

brio entre la práctica de estos ejercicios y períodos de descanso, para dejar espacios de reflexión, donde a veces es bueno, pensar en nada. Sucede a veces que tanta es la presión por tener una buena idea que la cabeza queda parada y no logra avanzar. Los períodos en blanco también son buenos.

Según el investigador Howard Gardner en su libro *Five minds for the future*, una de las mentalidades que debería tener el ser humano para hacer frente al siglo XXI, es la mentalidad creativa. Y adjudica a las personas creativas no sólo la capacidad de poder crear productos innovadores sino también la voluntad de tomar oportunidades, asumir riesgos, no tener miedo a fallar o ser incomprendidos, y por sobre todo, aprender de sus propios errores. Y una de las condiciones que DEBE tener una persona creativa es poder dominar al menos una disciplina, arte u oficio, no se puede ser creativo sobre la nada. Dice: “la ciencia cognitiva nos enseña, que en promedio, toma alrededor de diez años dominar un oficio.” Por ello la importancia del estudio, la investigación y la práctica. Y, ante la pregunta de cómo hacer para que las personas sean creativas, su respuesta tiene mucho que ver con este escrito: “Es mucho más fácil prevenir que alguien sea creativo, a hacer que alguien lo sea. ¿Cómo se previene? Diciéndole a los jóvenes que hay sólo una respuesta correcta y castigando al alumno si es que contesta la respuesta incorrecta. Eso nunca fomenta la creatividad.”

Hoy en día la presión que ejerce el mercado es mucha. Los profesionales no sólo deben tener buenas ideas sino que deben competir con mucha gente muy buena en lo suyo. Por lo tanto, aquí se juegan otros factores que van en contra de la búsqueda tranquila de una buena idea: el factor tiempo que no deja desarrollar una buena idea de manera profunda, el factor económico que nos exige recortar algunos factores de las mismas, el apuro que supone llegar antes que otros con una idea para cumplir con plazos de entrega previamente estipulados, etc. Por ello, a veces los creativos sufren de períodos estancos. Pero, para que la desesperación no los supere, el único método efectivo hasta el día de hoy ha sido siempre el mismo: trabajo, trabajo y trabajo. Y como reza esa frase

tan conocida y que alguien adjudicó a Pablo Picasso: “Ojalá la inspiración me encuentre trabajando”.

#### Referencias bibliográficas

- Ostower, Fayga (2005) *Creatividade e processos de criacao*. Brasil: Voces.
- Sbdar, Manuel (2009) *Colección Master en negocios. Cap. Creatividad e innovación*. Buenos Aires: Editora Clarín.
- De Bono, Edward (2008) *El pensamiento lateral práctico*. Buenos Aires: Paidós.
- Osborn, Alexander (1953) *Applied imaginations*. (1953). EEUU: Scribner.
- Peri, Macarena (2009) *Las mentes del futuro* (2009). Artículo diario la Nación. Buenos Aires.

**Abstract:** Advertising professionals, designers, entrepreneurs and anybody who has new ideas adjudge on the concept “creative”. But to really be creative, there are many of other requirements that are due to fulfill. Not only to count from time to time on a good idea. It is considered that creativity is inherent to the human being; all individual must solve situations in its life in which it needs to put into play new ways to think and to solve problems.

**Key words:** education – office – creativity – inspiration – thought – fashion.

**Resumo:** Os publicitários, designers, empresários e qualquer pessoa com idéias novas é premiado por “criativa”. Mas, para realmente sê-lo, há um sinfín de outros requisitos que se devem cumprir, não só contar com uma boa ideia de vez em quando. Considera-se que a criatividade é inerente ao ser humano, cada indivíduo tem de lidar com situações em sua vida nas quais precisa pôr em jogo novas maneiras de pensar e resolver problemas.

**Palavras chave:** educação – atividade – criatividade – inspiração – pensamento – moda.

(\*) **Lorena González.** Ver CV en la página 49.

