

del docente y la narración en clase, relacionado con los modelos explicativos, con cómo un docente enseña a través de la explicación, entendiendo que las explicaciones pueden ser causales, pudiendo superar o no la idea de causalidad, y también pueden ser descriptivas, interpretativas, comparativas, analógicas, ejemplificadoras, constituyendo ese primer nivel del discurso docente en la clase.

Los modelos tradicionales del discurso del docente se sintetizan con la sigla: IRF, o sea en primer lugar se intenta obtener información del estudiante, se produce el discurso del docente en el inicio de la clase (I), luego en este modelo aparece la respuesta del estudiante (R), y finalmente en los términos clásicos el llamado *feedback* (F), o retorno que consiste en decirle al estudiante si aprende o no, si entiende o no, o sea que en este modelo tradicional las preguntas de los docentes tienen que ver con obtener información respecto del conocimiento del estudiante, y para ello se trabaja con observación directa, con obtención directa, para ver qué sabe sobre determinado tema, qué grado de asociación existe sobre el tema que estudió, dónde y cuándo, y también se trabaja indirectamente haciendo inferencias, o sea mediante pistas que nos permitan reconocer su estado o nivel de conocimiento, procediendo por ejemplo a mirar lo que escribe, lo que está trabajando, las actitudes y respuestas que tienen que ver con el “oficio” de estudiante, y de esa manera el docente irá haciendo inferencias en clase, propias de las actividades del aula (y que no serían las mismas inferencias del docente por ejemplo en el pasillo). Sintetizando, en los modelos clásicos la obtención de información acerca del estudiante ha tenido que ver con estas dos cuestiones: la obtención directa y la obtención indirecta.

En otro orden aparecen las cuestiones acerca de las respuestas, o sea tomando a éstas como análisis de las conductas del docente, entonces cuando aparecen las respuestas acerca de lo que dice el estudiante, éstas resultan confirmaciones, rechazos, repeticiones, elaboraciones, reformulaciones, respuestas del docente. Son formas distintas del discurso docente categorizadas a lo largo de años de observación a lo largo de años de observación y registro de clases, que reconocen que en general el docente frente a una conducta, una pregunta, un comentario del estudiante, suele tener este tipo de respuestas. Acá hay historias de los modelos clásicos, que cuentan que el estudiante sabe que un docente que repite una pregunta es un docente que da cuenta que el estudiante en su respuesta, ha cometido un error. Nadie contesta de la misma manera la repregunta del docente, o sea si el docente pregunta dos veces una misma cuestión, significa para el estudiante que tiene que cambiar la respuesta. (Esto constituye una tesis de Piaget).

Otro análisis interesante del discurso docente en el aula dice que cuando un estudiante habla o interviene explicando alguna cuestión, el resto de los compañeros no presta atención, no lo vive como parte del marco explicativo, de la propuesta del tema, pero si el docente toma lo que dijo el estudiante y lo repite integrándolo a su discurso, entonces el grupo de estudiantes lo incorporan, lo toman en cuenta, lo apuntan, aunque ese tema no tenga que ver con el tema que se estaba tratando, es decir, esta reelaboración del docente que incorpora el discurso de un estudiante permite que en el discurso de la clase la propuesta del estudiante forme parte del desarrollo de los contenidos; a la vez, si el docente no hace esto, en una

clase que el docente considera que es muy atractiva pues hay participaciones muy valiosas de todos los estudiantes, y el docente sólo elogia y alaba dichas intervenciones, no resulta una buena clase, pues nunca retomó esas participaciones y es una clase que no les permite a los estudiantes entender el marco teórico con el que se está trabajando. En todo caso se trata a veces solamente de un intercambio entre un estudiante y el docente que es de escaso valor para el grupo. (Este es un análisis de Mercer).

