

### Instrumentos de evaluación

Cada alumno tiene sus tiempos para adquirir conceptos y poder reproducirlos. Con esta referencia los distintos instrumentos de adquisición, corrección y evaluación de los contenidos son una "polaroid" para poder evaluar y monitorear los contenidos dados en ese determinado momento.

No se propone la recuperación del Trabajo Práctico –a menos que estén muy por debajo de lo pedido- sino que se alienta la reelaboración de los contenidos enseñados a través de la comprensión y la aplicación de los contenidos en el Trabajo siguiente. (El concepto de espiral antes desarrollado) El alumno puede rehacer el Trabajo para que esta decisión sea valorada positivamente en su evaluación y acreditación final.

El encuadre de la evaluación durante toda la cursada se apoya en tareas de desempeño, donde no se evalúa únicamente el trabajo final, sino que se evalúa la construcción del conocimiento del alumno a partir del trabajo grupal –o la participación, a través del análisis crítico-, de la administración de consignas que se puedan asemejar a la vida real, donde el alumno es el que tiene que decidir qué y cómo quiere comunicar su producción (de esta manera se explicita entonces que no hay una respuesta correcta, ésta depende del pensamiento y de la metodología que el alumno emplee) y de tiempos prudentemente prolongados (más de una clase) para dicha construcción.

Qué se evalúa en la cursada de la materia:

1. Proceso de investigación.
2. Emergentes de comunicación en la identidad corporativa.
3. El signo como pieza de comunicación visual.
4. La lectura y la escritura como medio para poder saber analizar y fundamentar teóricamente cuáles son los elementos gráficos que hacen al diseño de marca y cómo se usan según la marca analizada.
5. Habilidad del alumno para generar un partido conceptual y gráfico opuesto al análisis efectuado.
6. Manejo básico del color, imagen y tipografía aplicada a la denotación y connotación del mensaje visual

7. Integración de todos los conceptos vistos en la cursada en la construcción de una metodología proyectual.
8. Eficacia de la comunicación apoyada en dicha metodología.
9. Identidad visual
10. Marca, uso del color y familias tipográficas.
11. Aprendizaje de los conceptos enseñados.
12. Autoevaluación y reflexión del alumno ante su producción
13. Reflexión y análisis conceptual.

---

**Abstract:** The article gathers some notes and reflections on the Professors Formation Program and its contents. This Educational Program that is dictated by the Faculty of Design and Communication of the University of Palermo is a valuable source of class materials for Brand Image and Design subject for Graphic Design, Industrial Design, Fashion Design and Advertising Degrees.

**Key words:** education - training - educational - formation - evaluation.

**Resumo:** O seguinte texto é parte de uma série de notas e reflexões sobre os textos analisados e estudados no Programa de Formação e Capacitação Docente, ditado pela Faculdade de Design e Comunicação da Universidade de Palermo, e quadrimestre a quadrimestre são colocados baixo a lupa ao momento do planejamento das classes para a matéria Design e Imagem de Marca, que integra a currícula das carreiras do área de Design Gráfico, Industrial, Vestuário e Publicidade.

**Palavras chave:** educação – ensino – capacitação – docente – formação – avaliação.

(\*) **Martín Fridman.** Diseñador Gráfico (UBA, 1996). Egresó en 2007 del Programa de Capacitación y Formación Docente de la Universidad de Palermo. Docente de la Universidad de Palermo en el Departamento de Diseño Visual de la Facultad de Diseño y Comunicación.

---

## Evaluación formativa en Publicidad I

Eugenia Álvarez del Valle (\*)

Fecha de recepción: julio 2010  
Fecha de aceptación: septiembre 2010  
Versión final: noviembre 2010

**Resumen:** Este trabajo trata sobre la implementación de la evaluación formativa en Publicidad I, materia del nivel inicial, 1º año, de las distintas carreras de la Facultad de Diseño y Comunicación en la Universidad de Palermo. Se expone la experiencia docente y algunos conceptos aprendidos en la materia Introducción a la Evaluación de los Aprendizajes del Programa de Capacitación Docente. Se desarrolla especialmente la materia en la Carrera de Diseño de Indumentaria, dado que se le otorga un enfoque determinado intentando que el estudiante se comprometa con la materia al verse involucrado en la publicidad para productos o marcas de indumentaria.

