

adecuado y compartido soporte, es natural que todas las miradas del otro. Con la aparición del poder de la juventud de todos los sectores sociales descubrieron además, lo que siempre supieron los artistas y las clases altas, su capacidad para transformarse en importante valor de cambio. El cuerpo democratizado, estandarizado, homogenizado y simplificado en sus formas, resulta además un cuerpo fragmentado.

Considerado no como una totalidad sino como un conjunto de partes, que le permiten cumplir diferentes funciones tanto físicas como simbólicas, se lo visualiza como materia prima. Como tal comparte con el mundo que lo rodea su misma estructura molecular, puede equilibrar crecimiento con desgastarse metabólico y conformación de ciertas características específicas como fuerza o debilidad. Al actuar la naturaleza o la técnica sobre esa materia prima, conciente o inconscientemente, se produce el cuerpo sano o enfermo, el deportivo o el intelectual, el gordo o el delgado, el de raza negra o blanca. Además de utilizarse como instrumento de placer, de seducción, de autodestrucción, de violencia, permite el señalamiento de los estados de ánimo. Visible para los otros puede muy bien conformar a partir de fragmentos con el vestido, una unidad que actué como mascar, y que nada tenga que ver con lo que el cuerpo sienta de sí mismo.

Es interesante señalar que durante la mayor parte de la historia del vestido se ha dado una relación coherente pero no amigable entre el cuerpo. En las épocas en que la supremacía del vestido es evidente se tiende a desconocer e cuerpo, por el contrario, cuando la importancia del vestido tiende a ser menor, adquiere el cuerpo un mayor protagonismo. Bajo esta repetida alternancia subyacen situaciones de poder, según la sociedad necesite en diferentes etapas históricas enfatizar para sus propósitos, el vestido o el cuerpo. Si hasta el presente el vestido de moda impactaba sólo al sentido de la vista, la presencia en el diseño de los llamados nuevos materiales que se manipulan para conseguir propiedades específicas, permitirá la expansión sensorial necesaria para que se cumpla la correcta interacción entre cada persona y su medio. Si la idea de su piel como superficie límite se diluye, entonces es fácil pensar en el corrimiento de sus funciones hacia un vestido que al expandir perfume, impactar por sus movimientos holográficos, presentar irregularidades táctiles que reflejan diversas tonalidades, y emitir sonidos, multiplique las sensaciones y vivencias de un cuerpo animado por la conformidad y el placer.

La funcionalidad del vestido no ya digitado por el sistema de la moda sino como repuesta a cada forma de vida, será a partir de la elección correcta de sus materiales. No resulta difícil comprender el sitio de privilegios de los mismos en lugar de la forma y el color, ya que estos materiales van a responder al nuevo imaginario social organizado a partir de los cuidados ecológicos tanto humanos como ambientales. Respuesta eficaz para diseñar las prestaciones específicas por propiedades que surgen al combinar materiales que van a estar en contacto permanente con un cuerpo al que cuidarán y protegerán. Resulta interesante descubrir como los nuevos materiales inteligentes desarrollados en el contexto de gran avance tecnológico y por lo tanto orientados hacia el futuro, promuevan al mismo tiempo la recuperación del sentido primitivo y original de un cuerpo en armonía universal.

El ejemplo como generador de inquietudes.

Santiago Cagnoli

No hay duda que la mayoría de las personas recuerda y comprende mejor un concepto, una idea o un proceso a través de un ejemplo tangible, algo que pueden ver y palpar se puede asimilar mejor la información. Es la única manera en que todos los sentidos puedan estudiar un objeto en particular, innumerable cantidad de información es procesado por el cerebro, mucha de esa información tomada a través de los cinco sentidos termina de formar, de una manera acertada, un modelo real del objeto o proceso, explicar lo mismo por otras vías como la gráfica o el uso de la palabra precisaría horas de explicación dejando muchos puntos ocultos donde la mente de cada alumno actuaría rellenando espacios vacíos y pudiendo terminar en una mala o pobre interpretación del concepto.

Recuerdo el primer día de clase en la Universidad de Palermo cuando abrí la clase con unas series de muestras de diferentes materiales inmediatamente comprendí que esos objetos, que en su unidad no conformaban nada en particular puesto eran sólo partes de diferentes productos, poseían un poder de atracción mas allá de la explicación que yo les podía dar, era el objeto y no tanto lo que dijera, como si fuera un talismán mágico esta pequeña muestra hizo que los alumnos terminaran de comprender muchos conceptos antes adquiridos, incluso en otras materias.

