

a mi parecer es la síntesis que vincula todo su recorrido a lo largo del año 66. Año en el que empezó siendo un espectador de las *happenings* de Nueva York, pasó por la crítica y el entendimiento de que era necesario una etapa superadora en el arte de vanguardia, que apunte a analizar el propio medio dentro del mensaje y año en que terminó utilizando esta obra como elemento de respuesta a las críticas que no llegaron a entender la obra conceptual como un hecho completamente vinculado a la situación social. “Se acabó la contemplación estética, porque la estética se disuelve en la vida social”. En conclusión el año 66 fue un año clave en el arte de vanguardia argentino y Oscar Masotta fue sin duda una figura clave en la transición hacia el arte de los medios de comunicación de masas. Muchos autores plantean este momento de Masotta como otra etapa de su desarrollo, en donde se corrió de sus trabajos sobre Lacan o Sartre, para acercarse a lo que sucedió por los alrededores del Instituto Di Tella.

#### Referencias bibliográficas

- Masotta Oscar (2004) *Revolución en el arte*. Buenos Aires: Edhasa.
- Primera Plana, Año VI, N° 260, 19 de diciembre de 1967
- Revista Ramona, N° 45, Buenos Aires. Septiembre de 2004

**Abstract:** This text points to analyze the artistic history in the massive mass media, centered on the production of the recognized artist Oscar Masotta. The introducer of new ideas in the artistic field, of the semeiology, of the study of the language and together with Eliseo Verón, one of the first ones in analyzing socially the phenomenon of the massive mass media in relation to the public and the hearing “the medium is the message”, a cut centered in its tour on the year ‘66, the historical year in the artistic forefront in Argentina and worldwide.

**Key words:** Oscar Masotta – art in mass media – happening – mass media – artistic forefront in ‘60s.

**Resumo:** O trabalho aponta a analisar a história artística nos meios em massa de comunicação, centrado na produção do reconhecido artista Oscar Masotta. Um introduzidor de novas ideias no campo artístico, da semiologia, do estudo da linguagem e junto a Eliseo Verón, um dos primeiros em analisar socialmente o fenômeno dos meios em massa de comunicação em relação ao público e a audiência “o médio é a mensagem”. Um recorte centrado em seu percurso no ano ‘66, ano histórico na vanguardia artística na Argentina e a nível mundial.

**Palavras chave:** Oscar Masotta – arte nos meios – happening – médios em massa de comunicação – vanguardia artística nos 60.

(\*) **Juan Ignacio Acevedo.** Diseñador de Imagen y Sonido (UBA). Maestría en Diseño Comunicacional (UBA). Maestría en Comunicación Audiovisual (UCA, en curso)

## De docente a coach-docente: nuevo enfoque de la docencia

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

Gabriela Martínez de Ibarreta (\*)

**Resumen:** Nuevo enfoque del docente en la educación tomando el rol de *coach* para lograr que los alumnos sean responsables del aprendizaje, estableciendo sus propias metas, capacidades para lograrlas, fomentando la responsabilidad, autonomía, autogestión, poder, escucha activa, desarrollo de creatividad.

**Palabras clave:** método – *coaching* – *coachee* – rendimiento – acción.

[Resúmenes en inglés y portugués en la páginas 206 y 207]

Hoy se habla de *coaching* empresarial, *coaching* organizacional, *coaching* nutricional, *coaching* deportivo, *coaching* financiero, *coaching* para equipos ágiles y por que no también de *coaching* aplicado a la educación desde el nivel inicial hasta universitario.

#### ¿Cuál es el origen del *coaching*?

Se remonta a Sócrates y la Mayeutica, Sócrates ayudaba a otros a descubrirse a través del arte de hacer preguntas, desde esta perspectiva las personas tienen la capacidad o potencial para descubrir las respuestas por sí mismos. De aquí surge la importancia de hacer preguntas para la adquisición del conocimiento de las

personas. De Platón se reconocen las estructuras de sus diálogos como sesiones primitivas de *coaching*. Las preguntas y la escucha activa son las dos habilidades más importantes que debe manejar un *coach*. De Aristóteles se reconoce que el hombre puede llegar a ser lo que desee, se debe recorrer el camino entre donde se está y a donde se quiere llegar. Ese llegar a lo que se quiere ser se logra a través de la acción. Otra influencia es de la filosofía existencialista ya que se busca el qué y el cómo y no el por qué de las cosas y las conductas. De la psicología humanística se han recibido enseñanzas prácticas como el reconocimiento de que cada persona es única, búsqueda de significados y no explicaciones,

la persona se plantea a qué se quiere llegar partiendo del presente al futuro, motivación por superación, la relación *coach-coachee* se construye bajo el pilar de la confianza mutua.