**Palabras claves:** educación – evaluación – publicidad – superior – capacitación – aplicación - indumentaria.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 123]

En este *paper* contaré sobre de la evaluación durante el proceso de enseñanza - aprendizaje en la materia Publicidad I. Esta materia se enmarca dentro del contexto de la Universidad de Palermo, en donde a los docentes se nos exigen al menos cinco notas de los alumnos y, de esas cinco notas, por lo menos dos deben ser individuales.

A fin de abordar este tema también es necesario citar que la materia Publicidad I se ubica en el primer cuatrimestre de primer año; voy a hablar de esta materia dentro de la carrera Diseño de Indumentaria y Textil. Trabajo la materia desde una perspectiva constructivista de la didáctica.

En esta materia intento que mi rol como docente sea el de una guía que trabaja con el grupo para lograr adquirir y construir los conocimientos necesarios para que el estudiante pueda desenvolverse con soltura en el ámbito profesional en la comunicación de sus productos, tanto si se desempeña como emprendedor como si trabaja en relación de dependencia.

El rol del alumno está referido a la construcción de conocimiento sobre comunicación comercial en medios masivos de comunicación y la aplicación de los mismos a casos prácticos de diseño de indumentaria.

Trabajo con un estilo Currículum por Proyecto. Las unidades están atravesadas por un mismo tema: La publicidad y, a su vez, también están conectadas por un eje temático y problemático: "Campaña publicitaria de una marca de indumentaria". En base a este eje temático se desarrollan las unidades, los ejemplos y los exámenes parciales. Durante todo el cuatrimestre los estudiantes, en forma grupal, desarrollan los trabajos prácticos tomando como eje problemático un producto o marca de indumentaria elegido por ellos y consensuado conmigo. Estos grupos son generados por los estudiantes y tienen un máximo de cuatro integrantes, en cambio, para la ejercitación que se realiza en clase, formo los equipos intentando favorecer el intercambio entre ellos.

El estudiante trabaja siempre sobre la marca o rubro seleccionado como Proyecto al comienzo de la cursada. Los seis trabajos prácticos son grupales, empiezan en la clase uno y terminan en la clase nueve aproximadamente (una clase por semana de tres horas). A fin de tener notas individuales incorporo dos exámenes parciales individuales, uno en la clase N° 6 y otro en la clase N° 10 (sobre un total de 12 clases antes de la entrega de notas de cursada).

El objetivo de este *paper* es para mí exponer cómo modificaré los trabajos prácticos, la redacción de las consignas y los parciales a partir de lo visto en la materia "Introducción a la Evaluación de los Aprendizajes" del Programa de Capacitación Docente de la Universidad de Palermo. Analizaré los cambios basándome en la bibliografía vista en la materia.

Contaré en primer lugar sobre los parciales y luego sobre los trabajos prácticos.

En cuánto a los parciales, considero que una de las mejores que puedo incorporar es explicitar la forma en que serán evaluados los alumnos, tanto por escrito en la planificación de la materia como oralmente y cuales serán los criterios de evaluación. Esto no lo hacía hasta el momento creyendo que el efecto "sorpresa" provocaría

alguna cuestión positiva en los alumnos o en su rendimiento. Explicaré que se va a tratar de cinco preguntas en una hoja pre-impresa con cinco o seis renglones para las respuestas. Estas preguntas se van a contestar en base a un aviso que el profesor les entregará. Cada pregunta valdrá dos puntos aproximadamente, pero para aprobar deben contestar al menos tres preguntas bien. Las notas variarán entre 1 y 10 teniendo en cuenta la siguiente descripción provista por la Universidad:

"Significado conceptual de las calificaciones: Sobresaliente/Distinguido (10/9): Estas calificaciones corresponden a los estudiantes que demuestran dominar los contenidos y han profundizado la bibliografía y/o en su producción proponen innovación, reflexión, se evidencia solidez conceptual y supera las expectativas para el nivel. Muy Bueno/Bueno (8/7/6): Estas calificaciones corresponden a los estudiantes que conocen los contenidos y la bibliografía y/o en su producción evidencian aplicación de sus conocimientos y sus criterios son correctos. Regular (5/4): Estas calificaciones corresponden a los estudiantes que demuestran un conocimiento aceptable de los contenidos y la bibliografía y/o su producción cumple con las condiciones mínimas aun cuando su resolución sea imprecisa. Insuficiente (3/2/1/0): Estas calificaciones corresponden a los estudiantes que no alcanzan los contenidos mínimos y/o en su producción no aplica ningún criterio o lo aplica en forma incorrecta y su presentación no está acorde al nivel universitario."