## Primavera, verano, otoño, invierno y otra vez primavera

Lucrecia Galaz (\*)

Fecha de recepción: julio 2011

Fecha de aceptación: septiembre 2011

Versión final: noviembre 2011

**Resumen:** A mediados del siglo XIV a causa de un principio constante en el sistema de vestir, aparece la moda. Hasta ese entonces era un mero conjunto de prendas que se caracterizaba por una temporalidad breve circunscripta a un tipo de sociedad. Las tendencias surgen como algo novedoso y desde entonces los cambios en la moda son cada vez más precipitados.

**Palabras clave:** moda – tendencias – historia – usos y costumbres – innovación – pertenencia.

[Resúmenes en inglés y portugués en la páginas 81 y 82]

### Una retrospectiva histórica para entender las actuales tendencias en moda.

La moda (del latín, *modus*, modalidades) se refiere a los cambios que se suceden a lo largo del tiempo, ya sean en vestimenta, peinados, accesorios, lenguajes, en función del criterio de los gustos y las costumbres de las personas, estilos de vida y maneras de comportarse. En periodos más antiguos de la historia, la “moda” perduraba más tiempo, es decir, los cambios se sucedían con más lentitud. Hay culturas que incluso hoy en día trabajan bajo sus propias tradiciones, lo que implica no aceptar las modas o los cambios en el gusto.

El término moda tal como lo conocemos hoy aparece a mediados del 1300 como consecuencia de las necesidades y transformaciones que va suscitando el ser humano con el correr del tiempo, pero desde ya, que antes de él, existía una forma de vestir que, claro está, no estaba resguardada y agrupada bajo este sistema.

Luego de la revolución francesa, Europa quedó librada de tradiciones que habían gobernado durante siglos en ese continente. También va a dar un vuelco la forma de vestir, las prendas tanto femeninas como masculinas van a experimentar un cambio de raíz. La mujer acostumbrada al miriñaque va a ir abandonando su uso por incomodidad de movimiento, ya que constaba de hasta 150 cm de ancho. En cuanto a los trajes masculinos van a ir ganando su fama de sobrios a lo largo de los siglos venideros, aunque es en este momento donde se dejan de lado los pantalones largos y las chaquetas para dar lugar a chalecos y calzones más cortos. Las formas de vestir van a cambiar cada 50 años y para fines del siglo XVIII y comienzos del XIX, aparecerá el neoclasicismo y corrientes que darán origen a las tendencias, lo que definirá en adelante las reglas en los hábitos vestimentarios.

La revolución industrial y el capitalismo traen como coletazo la producción en serie, la manufactura de nuevos productos para cada temporada. Para todos los que no pertenecían a la clase acaudalada de la época existía la venta por correo, adquiriendo los moldes para confeccionar las prendas en casa y los almacenes que ofrecían elementos de moda y del hogar. Poco a poco las mujeres pertenecientes al rango social más alto fueron abandonando el culto a vestirse para las diferentes actividades que realizaban, ya que requería mucho tiempo, pues estamos hablando de prendas que consistían en corsé, enaguas, medias, calzones, corpiños de encajes, y eran vestidos de mañana (traje sastre), de tarde y los de noche (los de tafetán, que provocaban el famoso frufurú). Y por último la burguesía, interesada en la confección seriada que obliga a organizar un sistema de producción y consumo, generando así una determinada forma de actuar, vestir y consumir. Posteriormente el *pret-a-porter*, listo para llevar, las prendas se fabrican en serie, a escala mayor y por patrones de talles estándar.

