos atores da mudança no mesmo momento no que a mudança se produz.

Palavras chave: tendências – criatividade – formação – inovação – tecnologias – observatórios – interativos – conteúdos – comunicação – clínicas – seminários.

(*) **María Elena Onofre.** Experta en marketing, comercialización y negocios de consumo masivo. Posgrado en Dirección de Comunicaciones (UCES) Egresada de la Escuela Nacional de Bellas Artes Prilidiano Pueyrredón con especialización en Artes visuales (IUNA) Traductora técnico-literaria idioma Inglés. Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento de Negocios en Diseño y Comunicación. Coordina los Programas Ejecutivos de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

El problema de la formación de profesionales en el mundo contemporáneo

Ayelén Rubio (*)

Resumen: Sabemos que dentro de las tareas que nos competen como docentes están las de incentivar a los alumnos a la realización de actividades que persiguen ciertos objetivos; mantener su interés y motivación en dichas actividades; que se integren entre sí con aceptación y tolerancia ante la diversidad; que se involucren y participen en las propuestas áulicas de manera crítica y reflexiva, así como también cooperen y se comprometan con el trabajo grupal fuera de las horas cátedra, pero ¿qué les ofrece el entorno a estos futuros profesionales, que contribuya a la construcción de una conciencia de trabajo, participación y compromiso? Y en base

Fecha de recepción: agosto 2010

Fecha de aceptación: octubre 2010

Versión final: diciembre 2010