Este talismán inundó la mente de los alumnos de una innumerable cantidad de incógnitas. Preguntas que actuaban como disparadores de la imaginación y despertaban, en muchos casos, la inquietud del alumnado por saber mas, de esta manera la incógnita obligaba al alumno a comenzar una búsqueda por más, por saber más. Y es esta búsqueda lo más importante puesto que lleva al alumno por un camino plagado de nuevas incógnitas que necesitan ser develadas, se abren más ramificaciones que deben ser estudiadas o corroboradas y aprendidas.

Conocí casos de alumnos que hicieron pequeñas pruebas, en muchas de ellas si bien no consiguieron el resultado esperado, todos reconocieron que había valido la pena dado que los llevó a descubrir algo nuevo, y todo esto por haber visto la muestra de la clase anterior.

Negocios jóvenes: Su papel en el desarrollo de prácticas integradoras en la formación de profesionales.

Thais Calderón y Susana González

«El emprendimiento es una conducta más que un rasgo de carácter, y su base es conceptual y teórica, no meramente intuitiva.»

Peter Drucker.

Introducción

Al reflexionar acerca de las múltiples interacciones que caracterizan la enseñanza y el aprendizaje, sentimos que nuestro papel como educadoras debería consistir en desarrollar aquellos proyectos que mejoren el estado actual de las prácticas profesionales en la Facultad. En esta oportu-

nidad, haremos referencia a las tareas desarrolladas en el proyecto Negocios Jóvenes, resaltando sus características, alcances e importancia en el ejercicio del rol profesional como puente para desarrollar lo que entendemos debe ser el objetivo principal de todo proceso de enseñanza: el aprendizaje significativo.

En este sentido, el proyecto Negocios Jóvenes tiene como misión que los estudiantes construyan su propio conocimiento recreando un conjunto de situaciones, relacionadas a la gestación de un negocio, que sirvan para adquirir niveles de comprensión profundos, a través de los que puedan internalizar conductas relacionadas con su rol profesional.

Desde una dimensión psicopedagógica la fundamentación de este particular diseño curricular es sostenida y guiada por el proceso de aprendizaje y las características de los sujetos que aprenden. De este modo, el modelo se sustenta por la construcción de conocimientos, sentimientos, actitudes, valores y habilidades que les permitan actuar tanto sobre el mundo externo como abordar situaciones del mundo interno. Nos interesa entonces, profundizar en estas prácticas, ya que el contexto, con sus permanentes demandas, nos enfrenta a la necesidad de abordar un proceso de trabajo metodológico para la enseñanza, con un diseño flexible, que se adapte las distintas áreas del quehacer profesional, haciendo posible la previsión y racionalización de la acción educativa.

Los estudiantes y la práctica profesional

El paradigma «somos lo que hacemos» esta considerado desde su aspecto más negativo, como uno de los factores que contribuye a que muchas personas desarrollen elevados niveles de exigencia respecto de la vida que viven (la real) y la que les gustaría vivir (la ideal) que al ser trasladados al terreno profesional pueden generar tensiones y frustración. No estamos en condiciones de aislar a los estudiantes de esta realidad que inevitablemente convive en los procesos y prácticas de la enseñanza, pero podemos ayudarlos a internalizar una concepción más amplia, trabajando en sus habilidades para resolver problemas y estimulándolos a que construyan un conocimiento propio, que favorezca la creación de estructuras cognitivas integradas en el marco de su futura tarea profesional.

En el aprendizaje basado en problemas, la función del docente consiste en facilitar y orientar al alumno para que desarrolle su capacidad de aprendizaje autodirigido. Se tiene como propósito explícito de la práctica docente, juntamente con la adquisición de conocimientos, el desarrollo de valores, actitudes y habilidades para la resolución de problemas propios de cada área de conocimiento.

Los resultados de la adaptación de este método al campo de la enseñanza del marketing son muy importantes, porque permite trabajar en el análisis y comprensión de «otra visión de los negocios», aquella donde el estudiante es estimulado a crear e innovar, aprovechando las propias fortalezas, y asumiendo ciertos riesgos.

Es así como los proyectos desarrollados en el concurso Negocios Jóvenes se constituyen alrededor de ideas innovadoras, implementadas por estudiantes con la intención de ser aplicadas en el ámbito de las marcas, los servicios y comunicaciones empresarias.

