

de subjetividad en las calificaciones finales, ya que dicha nota será producto de la valoración de cada uno de los criterios mencionados.

También considero que, como fue anteriormente mencionado, esta modalidad acerca e incorpora a la evaluación dentro de la currícula (como parte del proceso de enseñanza –aprendizaje). Ya que la misma podrá informar al estudiante cuáles son las fortalezas, cuáles los aspectos a corregir y cuáles son los conceptos o procedimientos correctos o erróneamente planteados, aplicados o entendidos.

Al presentar y explicar detalladamente esta nueva implementación (como experiencia personal) primeramente produjo una sorpresa por parte de los estudiantes; aunque durante su aplicación en el transcurso del período de cursada se pudieron observar cambios ya que: los estudiantes supieron perfectamente dónde estuvieron sus fortalezas y dónde sus debilidades y el porqué de la obtención de la calificación se colabora así a una incentivación hacia la propia reflexión. Observando, en muchos casos, una mejoría en posteriores trabajos prácticos. La superación de las anteriores debilidades, re-definen a la evaluación como parte de un proceso en el aprendizaje (como ya se mencionara). Y no como un mero castigo (clasificación- castigo).

Es importante además señalar que esta evaluación, destinada a los estudiantes, también permite evaluar nuestro desempeño docente, pudiendo realizar una interpretación de las implicancias y alcances de nuestra labor educativa y transmisora. La evaluación a partir de criterios facilitará nuestros juicios y observaciones (hacia afuera para con los estudiantes, y hacia adentro para nuestro desempeño personal y programático). Y a la vez nos posibilitará el mejoramiento de las prácticas, planificaciones o producciones que nos hayamos propuesto originalmente.

Desde ya que no existe un sólo y exclusivo instrumento que sea válido para cualquier tipo de evaluación: primeramente debemos tener en claro qué y cuáles son los objetivos a evaluar (como anteriormente se mencionaba, en numerosos casos nos acostumbramos a utilizar en forma constante un mismo instrumento sin tener en cuenta ni plantearnos con antelación cuál es el más pertinente).

Sin dudas que la forma de calificación es uno de los aspectos a tener en cuenta, pero de nada serviría si no revisamos también cómo y de qué manera planteamos y presentamos las consignas, preguntas y/o las tareas a desarrollar o responder por parte de los estudiantes. Muchas veces formulamos preguntas que el estudiante responde en forma rápida, sin detenerse a pensar, cayendo en una metodología “memorística”, inmediata, pero de muy poca utilidad en cuanto a saberes y conocimientos, más cercana al saber decir que el saber hacer.

Anteriormente se mencionaba que uno de los principales objetivos de la modalidad de la evaluación por criterios a través de una matriz o rúbrica era que ésta pudiese formar e integrar el proceso de enseñanza y aprendizaje a través de la reflexión. Así mismo, el planteo de nuestros exámenes o trabajos prácticos debieran también procurar alcanzar dichos objetivos. Buscar que las consignas y las preguntas que planteemos puedan favorecer los procesos del pensar, reflexionar, analizar, comparar,

poner en práctica y tomar conciencia de los aprendizajes adquiridos, recuperando e incluyendo a la evaluación como posibilidad de una buena enseñanza.

Desde ya que esta tarea y actitud requerirá de un mayor compromiso de nuestra parte, pero, es de vital importancia en un mundo en constante cambio poder acompañar a los mismos, insertarnos en una sociedad desde un lugar de participación; un lugar crítico y de construcción. Al tratarse nuestro papel (docente) de ser transmisores, deberemos ponernos en el papel de aprendices, de receptores tanto de los cambios sociales y profesionales en el cual los transmitiremos a nuestros estudiantes: con qué metodologías, formas y estrategias, siempre conforme a los cambios y el fluir tanto del río como de quienes nos bañamos en él.