En los albores del siglo XX París fue la capital mundial de la moda lo cual perduró por unos cuatrocientos años y tuvo como artífices a los más grandes diseñadores que supieron fascinar y seducir a todas las mujeres occidentales a la hora de vestir. Para fines de siglo la moda evolucionó a pasos agigantados, aparecen nuevas siluetas, las mujeres comienzan a tener un rol más protagónico

en la sociedad y pueden acceder a una moda más global copiando modelos de diferentes culturas. Esto hace que las siluetas de otras temporadas queden automáticamente suplantadas por otras. En el período de la post guerra la moda mostró su interés por prendas más sencillas, cómodas y prácticas dejando de lado su faceta de frívola para dar lugar al surgimiento de nuevas siluetas capaces de adaptarse a un nuevo ritmo de vida que tenía que ver con una liberación por parte de las mujeres obligadas a salir adelante sin sus maridos.

Borrón y cuenta nueva

En la era actual las modas son planificadas, y dedicadas de acuerdo a los nuevos diseños y productos. Los gustos de las personas ya no son espontáneos ni resultado de necesidades o en base a su cultura, sino que se presentan bajo propagandas o mecanismos impuestos que obligan a las grandes urbes a consumir en escalas más masivas. Todo lo que está en desuso o es considerado viejo, es obsoleto para la moda, es estar desactualizado en la forma de vivir, de sentir, es en definitiva desentonar en los gustos colectivos dentro de una sociedad determinada. Las clases sociales si bien existen no son tan marcadas como en siglos anteriores, las tendencias se dictan, la moda las acapara, pero en menos de una temporada ya se encuentra tanto en los salones exclusivos como en las grandes tiendas por departamento, se van filtrando de tal manera que la copia y la banalización están a la orden del día.

Otro recurso del que se valen las tendencias son las citas históricas. Como inspiración miran hacia atrás para recuperar siluetas, prototipos y accesorios. Es un ir y venir del que la moda no abandonara ya que esto le permite mezclar y jugar sin cansarse jamás, puesto que los resultados serán siempre variados. Si nos detenemos a pensar un segundo nos daremos cuenta que son muchos los diseñadores (por no decir todos) los que cuentan con este medio para plasmar sus colecciones.

A diferencia de las temporadas de moda las tendencias no están sujetas a momentos específicos, surgen de lo impensado y es ahí donde se les da un marco histórico. Pero debemos reconocer que existe un sinfín de estilos que se acompañan desde hace ya décadas, se actualizan, y se los reinterpreta para cada temporada.

Si bien la moda es en sí un gran negocio que involucra a modistos, comercios, etc., las tendencias o ideas más innovadoras se siguen dando en las calles de las ciudades más cosmopolitas, donde son enviados los cool hunters, (cazadores de tendencias), quienes poseen un ojo crítico para poder observar los cambios culturales existentes y predecir los nuevos estilos.

Lo cíclico de cada temporada de moda significa solamente la obligación de presentar la colección en tiempo y forma, todo lo demás está librado a la imaginación e ingenio de los diseñadores

---

**Abstract:** In the middle of the 14<sup>th</sup> century because of a constant principle in the dressing system, fashion appears. Until then it was a mere set of clothes that was characterized by a circumscribed brief temporality to a type of society. Trends arise as a novelty and since then changes in fashion became increasingly precipitated.

**Key words:** fashion – trends History– Innovation-belonging.

**Resumo:** A meados do século XIV devido a um princípio constante no sistema de vestir, aparece a moda. Até esse então era um mero conjunto de roupas que se caracterizava por uma temporalidade breve circunscrita a um tipo de sociedade. As tendências surgem como algo inovador e desde então as mudanças na moda são a cada vez mais precipitados.

**Palavras chave:** moda – tendências – história - usos e costumes – inovação – pertença.

(\*) **Lucrecia Galaz.** Diseñadora de Indumentaria (UADE). Realizó varios cursos de moltería, patrones de camperas, pantalonería, confeccionista de falda, cosedora de camperas. Trabaja para firmas como freelance. Diseñadora y desarrollo de moltería, desarrollo de producto, progresión de talles.