Otro tema atractivo lo constituye el análisis de las puestas en común, cuando los estudiantes hacen trabajos grupales donde el docente incorpora una serie de actividades y las distribuye adjudicándole una diferente a cada grupo, entonces en el momento en que se hace la puesta en común, si ésta no implica un retrabajo y no se relaciona para que los demás grupos tomen parte de esa puesta en común y la incorporen a su próxima presentación, las puestas en común suelen ser el lugar de aburrimiento de los estudiantes, no teniendo sentido desde el punto de vista cognitivo, los estudiantes no lo toman y esa actividad le cubre un tiempo al docente, o sea refiriéndonos a los discursos narrativos, cada grupo cuenta lo que hizo, relata una síntesis de la actividad grupal, y esto tiene valor para cada grupo en particular si ésta fue valiosa, pero es de escaso valor para la actividad grupal total, no tiene valor el “racconto” para todos los otros, pues estos lo viven a la espera de que les toque su propio turno, y no escuchan lo que dice el resto. Entonces la única manera es diseñar una actividad en la que las cuestiones que vayan exponiendo los grupos formen parte de procesos en los que los otros se incorporan, e impacten en los procesos de resolución de los otros; entonces si se comparan resultados con carácter evaluativo, esto no sirve, cada uno escucha su resultado de carácter evaluativo, y esto tal vez le sirva al docente; pero si se toma como discurso para poder hacer una síntesis que incorpore todos los contenidos, esto tiene que ver con que la puesta reconstruye el discurso de cada uno de los grupos, es así que las actividades grupales cobran valor para el grupo total.

Para finalizar, sucede que para describir aspectos importantes de la experiencia compartida, el docente suele usar el “nosotros”, refiriéndose a algo que hizo o dijo en determinado momento de la clase, cuando en realidad estuvo solo parado hablando o explicando, pero incorporar el “nosotros” funciona dando cuenta de una experiencia compartida, y eso es también parte del discurso docente.

Formación de profesionales creativos

Daniel Gallego

En cuanto ámbito de negocios exista, se suele escuchar la palabra «creatividad» con tal frecuencia que a menudo perdemos la noción de lo que realmente significa. Como se trata una palabra que tradicionalmente «queda bien» para acompañar cualquier acción, se la suele usar a mansalva: visión creativa, modelos creativos, estrategia creativa, venta creativa. Es muy común escuchar esa ponderación de la creatividad en cientos de reuniones gerenciales y en ámbitos de empresa. Pero la pregunta cae de maduro ¿Qué pasa cuando la creatividad está asociada a una persona? ¿Qué pasa cuando se habla de

que alguien es «un creativo»?

Ahí el panorama cambia por completo. La primera foto que imprime la mente suele estar asociada a un atorrante que viste ropa extraña de la *Bond Street*, tiene algún tattoo tribal en el antebrazo y luce barba descuidada de cinco días. Obviamente no madruga nunca, escucha música rara y anda por la vida con una permanente actitud de desgano que seguramente indica que no le importan los amigos, la pareja, los padres, los vecinos, los compañeros de laburo ni las mascotas de la abuela. Y por supuesto...vive drogado, fumando porquerías por ahí o tomando pastillitas de colores en cuanta fiesta de música electrónica haya. Es rara la dicotomía: La creatividad -en tanto asociada a una acción- es admirable, pero asociada a una persona, es algo de temer.

Y acá estamos nosotros, los docentes de las carreras de comunicación, en el medio de esta disyuntiva. Formando a gente que quiere ser creativa, y que (desde que tienen memoria) reciben la monolítica consigna de que en el trabajo, la pareja y la vida hay que ser...sí, acertaron: creativos. Esta consigna cae como gota de agua en la cabeza a través de todos los grifos mediáticos existentes (radio, televisión, revistas, Internet, vía pública y hasta mensajes en los baños). Incluso mi madre la suele repetir como lorito cuando intenta mostrarse como «vieja piola», para que yo (en este caso el «nene», aunque acuse 38) le suba la calificación de un correcto 4 a un orgulloso 7. Todo muy lindo, muy loable. Pero para los que trabajamos en la formación de futuros profesionales creativos ¿de qué hablamos cuando hablamos de creatividad?

Es indudable que para mover efectivamente los hilos de la comunicación hay que tener información, capacidad de análisis, y objetivos claros. Sobre cada uno de estos aspectos hay una abundante cantidad de apuntes, teoría, autores y exposiciones, necesarios por cierto, pero (según la humilde opinión de este docente) insuficientes. ¿Será suficiente aportando visiones de otros autores? ¿Tal vez con más apuntes y más ejercicios? ¿Una mayor profundidad en los temas a desarrollar? No es ese el planteo. Lo que este docente pide (aflojándose la imaginaria corbata que jamás usó) es que enseñemos a los alumnos a...jugar.

