

Conclusiones para favorecer un pensamiento superior y crítico

A manera de cierre de esta autorreflexión, con un marco teórico sobre el análisis de una clase-taller, se han abierto posibilidades de implementación, a partir de un análisis profundo, de cambios en las estrategias de enseñanza desarrolladas en las clases, orientadas hacia la idea de que “aprender es una consecuencia del pensar”, y para ello es necesario poder combinar la complejidad de situaciones, que se abren en cada clase y en consecuencia, una búsqueda de alternativas, considerando los recursos, las secuencias y la instrumentación de los tiempos necesarios para lograrlo. Es desde esta mirada, que se presentan posibilidades de instrumentar cambios significativos en cuanto a la aplicación de un modelo de procesamiento de la información, que habilite estrategias de enseñanza tendientes a favorecer el pensamiento superior y crítico.

Referencias bibliográficas

- Aepli Hanz (2001). *Factores de la enseñanza que favorecen el aprendizaje autónomo*. Madrid: Narcea.
- Eggen P. y Kauchack D. (1999). *Estrategias docentes*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Perkins D, Tishman S, Jay E. (1994). *Un Aula para pensar*. Buenos Aires: Aique.

Abstract: The article focuses on the importance of the educational task of teaching to think within the framework of procedural workshops of the digital area. Specifically it analyzes diverse

strategies that would tend towards the construction of a critical thought, still in a space of procedural contents that naturally tend to mechanization with a lack of creativity. The author takes as theoretical frame the concept of “active learning” and on the other hand the concept “to learn is a consequence of thinking”, that widely clarify the pedagogical and ideological field in which the author is placed. The workshop of Illustrator for design students is the one referenced in the article.

Key words: learning - contents - strategy - professor - student - workshop – digital.

Resumo: A importância da tarefa docente de ensinar a pensar no contexto de workshops procedimentais do área digital. Especificamente analisa diversas estratégias que tenderiam para a construção de um pensamento crítico, ainda num espaço de conteúdos procedimentais, que naturalmente tendem à mecanização e o hábito sem criatividade. Tomada como marco teórico o conceito de “aprendizagem ativa” e por outra parte o conceito de “aprender é uma consequência do pensamento”, que esclarece amplamente o campo pedagógico e ideológico no qual a autora destaca. O workshop ao que se faz referência é o de Illustrator, para alunos de design.

Palavras chave: aprendizagem - conteúdo – estratégia – docente – estudante – workshop– digital.

(*) **Elsa Silveira.** Editora profesional (UBA). Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento Audiovisual y de Capacitación Digital en la Facultad de Diseño y Comunicación.

Ensayo académico. Aporte de las inteligencias múltiples

Dolores Díaz Urbano (*)

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

Resumen: El objetivo aquí es brindar un aporte para la toma de conciencia de las variadas habilidades que poseemos y que puedan ser a la vez motivación para mejorar y potenciar nuestras capacidades en sintonía con las de otros. La reflexión acerca de la aplicación de las inteligencias múltiples en los grupos de trabajo, dan la alternativa de configuración de trabajos más eficientes. Este es un aporte que puede ser de gran valor en el momento de la generación de grupos de trabajo o de la expansión y crecimiento de estos grupos. El concepto de inteligencias múltiples, tan abordado hoy en día, se lo toma desde el punto de vista estrictamente de la enseñanza universitaria y del diseño, como una forma de acotar y focalizar.

Palabras claves: educación - inteligencia – multiplicidad – enseñanza – diseño – grupo.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 129]

Hipótesis

Las inteligencias múltiples aportan beneficios en la configuración eficiente de grupos integrales de trabajo de profesionales.

Introducción

En general, en la actualidad, los profesionales se espe-

cializan en determinadas áreas en las distintas disciplinas, a la vez que el mercado demanda profesionales generalistas, que puedan ser capaces de trabajar en cualquier área. La sociedad en su conjunto está en constante cambio, reclama profesionales con ambas cualidades que estén capacitados para llevar adelante el progreso actual, tanto desde una mirada diferenciadora y especí-

fica como desde una totalizadora y generalista.

Estos profesionales al poner en práctica sus conocimientos de manera integrada afrontan la situación actual del mercado. El trabajo en forma conjunta, coordinado entre ambos, especialistas y generalistas, hace que se alcancen mayores logros.