Otra cuestión es la revisión de los parciales en forma frecuente. Por ejemplo durante el primer parcial consulto sobre un tema que considero importante: mensaje denotado y connotado, pero a veces olvido practicarlo en clase y/o indicarle la bibliografía correspondiente a este tema. A partir de reflexionar sobre la evaluación de procesos soy más conciente que no puedo evaluar un tema que no practicamos en clase, así que deberé revisar con mayor detenimiento las preguntas a evaluar en cada cuatrimestre, para no tomar el parcial del cuatrimestre anterior sin comprobar que todos los temas tuvieron su ejercitación previa o bibliografía específica.

La evaluación de procesos se trata de una evaluación formativa que tiene como función mediar en el proceso de aprendizaje, se focaliza en los procesos y los actos. La función principal es informar acerca de la evolución de los procesos de enseñanza y aprendizaje de los que participa tanto el docente como el estudiante. Esta evaluación sirve para el perfeccionamiento constante de dichos procesos y para el establecimiento de nuevas rutas si fuera necesario. La evaluación formativa supone la existencia de objetivos, que orientan los procesos de aprendizaje. Este tipo de evaluación es importante también en la orientación del joven en cuanto a sus hábitos de estudio y trabajo. Permite identificar posibles deficiencias en las competencias básicas que, como docentes, pretendemos que sean aprendidas. Tenemos tiempo entonces de modificar algunas estrategias, incorporar nueva bibliografía, o simplemente reforzar algunos conceptos. La motivación es otra de las funciones en la evaluación continua: alienta la creatividad, fomenta los aprendizajes y el trabajo colectivos, incrementa la perseverancia, disminuye el temor al fracaso y eleva la

autoestima (Instituto Nacional para la Educación de los Adultos, 2001).

Considero que debo hacer algunas aclaraciones previas, antes de comentar los trabajos prácticos. El grupo completo puede variar de 15 a 30 alumnos según el cuatrimestre. En la Universidad de Palermo contamos con distintas distribuciones en las aulas, algunas cuentan con mesas tipo taller y otras con bancos individuales que miran al frente. Dada la dinámica que planteo en mis clases siempre solicito que me permitan dar mis clases en bancos individuales que miren al frente. Esto me otorga la posibilidad de tener un contacto visual con todos los alumnos, recorrer el aula y que ellos estén más cómodos cuando escribimos en el pizarrón, miramos un comercial de televisión o una proyección de teoría en la pantalla. Las clases desde hace pocos años están constituidas en general por un 50% de alumnos extranjeros (chilenos, ecuatorianos, colombianos, venezolanos y centro-americanos), en otro gran porcentaje por alumnos del interior de la Argentina y el porcentaje menor por porteños. Este tema es importante identificarlo en la evaluación diagnóstica dado que debo modificar varias cuestiones, entre ellas, los ejemplos para que puedan ser comprendidos a fondo por todo el grupo.

Para poder tratar los temas a continuación transcribiré textualmente los trabajos prácticos:

- Trabajo Práctico N° 1: Proceso de comunicación

Consigna: A partir de la selección de material publicitario publicado, analizar y distinguir los componentes del circuito comunicacional y la intención del emisor. Objetivo: Que el alumno reconozca los actores del proceso de comunicación y descubra los propósitos que lo fundamentan.

Forma de presentación: Grupal. El trabajo práctico debe realizarse en forma grupal (la cantidad de avisos analizados es igual a la cantidad de estudiantes que componen el grupo).

El informe debe realizarse en Word, con carátula y rótulo según las normas de presentación de la Facultad. Se presentarán los avisos, pegados sobre una hoja blanca, y el análisis del grupo.

Hojas blancas tamaño A4, numeradas. Cuerpo: 12. Interlineado: 1,5

Bibliografía: "Publicidad", Oscar P. Billorou, "El proceso de Comunicación...", D. Berlo y apuntes de clase.

Fecha de Entrega: Clase N° 2.

- Trabajo Práctico N° 2: Sinergia de las técnicas de comunicación

Consigna: A partir del aviso gráfico entregado por el profesor: definir qué otras técnicas de comunicación utilizarían para mostrar las ventajas diferenciales del producto o servicio. En tal sentido: 1. nombrar la técnica (publicidad, merchandising, etc.), 2. definir qué tipo de pieza sacarían (Por ejemplo: de RRPP harían ¿un desfile o una conferencia de prensa?), 3. explicar por qué la utilizan y qué ventaja otorga la utilización de esa técnica.

