

**La Formación Profesional Gráfica:  
Una Herramienta esencial para el Desarrollo  
de la Industria de la Comunicación Gráfica**

16 de Noviembre de 2005

**Instituto de Artes Gráficas de Oaxaca-México**

**Lic. Roberto Candiano. Director Ejecutivo**  
Fundación Gutenberg. Buenos Aires. Argentina



## **ESQUEMA DE LA PRESENTACIÓN**

### **1. Introducción**

- a. Contexto de la formación profesional gráfica
- b. Las empresas que tienen que competir en esa realidad.

### **2. Las Instituciones de Formación Profesional Gráfica**

- a. Perfil del egresado.
- b. Competencias laborales.
- c. Estudio+Trabajo. Teoría+Práctica. Pericia o "expertise"
- d. Impacto de la FP en la persona.
- e. Condiciones para encarar programas de FP gráfica.
- i. Supuestos pedagógico-didácticos.
  - 1. Teorías de la Inteligencia.
  - 2. Capacidad+Competencia.
  - 3. "Aprender a hacer".
  - 4. Perfil ideal de docente para la FP.

### **3. La experiencia de GUTENBERG**

- a. Papel de la Empresa en la FP Gráfica.
- b. Función del Tutor de la Empresa en la FP.
- c. Funciones de los docentes con relación a la Empresa Gráfica.
- d. Conclusiones y Recomendaciones.



## 1. Introducción

### a. Contexto de la formación profesional gráfica.

Una de las primeras preguntas que nos debemos formular a la hora de pensar en formar personas y trabajadores para la industria de la comunicación gráfica es: ¿Cuál es el contexto y que es lo que caracteriza a la realidad en que las personas formadas deberán actuar?

Es una respuesta difícil de estructurar, pero podríamos caracterizarla puntualmente como: inestable, diversa, compleja, no lineal, sensible al flujo del tiempo y de la información (pequeñas causas producen grandes efectos). La realidad es cambiante y desordenada.

### b. Las empresas que tienen que competir en esa realidad.

Y ahora nos hacemos la segunda pregunta ¿Qué tipo de organizaciones son las que se adaptan a esa realidad? Las organizaciones que compiten con éxito en esta realidad son aquellas flexibles, dispuestas a encontrar sorpresas, estrategias no tradicionales, productos no esperados, tecnologías (o uso de las mismas) no avizoradas.

Son organizaciones abiertas, generalmente organizadas en red, que aprenden permanentemente y en donde participan los trabajadores en el diagnóstico y en la solución de los problemas.



En síntesis lo que buscan **LAS ORGANIZACIONES** (especialmente las comerciales) es: **CALIDAD. REACTIVIDAD. COMPLEJIDAD E INNOVACIÓN.**

## 2. Las Instituciones de Formación Profesional Gráfica.

Las INSTITUCIONES de Formación Profesional que preparan, formal o informalmente para los distintos perfiles laborales, deberían ajustar sus propuestas considerando la realidad social y la de las organizaciones.

### a. Perfil del egresado

Para los institutos de formación profesional resulta determinante definir con claridad el perfil de egresado. Para ello hay que considerar el perfil de trabajador que hoy día se valora, el cual se caracteriza por ser:

- Creativo en vez de repetitivo;
- Que se adapte fácil y rápido a los cambios de la sociedad;
- Que construya capacidades funcionales con un ejercicio competente en lo laboral, más que habilidades aisladas;
- Que tenga espíritu transformador más que consumidor de conocimientos;
- Que actúe con pensamiento hipotético (que permite cambiar porque se prueba) más que autoritario (ejecuta);
- Que sea concreto en vez de abstracto;
- Con necesidad constante de aprender;
- Y con compromiso social

### b. Competencias Laborales

Las competencias recién puntuadas, con “ojos” empresarios, podrían señalarse como:

1. calidad de la formación tecnológica;
2. que la formación ayude a enriquecer la práctica;
3. hábitos de trabajo;
4. iniciativa y responsabilidad.
5. anticipación a los cambios del entorno;
6. asunción de una fuerte dinámica de aprendizaje;
7. adaptación a situaciones imprevistas;
8. ejecución de trabajos más complejos;
9. intervención en funciones de gestión;
10. participación en procesos de calidad;
11. liderazgo en equipos.

### **c. Estudio+Trabajo. Teoría+Práctica. Pericia o “expertise”**

La detección de personas con potencialidad para lograr ese perfil, es una pieza clave en las estrategias de formación profesional, convirtiéndose éste en uno de los desafíos más importantes de la formación profesional gráfica. No toda persona tiene aptitudes para trabajar en esta industria o al revés, esta industria no es para todos.

Cualquier formación para el trabajo sea escolarizado o no, requiere de un período de entrenamiento en el trabajo mismo.