El proyecto se implementa a través de la realización de un Plan de Negocios que contempla según las distintas carreras, la creación de emprendimientos que desde su nivel inicial sostienen su ventaja competitiva en la oferta de productos y/

o servicios innovadores:

- Agencias de publicidad y/o de comunicaciones, orientadas a cubrir necesidades específicas, capaces de brindar servicios de creación, producción y monitoreo de mensajes, implementación de acciones promocionales, diseño de marcas, mensajes institucionales, organización de ferias, exposiciones y eventos para segmentos de empresas medianas, pequeñas, públicos internos y externos.

- Empresas en el área del Diseño Textil y de Indumentaria, que buscan y desarrollan nuevos conceptos para insertarse en el mercado de consumo final o industrial.

- Empresas de Hotelería que generan emprendimientos novedosos destinados a satisfacer las necesidades crecientes y cambiantes en la demanda interna y externa.

Todo ello en el marco de la asignatura Comercialización 2, con la participación de estudiantes de las carreras de Comunicación Empresarial, Diseño Textil y de Indumentaria, Publicidad, Relaciones Públicas, Hotelería y Organización de Eventos de nuestra Facultad.

El desarrollo del Plan de Negocios recorre todos los aspectos relevantes de un proyecto de índole comercial y aunque no hay una única manera de encararlo, desde la cátedra se trabaja en un modelo en el que se desarrollan los siguientes aspectos:

- Carátula: Nombre del proyecto, fecha, a quienes y por quienes es presentado.

- Resumen Ejecutivo: una síntesis de los principales aspectos del proyecto y el objetivo de la presentación.

- Cuerpo principal: incluye la información relevante para evaluar el proyecto, que al estar organizada por temas o capítulos incluye: introducción, información de fuentes secundarias, análisis SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats) o FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), planteo de la estrategia del nuevo negocio, plan de marketing (que debe producir respuestas convincentes en las variables controlables) y factibilidad económica.

- Conclusiones.

- Exposición de los Proyectos en la Semana de Negocios Jóvenes.

Frente a las posibilidades que se derivan de estas experiencias, cabe aclarar que también existen ciertos límites asociados con la aplicación real de los proyectos en el campo de las comunicaciones y los negocios. Entendemos que la cuestión del éxito o fracaso de estas ideas, desde un aspecto estrictamente comercial queda en un segundo plano si lo comparamos con el proceso de aprendizaje realizado durante el curso.

Es por eso que dadas las particularidades que adoptan los procesos de interacción docente-alumno-conocimiento en este tipo de asignaturas, preferimos trabajar primero sobre la generación y selección de ideas, que identificamos como el «nudo» del proyecto, para avocarnos luego en los aspectos más ortodoxos del plan comercial.

Las líneas de investigación consensuadas junto a la coordinación nos permitieron adaptar el contenido curricular de la asignatura Comercialización 2, con el proyecto de Negocios Jóvenes, basándonos para ello en diversos encuadres teóricos existentes acerca de: 1. Las organizaciones innovadoras y sus características, 2. De los individuos que las conforman y de los obstáculos a la creatividad que habitualmente aparecen

en las organizaciones, 3. De la creatividad aplicada al desarrollo de nuevos productos y servicios, 4. Los aspectos clave en las relaciones con el cliente externo, 5. El impacto de las nuevas tecnologías en el ámbito de los negocios.

De esa forma, los objetivos de esta práctica se entrelazan con la idea de que un negocio se puede descubrir, crear o gestar usando lo conocido hasta hoy o también dado el caso, desaprendiéndolo, porque concebir un negocio es precisamente, una forma distinta de visualizar lo que parece obvio para la mayoría, en la medida en que se articula en las capacidades de los estudiantes para ver oportunidades.

Es así como al actuar en el rol de entrepreneurs, los estudiantes van adquiriendo capacidades para ver lo que todos pueden, pero de un modo diferente.

Consideramos que si este objetivo puede ser alcanzado en la mayor parte de los trabajos, estaríamos frente a un punto de partida más que aceptable en términos de evaluación del aprendizaje.

Para finalizar, encontramos que estas prácticas pueden estimular las habilidades de los estudiantes en:

1. La reflexión en su rol profesional. (en aspectos relacionados con el liderazgo, competencias, habilidades distintivas, interacción grupal, la capacidad para vender ideas, etc.)
2. La generación alternativas para resolver problemas relativos al Diseño y la Comunicación.
3. El conocimiento y aplicación de técnicas de creatividad con fines específicos.
4. La percepción de necesidades. (búsqueda de oportunidades).
5. La comunicación de la experiencia de creación con el resto de la comunidad académica.