En EE.UU comenzó en el deporte, con Timothy Gallwey, quien descubrió que el principal enemigo de los deportistas era su propia mente. Desarrolló una metodología de entrenamiento llamada El Juego Interior, decía: “Siempre hay un juego interior en tu mente, no importa qué esté sucediendo en el juego exterior. Cuán consciente seas de este juego podrá marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso en el juego exterior”. Luego en Gran Bretaña John Whitmore lo adaptó para aplicar en la organización y a nivel personal.

Pero ¿cuál es el significado del *coaching*?

Se trata de un proceso de comunicación en el que el *coach* (conductor, entrenador) ayuda a su cliente (*coachee*) a mejorar su rendimiento y ser lo que el cliente quiere ser, rompiendo las barreras de sus limitaciones, miedos y creencias.

Según John Whitmore, “es el método para mejorar el rendimiento de las personas”.

La principal herramienta con la que cuenta el *coach* son las preguntas potenciadoras que permiten que el *coachee* descubra sus posibilidades y pueda llevar a cabo las acciones que le permitan lograr sus objetivos. El *coach* ayuda a sacar todo el potencial que la persona tiene y no lo sabe que tiene o no se anima a experimentarlo.

El pensamiento, el lenguaje y la acción son fundamentales en el proceso de *coaching* y determinan el ser y hacer.

El *coaching* es un proceso de cambio que hace pasar a la acción

Los tres pilares del *coaching* son los objetivos, las creencias y los valores.

Las creencias son generalizaciones que hacemos acerca de nosotros mismos y en la realidad que nos circunda, que aceptamos como verdaderas y acaban gobernando nuestra forma de actuar y de entender el mundo. Los valores son los principios fundamentales de la vida de las personas y están presentes en lo que la persona quiere. ¿Quién interviene?

El *coach* es quien dirige el encuentro, proponiendo la metodología.

El *coachee* o cliente es quien quiere mejorar algún aspecto de su vida personal o laboral.

El *coaching* educativo tiene como objetivo mejorar y optimizar el desarrollo personal y profesional de los individuos involucrados en el proceso de aprendizaje. Tiene tres pilares fundamentales del *coaching* educativo y ellos son:

- *Coaching* familiar. Formación de padres y madres usando las herramientas del *coaching* en la educación de sus hijos, transmitiéndoles valores, compromiso en sus tareas, disciplina en su accionar.
- *Coaching* en las aulas. Formación del docente como asesor académico.
- *Coaching* a los alumnos. La formación de alumnos *coachees*, que les permita desarrollarse en forma efectiva y les permita alcanzar sus metas aprendiendo a vencer las dificultades que se les presenten.

El docente puede ser más un facilitador o *coach*, que un enseñante o experto, como en el modelo tradicional. La tutoría tradicional aplicada a la educación superior, o la tutoría del eLearning, puede aplicarse bajo el enfoque de *coaching* tomando el tutor un lugar muy fuerte.

Los alumnos son los responsables del proceso de aprendizaje. El alumno es el protagonista principal de la historia, es el responsable de sus decisiones y el docente anima, escucha y lo motiva a la acción para alcanzar sus objetivos.

Como dice Leonardo Wolk en El Arte de Soplar Brasas, “... aprender no es sólo tener información, aprender es expandir nuestra capacidad de acción efectiva...”.

Vincula aprendizaje con acción, se habla de acciones efectivas para llevar a la práctica lo aprendido, no queda en un mero conocimiento. El alumno debe experimentar lo aprendido.

El docente debe ayudar al alumno a definir sus objetivos académicos, sus recursos, a diseñar su futuro, a cambiar las creencias que no le permiten el logro de sus objetivos.

Debe acompañarlo en el recorrido del camino desde donde está hasta donde quiere estar, proporcionando herramientas para transitar ese camino y optimizar sus rendimientos en todas las áreas.

El docente cuenta con numerosas herramientas para poder llevar a cabo esta transformación en sus alumnos trabajando la escucha activa, los miedos, los pedidos, el poder personal, hábitos, estados de ánimo, etc. Se planifican conjuntamente las metas y objetivos que se quieren conseguir tanto a nivel grupal como individual. Deben trabajar en un clima de motivación para que el grupo se sienta seguro en el proceso, deben animarse en el proceso de cambio. Los objetivos deben ser fácilmente medibles. Al hacer el seguimiento del proceso debe haber un espacio de reflexión para que cada uno valore sus propios recursos y las áreas de mejora.

Lo formación de un buen profesional no solamente consiste en los conocimientos adquiridos durante el pase por la institución educativa sino también en la contribución en su formación como ser humano.

#### Referencias bibliográficas

- Bou Pérez, Juan Fernando (Tercera Edición). *Coaching para Docentes – El desarrollo de habilidades en el aula*, Editorial Club Universitario.
- *Material del El coaching en la Educación*, por Álvaro Montes encontrado en [www.dialogos-en-educacion.org](http://www.dialogos-en-educacion.org).
- Material de la página [www.coachingparaempezar.es](http://www.coachingparaempezar.es).
- Ravier, Leonardo (2005) ¿Cuál es la historia del Coaching?, Publicación en *Coaching Magazine* Nro. 1
- Wolk, Leonardo (2003). *El arte de Soplar Brasas*, Gran Aldea Editores.