El entrenamiento en las empresas requiere de un compromiso por parte de ellas, sustentado en que ellas también aprenden y que ese aprendizaje es más que la suma de los aprendizajes individuales. Implica acceder y generar nuevos conocimientos, lo cual resulta determinante a la hora de adaptar nuevas tecnologías para la producción y/o gestión.

La Formación Profesional va a resultar funcional a los intereses de las empresas por un lado y al desarrollo de la empleabilidad de los jóvenes, si el diseño curricular y la didáctica han sido orientados en esa dirección y no se intenta trasladar modelos útiles en la enseñanza secundaria o terciaria tradicional.

**Los expertos son pensadores flexibles que aplican distintas estrategias de resolución de problemas según la actividad y su experiencia.** Las transformaciones productivas siguen cuestionando los antiguos conocimientos “calificados” en beneficio de las “nuevas adquisiciones”, menos rígidas, más aleatorias, apoyándose más en conocimientos generales (Dubet y Martucelli).

El entrenamiento en las empresas por períodos cortos, sin complementos de formación (fundamentación teórica) y sin objetivos de formación, más que el de preparar al trabajador para un puesto de trabajo, resulta insuficiente para que una persona llegue a dominar profesionalmente su trabajo.

La formación profesional efectiva es la que tiene una relación directa con el entrenamiento en condiciones reales.

### **d. Impacto de la Formación Profesional en la Persona.**

La innovación tecnológica requiere de cambios en la gestión, pero no hay que olvidar al ser humano, a la persona, ya que es el Ser Humano quien usando la tecnología y la gestión, le da identidad a la producción y esto se traduce en ganancias.



### e. Condiciones para encarar programas de Formación Profesional Gráfica.

Las condiciones básicas para encarar un programa de formación profesional gráfico son:

- a. Disposición de las empresas.
- b. Necesidad de contar con determinados perfiles laborales.
- c. Existencia de una masa crítica de jóvenes con capacidades tecnológicas básicas.
- d. Existencia de una institución local de formación profesional, que coordine el proceso pedagógico.
- e. Pedagogos, docentes y orientadores, preparados para tal fin.

### i. Supuestos pedagógico-didácticos básicos para encarar un programa de formación profesional gráfico

La formación profesional en el contexto de los nuevos paradigmas de la informática, la comunicación, la electrónica y de la economía globalizada, demanda aptitudes intelectuales más amplias (abstracción, deducción y razonamiento de procedimientos) así como motivación y responsabilidad, sin descuidar los factores sociales relacionados con el medio laboral (nutrición y cuidado de la salud).

<b>i.1. Teorías de la Inteligencia</b>	
<b>Perspectivas dominantes</b>	<b>Teorías recientes</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Históricas y culturales.</li><li>▪ Evolutiva. (Piaget)</li><li>▪ Biológica.</li><li>▪ Cognitiva</li><li>▪ Desde la escuela</li><li>▪ Desde el lugar de trabajo</li><li>▪ Desde la producción</li><li>▪ Desde la eficiencia</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Inteligencias Múltiples (Gardner)</li><li>▪ Inteligencia y desarrollo cognitivo (Anderson)</li><li>▪ Teoría triárquica (Sternberg)</li><li>▪ Tratado bioecológico del desarrollo intelectual (Ceci)</li></ul>

Según la perspectiva desde la cual queramos concebir la inteligencia, dependerá la concepción de aprendizaje, formación general y profesional que adoptemos.



Tal vez para el perfil de sujeto requerido la teoría de las inteligencias múltiples puede darnos una base interesante (aunque no única) de concebir a cada persona por su perfil de inteligencias específico que se caracteriza por la combinación peculiar de ellas (identidad) y que lo hace apto para resolver problemas o productos que son significativos para uno o más ámbitos culturales.

Tal concepción remite a ponderar las capacidades humanas y las competencias desarrolladas en los ámbitos laborales.

## **i.2. Capacidad+Competencia**

El **eje de la formación profesional** es el desarrollo de capacidades que pueden promover desempeños competentes en los diversos ámbitos de trabajo y formación.

Las capacidades profesionales remiten al conjunto de saberes articulados que se ponen en juego, también en forma articulada, en las situaciones de trabajo.

## **i.3. "Aprender a hacer"**

Se podría entender la capacidad profesional como el conjunto de saberes acumulados que le permiten al trabajador gráfico:

- EL SABER (dominio de la técnica)
- EL SABER HACER CON OTROS (trabajo en equipo)
- EL SABER HACER PARA OTROS (planeamiento-gestión de la producción)
- EL SABER RESOLVER (iniciativa-creatividad)

El "saber hacer" puede ser aprendido, pero no transmitido (Schön)

- la aplicación de la regla o técnica requiere reflexionar sobre la acción,
- no puede aprenderse por partes,
- el reconocimiento de las cualidades de un trabajo se logra cuando se realiza por sí mismo,
- la propia acción deriva en la significación, (enseñanza indirecta)
- es una actividad creadora.

