

Estrategias de enseñanza aplicadas a la asignatura Campañas en Puntos de Venta

Fecha de recepción: agosto 2011
Fecha de aceptación: octubre 2011
Versión final: diciembre 2011

Ernesto Raúl Caragliano (*)

Resumen: El objetivo de este ensayo es presentar estrategias de enseñanza, en particular aquellas aplicadas en el “aula taller” tomando conceptos de distintos autores.

El autor muestra un caso concreto de estrategia a través de la presentación de contenidos de la asignatura Campañas en Puntos de Venta basándose en la síntesis teórica de un tema, la visualización de ejemplos para afianzar los contenidos y la elaboración de mapas conceptuales con el fin de integrar los nuevos conocimientos y permitiendo aplicar el “aprendizaje activo”.

Palabras clave: aula taller – visualización de ejemplos – ambiente facilitador – incorporación de nuevos conocimientos – estrategias.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 32]

Quiero destacar que, entre los numerosos y valiosísimos aportes de contenidos brindados en el Programa de Capacitación Docente y en especial por la asignatura Introducción a la Estrategias de la Enseñanza, es habernos vuelto a ubicar a los profesores participantes en el rol del alumno, por un instante.

Esta simple y magnífica experiencia ha sido un gran aporte ya que nos ha podido advertir y recrear, la complejidad de situaciones por las que atraviesan hoy los alumnos y los profesores al momento de poner en marcha el circuito enseñanza-aprendizaje, para la realización de los trabajos prácticos y en el estudio de las diversas variantes de estrategias de enseñanza.

Un disparador que me resultó muy interesante fue la grabación y posterior desgrabación de una de mis clases, para más tarde realizar un análisis de las estrategias utilizadas durante la misma.

Así, fue como muchas creencias, prácticas y antiguas teorías comenzaron a ser revisadas, buscando que de una manera más accesible los alumnos empiecen a construir significados a partir de ejemplos y evocaciones, insertándolos en un “ambiente facilitador” (concepto winnicottiano por excelencia) (Perkins y Tishman, 1994). Interpretando, sobre todo, la barrera cultural que para este tipo de materias significa el hecho que un número significativo de alumnos provenga de otros países, y de este modo hacer atractiva la enseñanza rompiendo con el tedio y el aburrimiento y como señala Edith Litwin (2009), al desarrollar el tema “La dinámica teoría-práctica en la Educación Superior”.

Por ello, considero que el aula-taller es una muy buena alternativa para aplicar la práctica en nuestras clases de manera ordenada. Porque según Litwin (2009), la teoría y la práctica se expresan desde la pura práctica, aunque: “el problema mayor que tenemos es cuando las prácticas generan aburrimiento”.

Análisis de una clase real

La clase analizada (perteneciente a la materia Campañas en Punto de Venta cuyos alumnos cursan el primer año de estudio) fue partiendo de contenidos aprendidos en

la clase anterior: “La implantación en el punto de venta” (¿Qué es un espacio de venta?, requisitos esenciales, ejemplos; por tamaño; ubicación; secciones mínimas de un establecimiento; localización), desarrollar los elementos esenciales de la gestión del surtido (clasificación, dimensiones, selección, composición y análisis del surtido, codificación del surtido y codificación de barras)

El objetivo central de la clase fue continuar dinamizando la tarea de las duplas creativas, a través del trabajo cooperativo, similar a que realizan en las agencias de comunicación, transitando desde su lugar de consumidores a decisores. Se llevaron a cabo varias actividades de extensión que se resolvieron en: la confección de *layouts* de escenarios y planogramas de secciones o góndolas, y realización de un trabajo práctico que resolviera la implantación definitiva del producto seleccionado.

Este trabajo práctico es un segmento que permite a los alumnos continuar con su trabajo en duplas desarrollado durante toda la cursada para la elaboración de su Campaña de Comunicación Integrada, presentarla en el Ciclo de Presentaciones Profesionales, en forma oral, y luego en forma escrita como parte del Trabajo Práctico Final.

Según Eggen y Kauchak (1999), “la coherencia entre actividades, objetivos y contenidos tiene que ver con el alineamiento de la enseñanza”. Y aunque parezca simple, es notable cómo muchas veces los objetivos y las actividades para el aprendizaje no son coherentes.

Mi estrategia de presentación de los contenidos se basó en una síntesis teórica del tema (narración), en la visualización de ejemplos para afianzar los contenidos (a través de la presentación de *sliders* y fotos comparativas), y en la elaboración conjunta de un mapa conceptual, que permitió a los alumnos ingresar a los nuevos conocimientos. Se agregó luego el uso como recurso de un Power Point (elaborado con anterioridad para reforzar la comprensión de los nuevos conocimientos, que junto con el comienzo a tiempo son dos premisas importantes de una organización efectiva, según los mismos autores).

Es básicamente en este punto que elegí entonces hacer

foco e intentar que aprendan no sólo desde el marco teórico sino desde lo experimental teniendo ellos mismos que atravesar por un proceso meta cognitivo, y por constatar a cada instante que lo que veían en clase se reflejaba en la realidad y que no siempre el aprendizaje presupone de un marco teórico sino que hay diversas formas de aprender.

