

# Las tendencias del conocimiento del tercer milenio

*Un desafío para la creatividad.*

**Por Roberto Converti** | Arquitecto UBA. Director Arquitectura y Presidente del Consejo de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Fundación UADE.

La Fundación UADE, al crear hace 4 años la carrera de Arquitectura integrada a la Facultad de Arquitectura y Diseño + Arte | FADI, potencia la consolidación de un espacio académico orientado al desarrollo y conocimiento de una de las oportunidades de mayor riqueza social, intelectual, tecnológica y económica del tercer milenio: el de las Industrias Creativas.

Con esa valoración, este nuevo camino se orienta a promover el talento generado por las ideas, la información y los conceptos de esta nueva época; los cuales, en permanente transformación, necesitan de un proyecto educativo consciente y metodológico que posibilite estimular a los más jóvenes a ver, en estos temas, a su mejor destino.

En ese contexto, producir estas actividades de formación, tiene a su vez el objetivo de ser un facilitador de un empleo moderno y de mayor exigencia.

## **La universidad un espacio de conocimiento de aplicación social**

Es común observar que toda información o comunicación referida a las actuales condiciones de vida en las ciudades, ocurre generalmente desde un relato de crisis, conflicto o caos, aparentemente sin límite.

Signo de la época, la participación social interactúa diariamente, con iguales adjetivos desde su crítico poder virtual, a partir de una constante y continua reinterpretación de la realidad. Hijos de un ciclo de nueva conciencia de vulnerabilidad del espacio habitado, el cual los une colectivamente, los estudiantes de esta nueva época se forman a sí mismos desde la creencia que todo debe o puede ser diferente, donde el concepto de entender por qué ocurren las cosas que ocurren, desaparece.

Así, los procesos de creatividad del tercer milenio serán diferentes a todos los conocidos y ante ello, la enseñanza de la

Arquitectura y el Urbanismo deberá colaborar a comprender y reconocer necesariamente al futuro urbano y humano de un modo cultural, entendiendo para ello tanto los procesos estables, como los críticos y los disruptivos, permitiendo así producir un proyecto de conocimiento de aplicación social y de expectativas crecientes y permanentes; y es en estas circunstancias que las Industrias Creativas se transforman en uno de los productos esenciales para la construcción de una identidad en el conocimiento, individual y colectiva.

## **El conocimiento como sistema**

“La innovación no tiene nada que ver con cuántos dólares has invertido en I+D. Cuando Apple apareció con el Mac, IBM gastaba al menos 100 veces más en I+D. No es un tema de cantidades, sino de la gente que posees, cómo les guías y cuánto obtienes.” (Steve Jobs)

**La creatividad es convocante de un talento móvil.** Para ello proponemos al estudiante participar de una Facultad Creativa, e integrada en sus múltiples disciplinas, basada en la idea de un sistema definido por el objetivo de generar permanentes estados trasdisciplinarios de conocimiento, determinado por la organización en simultáneo de un Cluster, un Hub y un Laboratorio.

## ● **El cluster creativo**

Es el espacio que contiene un conjunto, diverso y especializado, de materias y actividades, producido con la participación de toda la comunidad de profesores y alumnos y coordinado por la Dirección de la Carrera.

Al considerar como concepto integrador que las Industrias Creativas son el núcleo fundamental de las economías locales de Latinoamérica, con capacidad de transformar al desarrollo social; y coincidiendo en este sentido con el Banco Interamericano de Desarrollo, quien ratifica este

virtuoso valor al considerar a este sector como uno de los de más importantes entre los indicadores de evolución potencial y real de las sociedades jóvenes del continente; esta posición educativa de *Cluster Creativo* se relaciona con el destino de los jóvenes en el futuro.

Este *Cluster Creativo* a su vez definirá las relaciones e interacciones entre los diversos tiempos y saberes, constituyendo la organización académica integral, determinando el para qué y el para quién de todos los programas y las acciones del total de la organización.

- **El hub creativo**

Es un centro de conexiones en el que el cluster, a través de modernas tecnologías y prácticas asociadas, se viraliza entre la comunidad de alumnos y docentes en base a los objetivos planificados de las distintas materias y niveles.

En ese sentido, la enseñanza de la Arquitectura y el Urbanismo se ha de nutrir de las experiencias de intercambio con la comunidad, para lo cual es necesario consolidar un vínculo permanente de su producción con las inestables demandas sociales, económicas, culturales, tecnológicas y ambientales. Con ese fin se debe establecer un espacio organizado por

un banco de datos relevante, vinculando los temas con incumbencia urbana y arquitectónica más significativos, lo cual favorecerá el registro de los procesos de alianzas entre conocimiento, realidad y tendencias, disciplinares y multidisciplinarios. Estas circunstancias facilitarán disponer de un espíritu de época, relevante para las acciones creativas.

- **El laboratorio creativo**

En ese marco el alumno se deberá nutrir de un continuo contacto con la reflexión y la investigación y para ello es fundamental disponer de un centro de elaboración y relevamiento de conceptos y prácticas innovadoras de su producción, posibilitando crear una incubadora de ideas, de alto impacto generacional, favorable para la renovación de los contenidos y los modos compositivos y de alto impacto para la actualización de los programas de estudio.

Así el Laboratorio Creativo será uno de los espacios de mayor incidencia en el pensamiento joven, disponiendo para ello de un área de anticipación de los procesos creativos, consolidando la noción de que el área de investigación es, en la enseñanza de la Arquitectura y el Urbanismo, el espacio clave entre el universo académico y el ámbito profesional. ■



FOTO: MARTÍN DE SOUSA - @SR\_BUENOS\_AIRES - DESOUSAMARTIN22@GMAIL.COM