Forma de presentación: Grupal. Se entregará el aviso y una copia manuscrita de las respuestas del grupo si el trabajo se realizó en clase, de otra forma se entregará según normas de la Universidad.

Bibliografía: Billorou y Apuntes de clase.

Fecha de Entrega: durante la misma clase (Clase N°2), o en la Clase N° 3.

- Trabajo Práctico N° 3: Registros lingüísticos y visuales  
Consigna: Recopilar 2 avisos gráficos de revistas y en ellos diferenciar registros lingüísticos y registros visuales, aclarando a qué elemento del mensaje publicitario pertenece (titular, subtítular, copy, logotipo, fondo, imagen principal, etc.).

Forma de presentación: Grupal. Se colocará sobre el aviso un papel de calcar para marcar los registros, en hoja aparte cualquier aclaración que el alumno considere necesaria.

Bibliografía: Apuntes de clase.

Fecha de Entrega: Clase N° 4

- Trabajo Práctico N° 4: Historia de la Publicidad

Consigna: Realizar un aviso publicitario de época anterior (aproximadamente año 1900-1910), en base al producto elegido para el proyecto.

Forma de presentación: Grupal. El aviso en tamaño hoja carta o A4, solo o colocado dentro de una hoja de diario/revista de la época y la justificación en hoja separada.

Bibliografía: Investigación del alumno, se recomienda ir a la biblioteca de la Universidad.

Fecha de Entrega: Clase N° 5.

- Trabajo Práctico N° 5: Estilo y función publicitaria

Consigna: Crear y confeccionar un aviso para medios gráficos de la marca elegida, conformando un estilo y función determinado.

Forma de presentación: Grupal. En carpeta entregar el aviso (tamaño página entera de revistas, aproximadamente carta o A4) y justificar en forma separada que función publicitaria está cumpliendo, en base a qué etapa del ciclo de vida del producto está apoyando.

Recomendaciones: a. en primer lugar definir la función publicitaria y el estilo que se adoptará, b. realizar un boceto en lápiz para presentar en una hoja todos los elementos (textos e imágenes que lo compondrán). Este boceto no se entrega, c. luego pasar el boceto a la creación definitiva, d. zona: Argentina, e. idioma: Castellano  
Objetivo: estimular el proceso creativo aplicando los conocimientos adquiridos sobre funciones y estilos publicitarios.

Fecha de Entrega: Clase N° 7.

- Trabajo Práctico N° 6 / Obligatorio: Brief

Consigna: sobre la identidad del producto que eligieron para realizar el proyecto y el trabajo práctico final, elaborar el brief de marketing y a partir de éste desarrollar el brief publicitario.

Forma de presentación: Grupal. En carpeta tamaño carta o A4, con la carátula correspondiente (rótulos).

Objetivos: ejercitar la redacción de un brief y sus diferentes componentes, en función de las necesidades del marketing de anuncios publicitarios.

Bibliografía: Fascículos de Ollé, Billorou.

Fecha de Entrega: Clase N° 8.

A fin de acreditar la “cursada” como aprobada, estos trabajos prácticos deben ser entregados y aprobados en su totalidad, al igual que los parciales.

Si un trabajo no está bien, le solicito al alumno que lo vuelva a entregar, hasta que el trabajo quede aprobado. Deben desarrollarlo para lograr el objetivo propuesto. Cada parcial también tiene su instancia de recuperación. Solicito que los trabajos sean realizados fuera de la clase, esto lo podemos fundamentar con las palabras de Litwin, E. (1998:14) “probablemente, el verdadero aprendizaje tenga lugar cuando el alumno o la alumna se encuentren fuera del sistema o de la clase en donde se planteó la situación de enseñanza”.

Luego de la cursada de la cátedra, modificaré los trabajos en cuanto a incorporar los criterios de evaluación en cada uno de ellos y explicitarlos también en los parciales.

Anteriormente sólo citaba en la planificación:

### **Criterios para la evaluación del proceso**

- Evaluación permanente: asistencia, frecuencia e intensidad de su participación en clase.

Este punto será dejado sin efecto, dado que es muy difícil evaluar la participación en clase.

- Desempeño del estudiante durante el desarrollo de los trabajos prácticos, grupales e individuales. Entrega en tiempo y forma. El alumno debe entregar todos los trabajos prácticos solicitados, ya sea en forma individual o participando en un grupo.