La utilización de este recurso fue una opción interesante para los alumnos, acostumbrados al uso frecuente de la tecnología es atractivo para ellos. Sin olvidarnos que debemos alternar las herramientas para no aburrirlos y generar nuevas expectativas. Me interesa mucho la “enseñanza activa” que proponen los autores antes mencionados, donde el docente está comprometido directamente con el aprendizaje del alumno mediante el proceso de dar ejemplos y otras representaciones, hacer preguntas que requieran mucho más que la sola memorización, entre otras cosas.

De allí que como señala Pasel (1993) “el planificar cuidadosamente prepara al docente para organizar el proceso de enseñanza-aprendizaje y elegir en cada momento el objetivo más importante, el contenido más conveniente, la técnica más oportuna” Ahora bien, para que se produzca el aprendizaje, es necesario que los alumnos tomen conocimiento de sus propias ideas. Por otra parte, desde la perspectiva cognitiva de Eggen y Kauchak, (1999) “después del rol del docente, los alumnos son el segundo factor que influye en la elección de una estrategia, buscando que aprendan de manera activa”. Nuestro diario desafío es conocer bien a los estudiantes, sus necesidades e intereses, habida cuenta que son muy cambiantes y los grupos son muy heterogéneos, para así formular objetivos, orientando estas dos cuestiones a la selección de los contenidos y a las estrategias de enseñanza.

Reflexiones

Luego de participar de este programa de capacitación considero que tengo que rever algunos objetivos planteados en la planificación.

La bibliografía que leí y las clases en la que participé, me llevan a reflexionar sobre la selección de contenidos. Pasel (1993) afirma también que de esto pueden participar los alumnos, debido a que diversos contenidos pueden usarse para lograr la misma meta educativa. Esto quisiera profundizarlo. Deduzco que la participación en la elección de algún contenido por parte de los alumnos entre ciertas posibilidades que les presente, y seguramente reforzará la motivación de estudiar y permitiendo aplicar el aprendizaje activo.

También evalué que para el momento de realizar la planificación, citando la misma autora quien dice que “conjuntamente con las características del grupo, los objetivos y los contenidos, se tienen en cuenta el tiempo, los recursos de la infraestructura escolar, las actividades, las formas de evaluación y el método” (Pasel, 1993) En cuanto al tiempo, el tiempo establecido para cada clase considero que es suficiente para desarrollar la tarea, aunque el formato del aula no sea el más conveniente para el dictado de esta clase. Claro que, si no se planifican de forma creativa, pueden resultar tediosas. Por ello, siempre intercalo teoría y práctica, planifican-

do sus distintos momentos.

Desde el aprendizaje activo, justamente la propuesta es el cambio de este paradigma, es saber que el conocimiento ya no es propiedad exclusiva del maestro, más aún en estos tiempos en que la información está al alcance de todos. Este es un verdadero desafío, cambiar, probar, incorporar esta metodología a nuestras clases sin temores ni prejuicios

El eje de las actividades son los objetivos y no los contenidos, y el trabajo individual y grupal se complementan. Un valor interesante del aula-taller es la posibilidad de cometer errores y tener dudas. Comparto con la autora que el aula es el ámbito para que esto se manifieste, ya que estamos en un proceso de enseñanza-aprendizaje, y estas instancias forman parte de ello. Esta estrategia de enseñanza también permite vivencias emocionales y de acción, porque el trabajo en grupos posibilita el intercambio de opiniones, el conocimiento entre los pares, la posibilidad de desarrollar otras inteligencias (como las que postula Gardner, la inteligencia emocional, por citar alguna).

Propuesta de mejoramiento

Encuentro algunos aspectos que se pueden mejorar para lograr mejores resultados: perseverar en la utilización de casos contemporáneos a la cursada, para estudiar el caso y resolución de problemas. Una propuesta para esta clase es el desarrollo de un caso referido a una “Campaña Promocional llevada a cabo por una Agencia de Servicios Integrales”, donde la implantación en el punto de venta tenga una importancia vital en un mercado hipercompetitivo. La elección de la estrategia creativa por parte de la agencia en base a los objetivos de marketing de la empresa puede ser motivo de análisis y reflexión, asimismo las posibles opciones a la respuesta dada también pueden ser cuestión de estudio. En cuanto a la estrategia de resolución de problemas (si en el caso planteado anteriormente dejamos fuera la solución de la campaña) podemos utilizar esta herramienta. Realizando preguntas críticas y proponiendo a los alumnos identificar lo que saben, lo que no saben y lo que necesitan saber, para concluir formulando y exponiendo una o dos soluciones alternativas (dinamizando esta actividad con el lanzamiento de nuevos productos en el mismo mercado o con campañas de respuesta de marcas competitivas), ejerciendo las otras duplas un rol de evaluador de las presentaciones realizadas por los otros grupos, una técnica muy interesante, que permite una dinámica de grupo atractiva.

Conclusión

Como formador de jóvenes es importante repensar sobre nuestra práctica, ya que ellos todavía pueden ser influenciados por nuestro ejemplo, nos observan y esperan raciocinio en nuestras acciones, que buscan, a través de nuestro trabajo, visualizar un futuro cada vez menos incierto.