#### **i.4. Perfil ideal de docente para la Formación Profesional Gráfica**

El **perfil ideal de docente** para la formación profesional acorde con este enfoque será aquel que promueva un aprendizaje significativo, duradero, transferible y basado en la actividad reflexiva del sujeto que aprende (Catalano-Cols-Sladogna).

Algunos principios de la enseñanza, básicos son:

- Partir de conocimientos previos.
- Dosificar la cantidad de información nueva.
- Sintetizar y fijar los conocimientos básicos.
- Diversificar tareas y escenarios para un mismo contenido.
- Transferir y aplicar a contextos y/o problemas nuevos, los aprendizajes logrados.
- Organizar y conectar los diversos aprendizajes.
- Promover en los alumnos la reflexión sobre sus conocimientos y sobre sus prácticas.
- Promover la planificación y organización del propio aprendizaje.

### 3. La experiencia de GUTENBERG.

#### 3.a. ¿Cuál es el papel de la EMPRESA en el proceso de la formación profesional gráfica?

Uno de los desafíos más importantes es lograr la **mayor articulación posible entre las actividades formativas que realizan los alumnos en el ámbito de GUTENBERG y las actividades productivo-formativas que realizan en las empresas.**

Una condición básica para concretar la integración es que la empresa acepte su rol en el proceso formativo, como:

- a. Agente colaborador** para el logro de los objetivos formativos programados,
- b. Participe** del seguimiento y evaluación del aprendizaje de los/as aprendices.
- c. Tutor** (a través de la designación de una persona) para orientar a los aprendices y contribuir a la evaluación.
- d.** No esconder los problemas, sino hallar junto a los estudiantes soluciones a los mismos, con actitud abierta hacia la reflexión, el aprendizaje, el cambio.
- e.** Comunicar los problemas a la institución de formación, para que se pueda investigar, conceptualizar, transferir, aplicar y solucionar los mismos.
- f.** Comunicar también los proyectos, el horizonte ¿Hacia dónde queremos ir como industria? ¿Adónde y cómo queremos llegar?, ¿Cuáles son los resultados más esperados?
- g.** Concebir a la formación y capacitación como una inversión, no solo en dinero, sino en tiempo. **INVERTIR EN LA FORMACIÓN/CAPACITACIÓN EQUIVALE A TANTO O MÁS QUE INVERTIR EN TECNOLOGÍA.**

#### 3.b. ¿Cuáles son las funciones del tutor de la empresa?

- a.** Conocer los objetivos y contenidos básicos de los programas de formación y capacitación.
- b.** Colaborar con el aprendiz para la realización de las distintas actividades formativas dadas por el profesor.
- c.** Aprovechar las situaciones de trabajo para ayudar a la transferencia de los aprendizajes.
- d.** Comunicar a Gutenberg sobre problemas técnicos o personales que puedan plantearse.
- e.** Completar una ficha de evaluación.

#### 3.c. ¿Cuáles son las funciones de los docentes y orientadores educacionales de Gutenberg en relación con las empresas?

- a.** Conocer las condiciones tecnológicas de las empresas del medio.
- b.** Conocer los resultados que las empresas quieren lograr.



- c. Prever actividades formativas y educativas adecuadas a la realidad de cada empresa (con un nivel de exigencia similar al de los trabajadores de la empresa, respetando los convenios y las normas de seguridad, calidad y productividad).
- d. Mantener un contacto y diálogo fluido con los tutores de las empresas. Si es posible elaborar guías de trabajo para realizar en la empresa.
- e. Estructurar la enseñanza sobre la base de los problemas y actividades que tienen y realizan las empresas.
- f. Decodificar, procesar y significar la información proveniente de los distintos actores que se vinculan de una u otra manera con las empresas del sector gráfico.

### 3.d. Conclusiones y Recomendaciones

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Formación de personal especializado para diferentes puestos y/o perfiles laborales.</li><li>▪ Trabajo+Estudio</li><li>▪ Movilidad Social</li><li>▪ Capacidades+Competencias</li><li>▪ Selección y formación centralizada</li><li>▪ Teoría y Práctica</li><li>▪ Fidelización</li><li>▪ Identidad y Personalidad</li><li>▪ Persona+Trabajador+Empleabilidad</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Percepción de gasto + que inversión.</li><li>▪ Competencias y actitudes Básicas</li><li>▪ Ofertas mejoradas para aprendices capacitados.</li><li>▪ Conflictos con los trabajadores estables.</li><li>▪ Producción por sobre capacitación</li><li>▪ Distancias geográficas</li><li>▪ Dificultad para integrar mujeres en puestos de producción.</li></ul>

**1. Cada País debe encontrar su propuesta**, su camino para la educación profesional. Las experiencias de los otros es importante para avizorar tendencias y acortar caminos, pero la "impronta" de la formación hay que inscribirla desde la diversidad cultural y el proyecto de desarrollo de cada nación.