El análisis de la teoría de las inteligencias múltiples propuesta por Howard Gardner permite considerar inteligencias diferenciadas presentes en todas las personas en distintos grados y combinaciones según sus capacidades. Estos aportes dan la alternativa de tomarlas en cuenta para tener conciencia de las habilidades mentales que posee el grupo de trabajo en su conjunto según la combinación de inteligencias que poseen los integrantes. Así es como Gardner explica esta multiplicidad de la siguiente manera: "...la competencia cognitiva del hombre queda mejor descrita en términos de un conjunto de habilidades, talentos o capacidades mentales, que denominamos inteligencias ...refleja de forma más adecuada los datos de la conducta humana inteligente".¹ Y considera siete inteligencias que implican siete habilidades diferentes para resolver problemas o elaborar productos cada una con sus operaciones identificables. Estas son: la inteligencia musical, la cinético – corporal, la lógico - matemática, la lingüística, la espacial, la interpersonal y la intrapersonal. La observación de estas inteligencias en los grupos de trabajo puede aprovecharse para lograr una eficiente conformación del trabajo en equipo. Se considera al grupo de diseñadores como objeto de estudio en tres áreas de especialización, los diseñadores artistas, los diseñadores especializados en marketing y los diseñadores empresarios.

Desarrollo

Considerando el argumento de que los diseñadores artistas se caracterizan por desarrollar una sensibilidad para prefigurar situaciones en diferentes contextos, es así como se destacan en inteligencias más emocionales y que generalmente utilizan el hemisferio derecho del cerebro. Este diseñador no puede escapar de poseer grandes habilidades en la inteligencia espacial ya que es la que le permite los cálculos espaciales, resolver problemas espaciales visualizando la situación prefigurada desde distintos ángulos de manera mental sin necesidad de materializarla en forma. Además de la visualización espacial y orientación, se destacan en la precisión del reconocimiento de objetos, espacios, escenas y la observación minuciosa de los detalles. Además de esta inteligencia ineludible de su esencia de diseñador, para caracterizar a este tipo de diseñador se puede afirmar también que esta inteligencia se puede combinar con las inteligencias cinético – corporal, la musical y la intrapersonal.

La cinético – corporal como explica Gardner², realiza la habilidad de utilizar el propio cuerpo para expresar una emoción, que en el caso de un diseñador se interpreta en la creación de algo nuevo, ya sea un objeto, un espacio, una invención multimedia, todas en diálogo preciso entre su cuerpo y el objeto en cuestión, o en la interacción del propio movimiento con el ambiente que lo rodea.

El desarrollo de habilidades relacionadas con la inteligencia musical, a un diseñador le permite relacionar

variables del diseño en una mirada más compleja y unificadora, es decir entender al diseño desde una mirada específica y expresiva como es el sistema simbólico de la música.

El diseño debe cumplir con objetivos funcionales específicos en la proyección de lo que se esté creando por lo que debe conocer los intereses de a quien se está dirigiendo en la creación y observar el contexto donde está inserto. Por más que éste sea un aspecto propio que cualquier diseñador no debe eludir, el diseñador artista se diferencia por utilizar también la inteligencia intrapersonal. Según Gardner, ésta se caracteriza por conocer los aspectos internos propios de sí mismo, tomando contacto con las emociones propias, identificándolas y haciendo uso en la interpretación y orientación de acciones. Esta inteligencia permite al diseñador comprenderse y trabajar con uno mismo conectándose con sus emociones tales como euforia, irritabilidad, indiferencia, apatía, lentitud, depresión. En relación a esto, María Ledesma, especializada en comunicación y diseño, y refiriéndose a la disciplina del diseño gráfico afirma: "El diseño gráfico ha producido efectos sobre la percepción y la recepción. Más allá de los comportamientos buscados, el diseño gráfico ha generado conductas con él mismo en tanto ha modificado la visión con el receptor sobre el propio diseño".³ Daniel Goleman, quien escribió acerca de la inteligencia emocional a partir de la teoría de Gardner, habla del alfabetismo emocional, en el que las emociones pueden ser educadas: "El contenido de la Ciencia del Yo son los sentimientos, los propios y los que aparecen en la vida en relación. El tópico, por su propia naturaleza, demanda que...se concentren en la estructura emocional de la vida...".⁴ La idea de Ciencia del Yo de Goleman es precursora de ideas que se refieren al desarrollo social, las destrezas de la vida y el aprendizaje social y emocional. Y comparándolo con las ideas de Gardner de inteligencias múltiples, quien utiliza el término inteligencias personales para hablar tanto de la inteligencia intrapersonal como de la interpersonal, se establece un punto en común que es el objetivo de observar el nivel de aptitud social y emocional y al conjunto de destrezas para el conocimiento de uno mismo y del otro. Goleman reúne datos que comprueban un beneficio para la aptitud emocional en la comprensión de sí mismo y la acción de su conducta en consecuencia de su conocimiento:

"Autoconocimiento emocional. Mejora en el reconocimiento y la designación de las propias emociones. Mayor capacidad para entender las causas de los sentimientos. Reconocimiento de la diferencia entre sentimientos y acciones. Manejo de la emociones. Mayor tolerancia ante las frustraciones, y control del enojo... Más sentimientos positivos sobre ellos mismos... Mejor manejo del estrés... Aprovechamiento productivo de las emociones. Más responsabilidad. Mayor capacidad de concentrarse en la tarea... Menos impulsividad, mayor autocontrol".⁵

Respecto a los diseñadores especializados en marketing y los diseñadores empresarios se argumenta que sus capacidades de observación del contexto cultural, económico, social y sus capacidades de desarrollo de herramientas necesarias para llevar adelante las situaciones

proyectadas, son las que en general surgen de inteligencias que se asocian a la capacidad de distinción de las emociones y a las que utilizan el hemisferio izquierdo del cerebro, coincidentes con la postura psicológica tradicional. Estas capacidades se dan en diferentes grados marcando una diferenciación. Quienes desarrollan estas capacidades se encuentran aptos para enfrentar las situaciones de cambio que atraviesa el diseño inserto en la economía, la sociedad y la política.

El diseñador especializado en marketing utiliza mayormente la inteligencia interpersonal y Gardner al respecto señala a esta inteligencia como la capacidad de penetrar psicológicamente en las personas, brindando la siguiente reflexión: “La inteligencia interpersonal se construye a partir de una capacidad nuclear para sentir distinciones entre los demás: en particular, contrastes en sus estados de ánimo, temperamentos, motivaciones e intenciones”.⁶ Estas características hacen que una persona con habilidades en esta inteligencia pueda leer las intenciones y deseos de los demás aunque no estén visibles y Goleman coincide con Gardner en que esta inteligencia no depende del lenguaje y tiene una alta interacción social. Goleman comprueba esto a partir de la observación de los siguientes datos: “Empatía: Interpretación de las emociones. Mayor capacidad para comprender el punto de vista de otra persona. Mejora de la empatía y de la sensibilidad para percibir los sentimientos de los otros. Mejora la capacidad de escuchar.

Manejo de las relaciones personales. Aumento de la habilidad para analizar y comprender las relaciones. Mejora de la resolución de conflictos y de la negociación en los desacuerdos... Mayor habilidad y actitud positiva en la comunicación...”⁷

Los diseñadores con estas habilidades se destacan por generar cohesión en los grupos de trabajo, son líderes innatos y la organización es su forma natural de acción. Al ser expertos en reconocer los sentimientos del otro es que en lo laboral son ágiles para realizar conexiones accesibles con el público, con los clientes, con todo receptor con el que necesiten establecer una comunicación. De esta manera es que se destacan en el análisis social, la conexión personal, la negociación de soluciones y la organización de grupos.⁸

Este diseñador del marketing también se destaca por utilizar las dos inteligencias de la postura de la psicología tradicional, la inteligencia lingüística y la lógico matemática. La lingüística la maneja de manera prioritaria ya que resulta una capacidad indispensable para lograr sus objetivos en la acción laboral, el hecho de necesitar comunicarse efectivamente con el público en cuestión, la habilidad de la palabra le provee componentes en la resolución de sus objetivos persuasivos. La inteligencia lógico – matemática le brinda capacidades intelectuales de deducción y observación en el que según Gardner el proceso de solución puede ser totalmente invisible inclusive para quien lo resuelve: “...la naturaleza no verbal de la inteligencia. Puede construirse la solución del problema antes de que ésta sea articulada”.⁹ Esto refleja un proceso de resolución de problemas rápido en el que se manejan muchas variables en simultáneo, creando supuestos que son evaluados para ser aceptados o rechazados, representando así al concepto del

pensamiento científico.