Sí, eso. Jugar. El proceso creativo es creativo en tanto tengamos la decisión de ir por caminos no transitados, de asociar libremente, de preguntarnos ¿por qué no? en lugar de ¿Por qué? Es una sana rebeldía, necesaria, y definitivamente imprescindible en el ámbito de la publicidad y del diseño. Observo a menudo alumnos educados en la idea del «así no», que con el correr de los años terminan convenciéndose de que hay un solo camino para hacer las cosas bien: el que se les indica.

En este proceso se pierde irremediabilmente el principal motivo por los que un redactor o un diseñador se relaciona con las palabras o las imágenes: jugar. Y dentro de esa pérdida, se produce otra tal vez más grave: la del estilo. Con lo cual terminan siendo excelentes «copiadores» de lo que ya se hizo, pero con serias limitaciones a la hora de explorar caminos nuevos y plantearse desafíos. ¿Cómo lograr que de «copiadores» pasemos a formar «hacedores»?

Yo tengo el convencimiento de que se logra cuando a los alumnos se los incita a perder el miedo, se les da confianza y se comparte con ellos el espíritu de la profesión. O lo que es lo mismo: se los invita a jugar. No es este planteo una falsa dicotomía entre «educación formal» y *happy hour* creativo

con alucinógenos gratis», lo que este autor plantea es agregarle un poco de espíritu rebelde a la educación formal. Es extraño ver que cuando a los alumnos se les ofrece total libertad muchos de ellos terminan pidiendo casi de rodillas determinadas reglas de juego (de redacción, de diseño, o de lo que sea). Es necesario conocerlas, pero tan necesario como eso, es ponerlas constantemente en duda y buscar otros caminos. Un profesional creativo debe jugar a inventar nuevas reglas de juego. Si no, no sería creativo, sería un *data entry*. No sería original, sería copia. Juguemos. Re-enseñemos a jugar. Porque todos llevamos un nene adentro, pero sólo los creativos que hacen trabajos memorables saben sacarlo a la luz.

Cultura y diversidad

Silvia Garay

La globalización trajo consigo importantes transformaciones en las sociedades. La interpenetración creciente de mercados y comunicaciones generó cambios importantes que marcan una desterritorialización y el desplazamiento de la importancia del espacio geo-político al geo-económico y cultural.

Si bien la noción de espacio refiere a algo totalmente definido e identificable, el espacio cultural es un concepto complejo ya que en el marco de la globalización no se limita a un territorio geográficamente definido, sino que nos lleva a otros que no son territorialmente ubicables.

Dado este contexto, la cultura tiene un lugar protagónico en tanto marca un referente que tiende a diluirse desde lo geográfico.

La cultura es un patrimonio acumulado por un lado y en una dimensión más amplia e intangible da respuestas al hombre sobre el sentido personal y colectivo a través de creencias, saberes y prácticas; finalmente es el vehículo de la dinamización y conformación de las sociedades y con ello la expansión de las identidades.

La identidad como proceso en el tiempo es una construcción nunca acabada que se va formando por dinámicas propias y por múltiples miradas y perspectivas exógenas. Esto tiene que ver con la manera en que los individuos se perciben a sí mismos y a los otros, como también su forma de relación con las instituciones.

Dentro de los cambios que vive América Latina, la cultura es un factor importante para la configuración de cada sociedad y de cada región con modelos propios de modernidad constituidos a través de planes políticos efectivos que deben llevar al reconocimiento de la historia propia, a la conciencia de formar parte de un proyecto cultural, de un estilo de vida y una sociedad por diversos que sean sus componentes.

La diversidad cultural tiene múltiples formas de expresión incluyendo lo multiétnico, lo multicultural, lo religioso, la pertenencia a clases y categorías sociales, género y edad, etc. La presencia de la diversidad es más fuerte en sociedades donde las culturas originarias tienen mayor permanencia histórica que en otras que se ven a sí mismas como homogéneas habiendo menos tolerancia por la diferencia.

Ante esto, la problemática principal se plantea al preguntarse y dar respuestas a cómo se vive en un mundo intercultural; allí donde cada identidad debe actuar con otras en un espacio común permitiendo la interacción entre culturas y una