Debemos reinterpretar lo que ha variado: el lenguaje visual, en la codificación del mensaje, los tiempos de exposición, lo vertiginoso de los cambios, sin dejar de lado lo que permanece inmutable, la misión de formar personas íntegras, éticas, con una visión humanística

y competitiva internacionalmente en su campo profesional, que al mismo tiempo sean ciudadanos comprometidos con el desarrollo económico, político, social y cultural de su comunidad y con el uso sostenible de los recursos naturales nuestra práctica actual generar cambios, construir paradigmas, darnos la oportunidad de innovar, de rehacer, de crear, de inventar métodos que nos permitan formar alumnos con la capacidad de reflexión, de análisis, de cambio personal y social.

“Son las tareas de aprendizaje las que posibilitan a los alumnos transitar por procesos de aprendizajes genuinos que favorezcan a la comprensión, reduciendo el aprendizaje frágil e inerte” (Perkins, 1997)

Es un reto crear curiosidad en los alumnos, permitir y darles la oportunidad para que ellos busquen la otra pieza del rompecabezas, que ellos mismos llenen sus vacíos de conocimientos con una guía pedagógica. Hacer de la educación un arte y una responsabilidad por sobre todas las otras disciplinas, por que será esta la que nos permita ser un país con posibilidades e igualdades.

“La gente aprende más cuando tiene una oportunidad razonable y una motivación para hacerlo” (Perkins 1997)

Referencias bibliográficas

- Brito Alarcón, M. (2004) “Artículo nativo digitales, inmigrantes digitales”. Ensayo
- Cosentino, C. Apuntes de clases: Introducción a las Estrategias de Aprendizaje Universidad de Palermo; (2010)
- Eggen P. y Kauchack D. (1999). *Estrategias docentes*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Litwin, E.; Videoconferencia “La dinámica teoría práctica” en la Educación Superior”; Jornadas AIES (Asociación de Institutos de Educación Superior”; octubre 2009.
- Pasel, S. (1993). *Aula Taller*. Buenos Aires: Aique
- Perkins D, Tishman S, Jay E. (1994). *Un Aula para pensar*. Buenos Aires: Aique.
- Perkins, D. (1997) *La escuela inteligente*. Barcelona: Gedisa.

Nota: Este trabajo fue producido en la asignatura Introducción a las Estrategias de Enseñanza del Programa de Formación y Capacitación Docente en el año 2010.

Abstract: The aim of this test is to present strategies of education, especially those one applied in “classroom workshop” taking concepts of different authors.

The author shows a concrete case of strategy through the presentation of contents of the subject Campaigns in Points of Sale being based on the theoretical synthesis of a topic, the visualization of examples to guarantee the contents and the production of conceptual maps in order to integrate the new knowledge and allowing to apply the “active learning”.

Key words: classroom workshop – visualization of examples – environment facilitator – incorporation of new knowledge – strategies.

Resumo: O objetivo deste ensaio é apresentar estratégias de ensino, em particular aquelas aplicadas na “sala de aula” tomando conceitos de diferentes autores.

O autor mostra um caso concreto de estratégia através da apresentação de conteúdos da matéria Campanhas em Pontos de Venda baseando-se na síntese teórica de um tema, a visualização de exemplos para afianzar os conteúdos e a elaboração de mapas conceituais com o fim de integrar os novos conhecimentos e permitindo aplicar o “aprendizagem activa”.

Palavras chave: workshop de sala de aula – visualização de exemplos – ambiente facilitador – incorporação de novos conhecimentos – estratégias.

(*) **Ernesto Raúl Caragliano.** Licenciado en Publicidad. Licenciado en Relaciones Públicas. Profesor de la Universidad de Palermo en el Departamento de Comunicación y Creatividad Publicitaria de la Facultad de Diseño y Comunicación

Aportes a la enseñanza de la realización en video y cine

Marcelo Lalli (*)

Fecha de recepción: agosto 2011
Fecha de aceptación: octubre 2011
Versión final: diciembre 2011

Resumen: La siguiente monografía aborda una propuesta de enseñanza de esta actividad enmarcándose dentro de determinados conceptos obtenidos del material bibliográfico mas adelante citado. Debido a considerar al lenguaje cinematográfico tan fascinante como complejo, encuentro que a su vez, la transmisión de los elementos que componen su universo conceptual no solo plantea a su vez una complejidad propia y nueva, sino que requiere del servicio de nuevas formas de enseñanza, ya que no solo consiste en nuevos conceptos de acuerdo a los tiempos que corren sino en nuevos tipos de articulación entre esos conceptos. Tratándose de la simultaneidad de factores ya sea creativos, tecnológicos sociales o de mercado, la debida focalización para encontrar distintos puntos convergentes exige, si de transmitirlos se trata, del estudio y la aplicación de estas técnicas innovadoras de enseñanza a tono con lo innovador y abarcador de las formas que plantea el relato filmico.

Palabras clave: registros sensoriales – expresiones emocionales – racionalidad – cine.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 34]