Pero si hay un aspecto digno de resaltar es que los estudiantes pueden atravesar la experiencia provistos de una «red de seguridad». Se trata de una práctica en un entorno conocido (la universidad), con personas que tratan frecuentemente (profesores, compañeros, etc.) y con procesos previsibles (calificación).

Es, en definitiva, un entrenamiento para el competitivo mundo que hoy enfrentan los profesionales con mayores seguridades (y muchas menos frustraciones) de las que tendrían si no existieran estas prácticas intensivas e integradoras a nivel instituciones educativas.

Sin duda, un paso más en el acercamiento del estudiante a la realidad de la sociedad en la que vive.

La reflexión en la práctica o la práctica como reflexión.

Carlos Caram

Es una función ineluctable de las universidades generar conocimiento, promover la reflexión en las aulas y en los talleres para formar alumnos, y futuros profesionales, reflexivos, capaces de comprender su propia realidad y de modificarla para el bien de la sociedad. Es por eso que todos nuestros esfuerzos deben orientarse a la formación del conocimiento como proceso cognitivo de resignificación que supone redes semánticas de sentido, se ubica en determinados contextos y se genera a través de construcciones sociales.

La información que incorporamos mejor es la que puede

integrarse con saberes y prácticas anteriores, a menudo mediante asociaciones múltiples y complejas. Sólo cuando las informaciones o datos se contextualizan, se abstraen, se conceptualizan y se los ordena estableciendo relaciones significativas entre ellos estamos en presencia del conocimiento.

David Perkins¹ identifica ciertas deficiencias del conocimiento que me parece importante tener en cuenta: el «conocimiento frágil», los alumnos no recuerdan, no comprenden o no usan activamente lo aprendido; el «pensamiento pobre», los alumnos no usan lo que saben para construir conocimientos; el «conocimiento inerte» es frágil, olvidado, ingenuo, ritual, reteniendo ciertos conocimientos que no pueden utilizarlos en las situaciones correctas. Los docentes debemos pensar y usar estrategias para evitar estas deficiencias cognitivas que cuando se combinan dan como resultado el «síndrome del conocimiento frágil».

En el área del diseño y de la comunicación, el taller, como ámbito de producción colectivo, juega un papel importantísimo en la formación de alumnos reflexivos ya que no solamente se produce sino que se discute, se debate, sobre el cómo, el porqué y el para qué de esa producción. Schön² sostiene que los intentos de describir mediante el lenguaje (discursivo) nuestro conocimiento en la acción son construcciones que ponen de forma explícita y simbólica lo que sabemos y, a veces, hacemos de forma espontánea. El «practicum» es la forma didáctica para llegar al conocimiento práctico, es una situación pensada y dispuesta para la tarea de aprender, es la simulación y la simplificación de las prácticas que implica el uso de instrumentos, metodologías y la combinación esencial del aprender haciendo de los alumnos, de sus interacciones con sus profesores y los otros compañeros lo que le confiere su atributo reflexivo.

Intentos metodológicos

Sin ánimo de querer sistematizar una metodología para el taller, intentaré establecer algunas etapas que suelen presentarse en mis clases, teniendo en cuenta que mis alumnos son ingresantes y los grupos son, en general, heterogéneos (hay alumnos con experiencia universitaria afín a la carrera, en otras carreras, sin experiencia, otros recién egresados del ciclo medio, otros que retoman estudios después de mucho tiempo, etc.)

Se podría decir que hay, en la experiencia reflexiva del taller, tres instancias: ruptura, construcción y conclusión.

La ruptura tiene el sentido de poner en conflicto lo viejo con lo nuevo, el concepto piagetiano de «conflicto cognitivo», de producir el aprendizaje mediante la resolución de tal conflicto, o como lo expuso Bachelard, la instancia de la conquista sobre los prejuicios que pone en duda ciertos saberes. El alumno debería dejar la mirada ingenua, construida por el sentido común, para construir otra más teórica, científica, reflexiva.

La construcción es la producción en sí, el planteo de hipótesis y el proyectar. Es propuesta, innovación, experiencia, procedimiento, la reflexión en la acción. Implica siempre un ida y vuelta, una iteración. Proyectar presupone, por lo tanto, el reconocimiento de una teoría, el conformar un lugar para la transformación y la creación; es reconocer esta práctica, como práctica social y reflexiva, no vacía de contenido ya que la creación limitada al «objeto» se convertiría en una acción estéril.

La conclusión es el análisis, la reflexión sobre la acción, es