Esta tipología de diseñador postula una adecuación a las características del mercado, refiriéndose a técnicas de conocimiento del mercado, de su comportamiento, de su segmentación y de sus necesidades; y de técnicas para el análisis de la competencia en cuanto a productos, marcas, sectores, estrategias, objetivos, planificaciones de acciones.

Se puede argumentar que los diseñadores empresarios coinciden mayormente en concurrir a las mismas inteligencias descritas en los diseñadores de la tipología anterior pero en grados inversos, con un desarrollo principal en la inteligencia lógico – matemática, más una necesaria inteligencia lingüística y las capacidades en la inteligencia interpersonal les agrega un plus diferenciador para poder comprender y manejar el negocio en su totalidad. Así es como la combinación de estas inteligencias dadas en esta jerarquía promocionan una coordinación entre las gestiones de intercambio de información, observación y articulación de diversos aspectos relacionados a la producción, la comercialización y la financiación. Reinaldo Leiro en sus escritos acerca de gestión estratégica de diseño reúne ambas tipologías en sus aseveraciones respecto del tema: “Es evidente que el marketing constituye un diseño y una construcción del mercado en función de los intereses de la empresa, conformando, en el mejor de los casos, un subsistema económico...”¹⁰.

Conclusiones

La incorporación de una mirada más globalizada a través de profesionales que abarcan en su conjunto lo multidisciplinar, no deja de lado la necesidad de la especialización, de ser expertos en cada una de las disciplinas individualmente. De esta manera, se refiere a los requerimientos de la población, alcanzando los objetivos de acción de manera más eficiente y satisfaciendo sus expectativas de acción. Esto resulta así, al tomarse conocimiento de la diversidad de capacidades mentales de cada profesional especializado y a su vez de la combinación resultante de las distintas capacidades de los grupos de profesionales. Así es como cada uno con sus habilidades mentales, conforman una complejidad de capacidades más eficiente en grupos de trabajo. Por lo tanto, habiendo tomado como objeto de estudio a los profesionales del diseño en tres áreas de especialización, se pudo observar que conocer las diferentes capacidades de los diseñadores artistas, los diseñadores especializados en marketing y los diseñadores empresarios, da la posibilidad de complementariedad en grupos de trabajo; otorgando así desarrollos específicos y a la vez ampliamente abarcativos y totalizadores, respondiendo a la demanda del mercado de profesionales generalistas.

En un análisis general de lo que ocurre en la actualidad cultural, social, económica se concluye coincidentemente con el pensamiento de Edward De Bono¹¹. Este reflexiona que se requiere de la habilidad de más de un tipo de pensamiento y que es necesaria la integración de ellos. Partiendo desde la base, que el pensamiento tiene como objetivo la acumulación de información y la mente se caracteriza por la creación de esquemas fijos de

conceptos, estos esquemas pueden ser reestructurados y ser actualizados objetivamente con nuevos datos. El pensamiento tradicional, permite mejorar estos esquemas y constatar su competencia, mientras que las inteligencias múltiples dan la accesibilidad en la creación de nuevos esquemas, reestructurando los esquemas ya existentes. Por lo tanto, en la multiplicidad de inteligencias existe la complementariedad en la diversidad, la complejidad, asegurando poder poseer habilidades en más de una inteligencia, lo que aporta la posibilidad de una enriquecedora conformación en los grupos de trabajo. De esta manera se verifica que conocer las capacidades en las inteligencias múltiples aporta beneficios en la configuración eficiente de grupos integrales de trabajo de profesionales.

Notas

¹ Gardner, Howard. *Inteligencia Múltiples. La teoría en la práctica. Capítulo 2: Una versión madurada.* Página 32. Editorial Paidós. 1983.