**2. Las empresas gráficas** tienen que considerar por lo menos 5 cuestiones básicas:

- a) que la formación profesional es una decisión, no es para todas, tiene que ver sus proyectos con su historia, con su inserción en el medio y con su forma de concebir el trabajo, la formación y la producción;
- b) hay que estar atentos con lo que pasa con los otros, no encerrarse, aprender permanentemente y construir una cultura de la reflexión, a partir de los problemas;
- c) es muy importante elegir referentes dentro de la empresa que actúen como una especie de promotores internos de la formación y capacitación. Los mismos tienen que ser buenos trabajadores pero sobre todas las cosas buenas personas, ya que tienen que estar disponibles, abiertos y dispuestos para acompañar a los trabajadores en situación de aprendizaje con paciencia, sabiduría, generosidad y responsabilidad;
- d) tienen que concebir la formación profesional como una inversión y no como un gasto. Está comprobado mundialmente que la inversión en las personas es lo que más competitiva hace a una organización comercial;
- e) esa inversión supone un riesgo que es el riesgo de perder al que se formó, pero respecto de esto hay que pensar con espíritu de grandeza en un doble sentido: preguntarme si las condiciones que le estoy dando a mis trabajadores son de buenas a óptimas y segundo que estoy aportando al desarrollo de la industria gráfica de mi país y si pierdo un trabajador luego seguramente podré contratar a otro con las mismas calificaciones.

**3. El la planificación de cualquier propuesta que esté relacionada con la formación profesional** debo considerar los aspectos humanos y sociales, es decir que además de preparar excelentes trabajadores:

- a) tiene que brindar la posibilidad de la inclusión social (en los casos de los desocupados) o la movilidad social (en el caso de los ocupados);
- b) debe permitir el afianzamiento de la personalidad;
- c) debe permitir el logro de una identidad;
- d) debe favorecer la vocación por el trabajo industrial;
- e) debe propiciar el desarrollo de variadas inteligencias para la resolución creativa de problemas y
- f) por sobre todas las cosas formar gente para hacer el bien y la felicidad.

## Bibliografía

- Catalano, Ana; Cols, Susana Avolio de; Sladogna, Mónica. Diseño Curricular basado en normas de competencia laboral. Conceptos y orientaciones metodológicas. Programa de Certificación de Competencias. BID-FOMIN. CINTERFOR. Buenos Aires. Argentina. 2004.
- CEPAL-GTZ. "Formación de Recursos Humanos en la Industria Gráfica Chilena". Santiago. Chile. 1997.
- Dubet, Francois y Martuccelli, Danilo. ¿En qué sociedad vivimos?. Ed. Losada. Buenos Aires. Argentina. 2000.
- Gardner, Howard; Kornhaber, Mindy L y Wake, Warren. Inteligencia: Múltiples Perspectivas. Ed. AIQUE. Buenos Aires. Argentina, 2000.
- Jabonero Blanco, Mariano. "La convergencia entre la cultura del trabajo y del sistema educativo en España y en otros países de la comunidad europea". Revista Iberoamericana de Educación. Nro 2, mayo-agosto.1993.
- Kau, Winand."Costs and Benefits of Vocational Education and Training at the Microeconomic Level". Instituto Federal de Formación Profesional. Berlín. Alemania. 1999.
- Kliksberg, Bernardo. "Repensando el rol de la empresa", artículo publicado en el Diario La Nación. Buenos Aires, 10-10-2005.
- Mayer, Richard. Pensamiento, resolución de problemas y cognición. Ediciones Paidós. Barcelona. España. 1986.
- Ministerio Federal de Educación, Ciencia, Investigación y Tecnología. "La formación profesional en el sistema dual en Alemania". Colonia. Alemania. 1998.
- OIT. "El futuro del trabajo y la calidad en la sociedad de la información: el sector de los medios de comunicación, la cultura y las industrias gráficas." Ginebra. 2004.
- Pravda, Gisela. "La formación profesional en Alemania y la situación de jóvenes en el mercado laboral". Instituto Federal de Formación Profesional. Berlín. Alemania. 1999.
- Schmidt, Hermann. "Aprender a salir al encuentro de los retos de trabajo del futuro". Instituto Federal de Formación Profesional. Berlín. Alemania. 1998.
- Schön, D. La formación de profesionales reflexivos. Ed. Paidós Barcelona. España. 1997.
- Vargas Zúñiga, Fernando. "Competencias laborales en la industria grafica". Semana de la Formación Profesional en la Industria Gráfica. CINTERFOR. OIT. Bogotá. Colombia. Junio 20 de 2005.