Si llega la inspiración, que me encuentre trabajando

Carlos Menéndez

Incansable y envidiable la actitud hacia el trabajo que tuvo siempre, desde muy, muy joven, el gran Don Pablo Ruiz Picasso.

Nunca tan bien aplicada esa frase cuando se refirió a su propia producción.

Digo envidiable porque es difícil la comprensión del concepto trabajar en el arte. A veces se confunde artista con bohemia o vaguedad. Todo lo contrario, cuánto más grande más trabajo.

En el aula, que es lo que nos convoca desde siempre en el ámbito académico, también los docentes debemos empeñarnos para que nuestros alumnos comprendan que sin trabajo no hay evolución. No es la primera vez que me refiero a este tema y cada vez estoy más convencido de su importancia.

Cuando un alumno me comenta que posiblemente comience un curso de algún programa de diseño para poder desarrollar su trabajo, le pregunto si trae conocimientos previos y la respuesta es, casi siempre, no. Esto no sería grave si no fuera porque ya están un poco grandes (aunque nunca es tarde) para empezar en un mercado laboral en el que hay más profesionales que trabajo.

Un artista decía que: “después de los primeros cinco mil dibujos posiblemente comience a salir bien alguno”.

En las disciplinas del diseño o la publicidad pasa algo parecido. Después de un largo camino se encuentra el lugar adecuado. Lugar que tenemos que mantener con solvencia, profesionalismo y esfuerzo, tratando de lograr la excelencia que el mercado laboral reclama cada día más.

Por eso una buena preparación y un gran amor al trabajo que elegimos son fundamentales, sin perder de vista, por supuesto, la pasión. Como se sabe, es imposible crear sin creer.

Desde pequeños comenzamos a crear, desde nuestro propio lenguaje, pasando por esas manchas en las paredes o en algún block olvidado por allí. Todo es creación, eso es indiscutible.

Hoy la creatividad es fundamental en cualquiera de las disciplinas que se aborden, especialmente en la publici-

dad donde todos los días nos enfrentamos con el desafío de tener que destacarnos en una tanda o poder persuadir al consumidor a través de una página de diario. Es un examen que el publicista debe rendir a diario, inexorablemente.

En la agencia de publicidad, hoy, la tendencia es fundamentalmente el trabajo creativo, como en otras épocas lo fueron los grandes dibujantes, que también eran creativos, simplemente que todavía no estaba tan desarrollado el concepto de creatividad en nuestro medio, aunque siempre se ha creado de una u otra forma.

Cuando el doctor Edward de Bono, con más de 25 años de práctica, dice: “para ser creativo uno no tiene que ser superinteligente, pero creo que la inteligencia es el motor de la mente”, nos está hablando del pensamiento creativo desde el trabajo, la investigación y lógicamente desde sus propias experiencias.

En la introducción de su libro, *El pensamiento creativo* dice: “Necesito una idea nueva ¿Qué debo hacer? Investigar y tratar de elaborar una idea nueva lógicamente.

Podría quedarme tranquilamente sentado haciendo girar los pulgares esperando la inspiración. Pero podría aplicar sistemáticamente una técnica deliberada de pensamiento lateral (ejemplo, la técnica de las palabras al azar); entonces, en 10 o 20 segundos, tendría algunas nuevas ideas.”

Los docentes sabemos que tenemos el compromiso de aportar nuestra propia experiencia laboral en la formación de nuevos profesionales, para orientarlos lo más cerca posible de lo que será luego la realidad en la que les tocará actuar.

Especialmente la creatividad publicitaria debe responder a información y condiciones de mercado para obtener un concepto sólido. Después, podremos dejar volar nuestra imaginación.

En las aulas también aplicamos nuestra creatividad todos los días, dentro del marco académico que corresponda. Esto es muy bueno para nosotros como docentes, como para el alumno, que también puede crear, siempre.

Estoy convencido de que, si bien hay personas más creativas que otras, la creatividad se puede inducir, con lo que se logran resultados sorprendentes.

