

en el aula para que los compañeros “corrijan” el trabajo de otros y reconozcan, en esa corrección, sus propios errores?

Algunas corrientes teóricas, como el trabajo de Daniel Cassany titulado: *Describir el escribir: cómo se aprende a escribir* (libro de cabecera de quienes dictamos materias de redacción y comunicación oral y escrita) analizan las diferencias que aparecen entre los escritores “expertos” y los escritores “novatos”. La más importante de ellas tiene que ver con la *metacognición*, que es la conciencia de los propios recursos cognitivos y la capacidad de regularlos en función de la dificultad de la tarea. Otras teorías remiten al campo de la creatividad, pensando alternativas de resolución y cambio de estrategias de escritura sobre la marcha.

Pero lo que definiría a estos escritores “expertos” es la habilidad para construir una representación retórica de la tarea, que tome en cuenta los datos de la situación comunicativa y las restricciones discursivas o genéricas para “adecuar” el texto a esta representación. Esta retoricidad de la tarea permite, al escritor-alumno, construir enunciadores diversos y adecuarse a diferentes auditorios, así como re-formular sus textos y producir versiones distintas en función de la situación. De este modo, el alumno aprende o descubre nuevas asociaciones entre conocimientos que ya estaban archivados en su memoria y puede generar nuevas ideas.

Entonces, cuando el texto está terminado, el alumno siente que sabe más que antes de empezarlo. Así, podrá no sólo transformar su conocimiento, sino “apropiarse” del mismo.

Ahora bien, ¿qué ocurre en la Universidad? La Universidad debe ser el contexto que propicie el desarrollo de estrategias maduras de escritura que alienten la apropiación crítica del conocimiento.

Para que ésto suceda, será necesario un entrenamiento en textos complejos y una reflexión que acompañe ese proceso y derive en criterios eficaces para la producción en distintos ámbitos de la vida académica y profesional. Así como los docentes no adherimos a la teoría de la enseñanza acerca de que uno “deposita” o “vuelca” los conocimientos en la cabeza del alumno para que éste aprenda (suponiendo que es como una “tábula rasa”) los alumnos nos demuestran, en muchos casos, su desilusión por no poder poner en juego estrategias de reformulación y apropiación del conocimiento transmitido. Entonces, repiten literalmente lo expuesto por el docente en clase o lo leído en la bibliografía. Por un lado, éste es un claro ejemplo de la falta de conexión entre los nuevos contenidos y sus esquemas de conocimiento previos. Por otro lado, la memorización y/o repetición expresa la falta de recursos lingüístico-conceptuales para re-producir, de manera oral y escrita, los textos que se estudian.

Nuestra tarea como docentes es dotar a nuestros alumnos de recursos suficientes para que puedan solucionar sus problemas de escritura de la manera más óptima.

No podemos pretender que el alumno entienda un texto con una primera y única lectura, o que ya sepa escribir si es que recién redacta el primer texto de su vida. Comprendamos que así como la docencia es un ejercicio, la escritura también lo es. Perdamos el miedo a la

expresión del alumno en la manifestación de sus ideas propias y en la utilización de sus sentido común. Porque sólo a partir del sentido común, de la expresión de sus propios pensamientos, de su intervención espontánea en la clase para opinar sobre un tema, de la discusión con un compañero de banco o en grupo, de la simulación de debates y/o exposiciones en el aula, etc. –sólo a partir de estos recursos- estaremos brindándole al alumno la posibilidad de pasar a un estadio mayor del aprendizaje: el pasaje de sus “propias ideas” interiorizadas a una reformulación lingüística que se acerque más al vocabulario académico-formal, convirtiéndose en supuestos, hipótesis o planes de trabajo.

Finalmente, el alumno podrá comprender el pasaje que existe entre una escritura espontánea, llana y sin matices, a una transformación del texto que le sea propia y en la que pueda imponer su marca personal.

Ésta es la dialéctica de la transformación, que implica un doble desafío: para los docentes, porque se pondrá de manifiesto en el aula nuestra capacidad para motivar y ayudar a los alumnos a descubrir y aplicar sus habilidades de pensamiento; a los alumnos-escritores, porque incorporarán un conocimiento distintivo, que trascenderá su formación profesional y perdurará por el resto de sus vidas.

Inclusión visual, el traspaso de la herramienta

Wimpy Salgado

La siguiente reflexión parte de una experiencia personal. Hace tiempo que la fotografía documental es algo que me interesa investigar. Como es lógico, mis observaciones partían de mi punto de vista y por consiguiente, eran absolutamente imparciales. Así, por ejemplo, no es lo mismo que fotografiemos la vida de una comunidad andina a que las fotos las saquen los mismos miembros de esa comunidad. Pregunta: ¿Cualquier persona esta capacitada para sacar una foto? A partir de las experiencias, mi respuesta es que si.

No todas las profesiones ofrecen esa ventaja en el campo de la investigación. Sólo un médico está capacitado para operar a una persona, sólo un piloto puede manejar un avión. En fotografía, no es necesario ser fotógrafo para sacar una foto. La idea es entonces aprovechar esta oportunidad de investigación que se nos brinda.

En este contexto, la imagen documental real e indiscutible por excelencia, es la obtenida por los propios “actores”. Que no son necesariamente fotógrafos. En esta metodología de investigación la fotografía no es un fin sino un medio. Con información real y contenido estético. Este procedimiento del traspaso de la herramienta, la cámara en este caso, no es novedoso.