- Si un trabajo práctico no estuviera aprobado, el estudiante debe volver a presentarlo.

Considero conveniente agregar: Cada trabajo o examen reprobado tendrá dos instancias de recuperación. En el caso de los trabajos prácticos tendrán una semana para la confección de los mismos. Los recuperatorios de los parciales se realizarán luego de la entrega del segundo parcial, aproximadamente en la clase N° 11. Los criterios de evaluación serán los mismos que los de origen, pero las notas bajarán dos puntos por tratarse de un recuperatorio, tanto en los parciales como en los trabajos prácticos.

- Respaldo teórico para defender sus presentaciones.

- Rendimiento cuantitativo y cualitativo en pruebas parciales. Se le solicitará responder a dos cuestionarios que den cuenta de la adquisición de los conocimientos adquiridos a través de las lecturas indicadas para cada unidad y de los apuntes de clases.

Además se explicitará por escrito en la consigna que la ortografía y la buena redacción también son criterios que tendrá en cuenta, lo cual hacía pero sólo lo comentaba con los estudiantes oralmente. Este criterio podría quedar expresado de la siguiente forma: La ortografía y la buena redacción serán tenidas en cuenta. Si el trabajo presenta más de 10 errores por página, estará reprobado, si tuviera entre 10 y 5 tendrá dos puntos menos, y si tiene entre 5 y 1 error por página tendrá un punto menos. La extensión requerida de los trabajos prácticos también estará claramente expresada por escrito. De esta forma los estudiantes tendrán una guía más clara de las expectativas del docente y yo no recabaré trabajos tan dispares en este sentido.

### **Conclusiones**

Luego de incursionar en la temática evaluación puedo reflexionar que para mí es muy importante la forma de evaluar durante el proceso enseñanza aprendizaje. Para evaluación de procesos, entiendo que la forma más adecuada de evaluar es aquella que implementa una diversidad de instrumentos que, en primer lugar, le provea al docente suficiente información sobre el grado de efectividad de sus estrategias didácticas y, en segundo término, constituyan para el estudiante una instancia más de aprendizaje, la evaluación formativa. Ésta provee información que le permite al estudiante lograr los objetivos propuestos, tanto en la construcción de los trabajos como en la realización de los exámenes parciales.

Este tipo de evaluación implemento en mi carrera docente tomando como ejemplo mis experiencias como alumna. Considero que la evaluación formativa en la materia, Publicidad I, es funcional, dado que permite que los estudiantes ejerciten los temas en varias oportunidades, suponiendo que esto les brindará mejores competencias en su desarrollo profesional.

En Publicidad I noto que los alumnos han tenido mucho contacto con los productos publicitarios aunque no han reflexionado previamente sobre cómo se crearon. Es necesario poder acompañarlos como docente en este cambio de rol, de espectador a desarrollador de anuncios publicitarios, así sea como agencia publicitaria o como empresario anunciante.

### **Referencias bibliográficas**

- Litwin, Edith (1998), “La evaluación: campo de controversias y paradojas o un nuevo lugar para la nueva enseñanza” en Camilioni A., Celman, S., Litwin E., y Palou de Maté M. del C. *La evaluación de los aprendizajes en el debate didáctico contemporáneo*. Buenos Aires: Paidós.

- Instituto Nacional para la Educación de los Adultos, Dirección de Acreditación y Sistemas, Subdirección de Evaluación del aprendizaje, Evaluación Formativa (Documento Técnico), Abril 2001. Manuscrito no publicado.

---

**Abstract:** This work approaches the implementation of formative evaluation in Advertising, a subject of the initial level of the different careers of the Faculty of Design and Communication in the University of Palermo. The article summarizes the educational experience and some contents learned in the subject Evaluation Introduction of the Professors Formation Program. This subject is especially developed in the Fashion Design career, where students learn how to advertise fashion products and brands.

**Key words:** education - evaluation - advertising - superior - training - application - fashion.

**Resumo:** Este trabalho trata da implementação da avaliação formativa em Publicidade I, matéria do nível inicial, 1º ano, das diferentes carreiras da Faculdade de Design e Comunicação na Universidade de Palermo. Expõe-se a experiência docente e alguns conceitos aprendidos na matéria Introdução à Avaliação dos Aprendizagem do Programa de Capacitação Docente. Desenvolve-se especialmente a matéria na Carreira de Design