Para G. Ferry (1997) “¿Se puede formar a otro? ¿La formación se recibe? ...formarse es adquirir una forma. Una forma para actuar, para reflexionar y perfeccionar esa forma. Formarse es un desarrollo personal que supone adquirir formas para el desempeño de diferentes tareas inherentes a una profesión: es objetivarse y subjetivarse en un movimiento dialéctico que va siempre más allá”

Cada cual encuentra su forma pero sólo por mediación, encontrando en su trayecto: formadores (mediadores humanos), dispositivos, información que operan para posibilitar, la formación. Ahora bien, volviendo a la pregunta inicial de si se puede formar a otro, estamos en el espacio del Ser, más que del Saber. El Ser es el retorno de los aprendizajes hacia sí mismo, es el camino de aplicación de lo ya construido para un análisis y reflexión personal; entonces la formación no se recibe, en todo caso seremos buenos o malos mediadores.

Es muy importante que ese mediador sea una persona con experiencia dado que, la teoría, muy importante por cierto, podemos encontrarla en toda la bibliografía, pero

la experiencia solamente la vivimos cada uno y eso es lo transferible.

Marçal Moliné citando a Einstein dice que: “La imaginación es más importante que el conocimiento. El conocimiento es limitado. La imaginación abraza el mundo entero”. “Es decir, continúa Moliné, el conocimiento es la base, porque sin él podés arriesgarte de forma peligrosa. Pero no debe petrificarte, porque por mucho que sepas, si no sabes aplicarlo resulta inútil.

“Actualmente, es increíble ver cómo determinadas campañas publicitarias llegan a producirse... Yo creo profundamente que el problema es una falta importante de formación aplicada a la profesión real. El talento está ahí, no me cabe duda, porque es innato a las personas en mayor o en menor medida. Sin embargo es preciso formarla y darle criterio para que sea aplicable.”

Concluimos entonces que la experiencia se adquiere después de un largo camino y de un gran esfuerzo. Experiencia que será recompensada también en la actividad publicitaria. Hoy, en mi caso, la recompensa surge en las aulas donde recibo la parte más agradable de la docencia: el reconocimiento y la gratitud de los alumnos. Por eso si llegase la inspiración, que nos encuentre trabajando.

Manipulación y medios de comunicación

Cecilia Miljiker

Uno de los temas que interesa a los alumnos a la ahora de analizar películas documentales es el de la manipulación de la verdad. Algunas de las más frecuentes preguntas son “¿Ese material de archivo es de verdad?” “¿La entrevista no habrá sido cortada?” “¿La imagen corresponde con lo que se dice de ella?” “¿El director ocultó información que tenía?”, etc. Estas preguntas relacionadas a la manipulación de los medios audiovisuales, me remiten siempre al trabajo *Homo videns* de Giovanni Sartori en donde plantea cómo la opinión pública puede ser y es manipulada por los medios de comunicación.

En este libro, Sartori analiza cómo se forma la opinión pública en la era “teledirigida”. Para ello es importante recordar que el concepto de opinión que maneja Sartori es el de opinión como doxa. Como referencia sobre este concepto de opinión podemos tomar al pensamiento de la Grecia antigua. Desde la filosofía, Platón establece una diferencia entre dos vías o modos de conocimiento que el hombre utiliza para acceder a la verdad y a la perfección humana. Una es la vía de la opinión (doxa) y la otra es la vía de la ciencia (*episteme*). La doxa es, para él, un “semi saber”, un conocimiento parcial, impreciso, ambiguo e inseguro de la realidad. En la visión de Platón este conocimiento se asocia al vulgo mientras que la *episteme*, en cambio, es propiedad de las minorías cultivadas, especialmente de quienes se dedican a las ciencias y a la filosofía. Aristóteles, en cambio, acepta la vía de la doxa u opinión – a la que entiende como un conocimiento aproximado, probable – como una forma de aproximarse a la verdad. Además postula que el hombre desarrolla un juicio bastante exacto - a partir del sentido común y sus