² Gardner, Howard. *Inteligencia Múltiples. La teoría en la práctica. Capítulo 2: Una versión madurada.* Página 36. Editorial Paidós. 1983.

³ Ledesma, María. *El diseño gráfico, una voz pública. Capítulo: Los efectos generales del diseño.* Página 49. Editorial Argonauta. 2003.

⁴ Goleman, Daniel. *La inteligencia emocional. Por qué es más importante que el cociente intelectual. Capítulo 16: Educación de las emociones.* Página 301. Editorial Vergara. 1995.

⁵ Goleman, Daniel. *La inteligencia emocional. Por qué es más importante que el cociente intelectual. Capítulo 16: Educación de las emociones.* Página 326. Editorial Vergara. 1995.

⁶ Gardner, Howard. *Inteligencia Múltiples. La teoría en la práctica. Capítulo 2: Una versión madurada.* Página 40. Editorial Paidós. 1983.

⁷ Goleman, Daniel. *La inteligencia emocional. Por qué es más importante que el cociente intelectual. Capítulo 16: Educación de las emociones.* Página 326. Editorial Vergara. 1995.

⁸ Goleman, Daniel. *La inteligencia emocional. Por qué es más importante que el cociente intelectual. Capítulo 8: Las artes sociales.* Página 146. Editorial Vergara. 1995.

⁹ Gardner, Howard. *Inteligencia Múltiples. La teoría en la práctica. Capítulo 2: Una versión madurada.* Página 37. Editorial Paidós. 1983.

¹⁰ Leiro, Reinaldo. *Diseño, estrategia y gestión. Capítulo 7: Territorios del diseño.* Página 127. Editorial Infinito. 2006.

¹¹ De Bono, Edward. *El pensamiento lateral. Manual de creatividad.* Editorial Paidós. 1986.

Referencias bibliográficas

- De Bono, Edward. *El pensamiento lateral. Manual de creatividad.* Editorial Paidós. 1986.

- Gardner, Howard. *Inteligencia Múltiples. La teoría en la práctica.* Paidós. 1983.

- Goleman, Daniel. *La inteligencia emocional. Por qué es más importante que el cociente intelectual.* Editorial Vergara. 1995.

- Ledesma, María. *El diseño gráfico, una voz pública.* Editorial Argonauta. 2003.

- Leiro, Reinaldo. *Diseño, estrategia y gestión.* Editorial Infinito. 2006.

Abstract: The article aims to contribute to bring back to consciousness our own skills which can be simultaneously motivation to improve and to enhance our capacities in syntony with others. The reflection on multiple intelligences application in work groups, allows the configuration of more efficient works. This it is a contribution that can be of great value at the time of the generation of work groups or expansion and growth of these groups. The concept of multiple intelligences, so boarded nowadays, is approached from the point of view of both university education and design in order to focus the analysis.

Key words: education - intelligence – multiplicity –teaching – design – group.

Resumo: O objetivo aqui é brindar um contribua para a tomada de consciência das muitas habilidades que possuímos e que possam ser ao mesmo tempo motivação para melhorar e potenciar nossas capacidades em sintonia com as de outros. A reflexão a respeito da aplicação das inteligências múltiplas nos grupos de trabalho, dão a alternativa de configuração de trabalhos mais eficientes. Este é um contribua que pode ser de grande valor no momento da geração de grupos de trabalho ou da expansão e crescimento destes grupos. O conceito de inteligências múltiplas, tão abordado hoje em dia, toma-lho desde o ponto de vista estritamente do ensino universitário e do design, como forma de reduzir e concentrar-se.

Palavras chave: educação – inteligência – multiplicidade – ensino – design – grupo.

(*) **Dolores Díaz Urbano.** Diseñadora Gráfica (UBA). Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento de Diseño Visual de la Facultad de Diseño y Comunicación.

La evolución del rol docente frente a los cambios sociales y tecnológicos

Nicolás Ferrón (*)

Resumen: A partir del término evolución se realiza la reflexión, circunscribiendo el análisis, al impacto de los cambios sociales y tecnológicos, en la tarea áulica, tanto de estudiantes pero básicamente de los profesores. En este marco, se argumenta sobre los

Fecha de recepción: julio 2010

Fecha de aceptación: septiembre 2010

Versión final: noviembre 2010