Hay muchas experiencias al respecto. Por citar algunas, en Perú durante las décadas del Sendero Luminoso, las comunidades vivían inmersas en la violencia. el caos y la confusión; un grupo de fotógrafos organizaron el movimiento TAFOS (Talleres de Fotografía Social) que consistía en darles a los grupos campesinos cámaras de fotos para que ellos registraran sus días, sus vivencias,

su entorno y a partir de esas imágenes, poder ubicarse en un contexto real, poder reflexionar, afirmar su identidad y facilitar la posibilidad del cambio.

Este proyecto fue tan importante que la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Perú lo tomó como documento valiosísimo en la investigación de la identidad del pueblo peruano.

Aquí, las experiencias del grupo PH15 que realiza talleres de fotografía con chicos de barrios carenciados es excelente, no sólo por el trabajo humanitario sino por la información contundente que se puede leer en las imágenes.

Sin ir más lejos los teléfonos celulares con cámara de fotos son un ejemplo indirecto del traspaso, las fotos más reales en tiempo y forma sobre los atentados en Inglaterra no las hicieron los fotógrafos profesionales de los grandes medios sino la gente común que vivió ese horror.

Esta acción, para ampliar un poco sus aplicaciones, nos lleva a una de las cosas más vanguardistas que he visto en planeamiento estratégico en publicidad.

Según el libro *Planning: Cómo hacer el planeamiento estratégico de las comunicaciones* (Ediciones Thompson Learning, 2006).

“En Estados Unidos (¿Dónde más?), ya nació la primera agencia de publicidad exclusivamente dedicada al *citizen marketing* o marketing participativo. Este surgimiento es consecuencia del hecho de que los consumidores ya no son solo receptores de mensajes publicitarios, sino que participan activamente en la estrategia del marketing de productos.

La nueva agencia, llamada coBRANDIT, comenzó con una búsqueda de videos y fotos caseros de consumidores y de sus experiencias con marcas, como automóviles, ropa, accesorios y bebidas. Esta modalidad se llama *Documentary Advertising*.

O sea que, la foto del aviso publicitario sobre una cerveza quizás ya no la haga el “fotógrafo publicitario” sino un simple consumidor que trabaja de administrativo para una empresa X.

Retomando con mi experiencia, a modo de ejemplo, acerco un dato más al respecto.

Hace pocos meses realicé un taller de fotografía bajo esta modalidad de traspaso, con chicos de 7 a 15 años de edad. Unos de los temas que tenían que fotografiar era “La Escuela”. Revisado el trabajo que hicieron saqué mis conclusiones como fotógrafo.

No hace falta que en esta nota las enumere pero puedo afirmar que un mes más tarde asistía una conferencia dictada por especialistas en Educación Popular dentro del marco del 5to. Congreso de Salud Mental y Derechos Humanos y sus argumentos sobre la problemática escolar coincidían casi plenamente con la información obtenida de las fotos que los chicos realizaron.

Como decía al comienzo, mi reflexión a partir de esta experiencia es que, hoy más que nunca, cada individuo es capaz de ofrecer tanta información real y concreta como el más experto en la temática. Lo importante entonces es proveer espacios y herramientas.

Normas de presentación de la producción de los estudiantes de diseño industrial

Marco Sanguinetti

La normalización de las presentaciones de los trabajos en la carrera de Diseño Industrial tiene como objetivo principal la documentación organizada de la producción de los estudiantes, de modo que sea posible realizar evaluaciones niveladoras que permitan elevar la calidad educativa.

Esta sistematización aparece como un proceso necesario en una carrera que en los últimos ciclos ha incrementado de manera notable el número de ingresantes, quienes, además, arriban a la facultad con importantes diferencias cognitivas y hábitos muy diversos en el armado de sus proyectos.

El incremento de la población estudiantil y la diversidad de sus integrantes son características recurrentes de las universidades porteñas donde se estudian las carreras de diseño. Esta realidad se explica en el repaso de los acontecimientos históricos que vivió la ciudad en los últimos años.

Contexto histórico de la carrera de diseño industrial

Desde la crisis económica sufrida por nuestro país a fines del 2001 las actividades vinculadas al diseño, en todas sus modalidades, vienen cautivando la atención de las distintas miradas que habitan nuestros centros urbanos: los medios de comunicación, las organizaciones culturales, los investigadores y estudiosos del comportamiento social, los jóvenes en plena etapa de formación. Estos últimos, tentados por la aceptación que, finalmente, las carreras de diseño han conseguido dentro de la sociedad, colman año tras año todas las universidades donde se enseñan las diversas disciplinas proyectuales. Quienes no parecen haber desviado su mirada todavía y, por el contrario, vienen aferrados a las mismas estrategias que durante tanto tiempo trazaron el rumbo de su propia desintegración, son los sectores industriales y empresariales. Tal vez sea su indiferencia razón suficiente para poner en duda el auge del diseño como un hecho verdadero y sustancial, resultando en realidad de una aparente expansión simulada por publicaciones y muestras promovidas por los medios. Cierto es que las condiciones son propicias para vincular a las partes y en conjunto abordar el crecimiento al que tanto los profesionales del diseño como los empresarios e industriales aspiran. En este contexto, donde necesarios y necesitados no se descubren, las acciones gubernamentales referidas al diseño llevan una impronta mediática y demagógica (nunca falta el falso exitismo de la falsa exportación, ni la vanidosa insistencia sobre una identidad propia del diseño argentino). La multifunción de los diseñadores (oculta bajo el término “autogestión”) se impone como modalidad productiva recurrente en el desarrollo de los proyectos, convirtiéndose poco a poco en el soporte principal de la sostenida presencia del diseño. Esta modalidad, motivada por la precariedad de los recursos disponibles y la ausencia de planes gubernamentales serios, constituye el rasgo que en definitiva distingue