**Abstract:** New approach of the Teacher in the education taking Coach's role to achieve that the pupils are responsible for the learning, establishing his own goals, aptitudes to achieve them, promoting the responsibility, autonomy, auto-management, power, active listening, development of creativity.

**Key words:** method – coaching – coachee – performance – action.

**Resumo:** Novo enfoque do Docente na educação tomando o papel de treinador para garantir que os alunos sejam responsáveis da aprendizagem, estabelecendo suas próprias metas, capacidades para atingir, fomentando a responsabilidade, autonomia, autogestão, poder, escuta ativa, desenvolvimento de criatividade.

**Palavras chave:** treinamento – coachee – método – treinamento – coachee – rendimento – ação.

(\*) **Gabriela Martínez de Ibarreña.** Licenciada en Sistemas (Universidad CAECE). Especialización en Conducción de Sistemas de Información (Universidad de Belgrano). Se desempeña en el sector Dirección de Tecnología – PeopleSoft en la Universidad de Palermo.

## Emprendedores creativos en Diseño y Comunicación

Juliana Cavaliere (\*)

Fecha de recepción: agosto 2011

Fecha de aceptación: octubre 2011

Versión final: diciembre 2011

**Resumen:** El presente texto hace referencia al proyecto Pedagógico “Emprendedores Creativos” de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. El mismo establece la relevancia del rol del emprendedor y de los modos de iniciar un nuevo negocio haciendo hincapié en la importancia del desarrollo de un plan de negocios como herramienta estratégica para el éxito de un emprendimiento.

**Palabras clave:** emprendedor – valor económico – desafío – fracasos – éxitos.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 208]

Emprededor, *entrepreneur*, es una palabra que no solo esta de moda sino que es el motor de una economía. En Latinoamérica y hoy más que nunca en los pasillos de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Estoy más que orgullosa del nuevo proyecto que nos involucra a todos los que somos parte de la Facultad de Diseño y Comunicación.

Y por supuesto desde nuestro rol docente es *leimotiv* para que lo debatamos en clase, principalmente en razón del Proyecto Pedagógico que nos incumbe.

Cuando hablamos de emprendedores, antes que nada tenemos que dejar en claro algunos conceptos. Emprendedor, en el ámbito de los negocios es aquél que tiene la capacidad de generar valor económico para su negocio y para la sociedad.

Y aquí es donde entramos en un campo de debate, de algunas controversias u opiniones diferentes.

El que tuvo una idea brillante, pero no pudo implementarla es un emprendedor? El que soñó con algo espectacular y maravilloso pero nunca se animó a llevarlo a cabo, es un emprendedor? El que no saca la idea del papel, podría hacerse llamar *entrepreneur*?

Qué complejo es contestarlo y hasta a veces incómodo dar una respuesta ante semejante pregunta. Muchas veces nos encontramos ante un sueño maravilloso, pero que la persona ha creado algo tan lindo y perfecto que no logra encontrar el momento ideal para empezar. Diseñan sueños maravillosos y perfectos, mundos ideales, paraísos de la bondad y de la fortuna, pero que lamentablemente nunca han salido del papel.

Y es aquí que quiero decirles que un punto clave y no menor del arte de emprender es del de animarse a creer

en su proyecto. Algunos lo han logrado desde la necesidad, otros desde un enfoque comercial detectando oportunidades, otros porque logró estar en el momento indicado en el lugar preciso. Otros, porque emprender fue una cuestión de supervivencia.

Según algunos autores, se puede llamar emprendedor a aquella persona que sea capaz de identificar oportunidades, organizar recursos y crear organizaciones. Y esto será suficiente? Un tema clave es que el emprendimiento sea sostenible en el tiempo y que el emprendedor sea capaz de generar valor para una economía a través de su negocio. Complejo, no? Cómo podrá uno afrontar tantas responsabilidades si simplemente ha tenido una buena idea? Cómo será uno capaz de proyectarse si se está inmerso en un contexto de inestabilidad, dudas, interrogantes y faltas de respuestas?

Hay un aspecto a considerar en el emprendedor y que es sumamente importante: es el aspecto psicológico.

La base es creer en lo que uno esta haciendo. Si no soy capaz de defender mi sueño o idea, como podré hacerlo posible?

La mente humana está llena de misterios, curvas y dudas. Maslow, cuando habló de la jerarquía de las necesidades del ser humano, dejó en claro que debemos recordar siempre que el hombre es un ser emocional. Y que no siempre todo lo que uno puede explicar a través de una pirámide donde se establece cuales son las necesidades básicas del ser humano, es el camino posible para llegar a las necesidades estéticas y así encontrar respuesta para todas ellas para los que estamos inmersos en este mundo. Según Maslow, debemos comprender que las necesidades humanas suelen respetar un orden