---

## Retos y reflexiones de nuestro quehacer docente

Beatriz Hermida (\*)

Fecha de recepción: julio 2011  
Fecha de aceptación: septiembre 2011  
Versión final: noviembre 2011

**Resumen:** En el mundo globalizado en el que actualmente vivimos debemos tener en cuenta que los docentes nos enfrentamos con un nuevo reto “el reflexionar sobre nuestro quehacer docente” donde las nuevas tecnologías las debemos poner para el logro de un aprendizaje a largo plazo por parte del alumnado.

La tecnología requiere de nosotros, los profesores, un radical cambio de pensamiento y de actitud.

**Palabra clave:** clases – aprendizaje – vanguardia – tecnología – innovación.

[Resúmenes en inglés y portugués en la páginas 83 y 84]

---

Hasta hace unos años el docente se limitaba a leer textos, resumir ideas fundamentales, preparar una clase e impartirla de manera “magistral” ante los alumnos que lo escuchaban en considerable silencio y atención. Muchos de nosotros tuvimos esa experiencia de “aprendizaje”, en la cual, la retentiva del alumno jugaba un papel decisivo en el éxito o fracaso del proceso.

Existe, en todos los aspectos de nuestra vida, una marcada tendencia a repetir los modelos sobre los que no hemos reflexionado y que, en ocasiones, ni siquiera hemos hecho conscientes, es decir que así como fuimos educados, de ese mismo modo, tendemos a educar.

Suelen, de ese modo, arrastrarse ciertos errores en esa repetición involuntaria de modelos. Tanto en el alumno, que muchas veces llega con modelos de métodos arcaicos de aprendizaje, como en el docente, que está acostumbrado a enseñar con los métodos convencionales y poco innovadores.

La realidad que nos rodea cambia vertiginosamente ante nuestros ojos a cada segundo. No es igual la forma de enfrentar los problemas, de pensar ni de aprender actualmente; ante tantos estímulos sensoriales que en ocasiones nos desbordan.

Vivimos en una aldea global, como lo pronosticó acertadamente Marshall Mc Luhan en los años 60. El acceso a la tecnología nos permite modos mucho más fáciles y rápidos de acceder a todo tipo de información en cualquier parte del mundo y en el momento deseado.

Todo esto era impensable antes de que la “revolución tecnológica” hiciera su aparición en las sociedades. Dichos cambios, obviamente han afectado el mundo de la comunicación, de la educación, los negocios, del tra-

bajo y de la forma de vida de las personas y los grupos. No se puede actualmente separar a un ser humano del mundo virtual. La tecnología es ya algo cotidiano para todos. Desde retirar el dinero en un cajero hasta entrar en un estacionamiento.

Las instituciones educativas enfrentan, por ello, varios retos. Por un lado, tener un sustento tecnológico que permita tanto a los alumnos como a los docentes estar a la vanguardia de lo que sucede en un mundo en el cual, la tecnología cambia y pierde actualidad en períodos cada vez más cortos de tiempo.

Este reto exige en las instituciones de todo tipo de innovación y no se puede hablar de educación en el siglo XXI sin abordar a fondo este tema.

Ese renovarse permanentemente exige usar la creatividad para aportar ideas con valor y obtener soluciones a problemas cambiantes. El mundo virtual hace crecer, cambiar y moverse al mundo real. Lo nutre de contenidos, lo enriquece, lo relaciona, según cómo lo utilicemos, para bien o para mal.

Es innegable que la experiencia del aprendizaje puede pasar por varios lugares, el texto, el aula, los trabajos de grupo, las presentaciones y otros. Sin embargo, un lugar inevitable es el espacio de lo virtual; antes de que el alumno internalice conocimientos y los maneje en sus propios contextos.

La familiaridad del estudiante con la tecnología (celulares, *i phones*, *i pods*, computadoras y otros) hacen que esta manera de acceso al conocimiento se torne amigable y atractiva para aprender.

La tecnología debe servir para reforzar el aprendizaje y un aprendizaje a largo plazo y sobre todo, para sacar