

medio, posibilita un trabajo reflexivo y de introspección por parte de los participantes y como fin en sí mismo, al desplegarse conocimientos técnicos específicos para la conformación y consolidación del objeto estético.

Todo ello, teniendo siempre en vista la estructura propulsora y sostén de la propuesta basada en el sentir, el pensar y el hacer.

El conocimiento de la relación existente entre el universo de la imagen y el contenido, como construcción de pensamiento y sensibilidades, es un factor sustancial en el desarrollo evolutivo de los jóvenes; profundizándose actualmente dada la confluencia e interrelación de discursos y lenguajes que hacen más permeables los campos de acción, ampliando las dimensiones disciplinares y generando una dinámica de cambio permanente. Por todo ello, la propuesta puntualiza en una práctica pedagógica que integra los aspectos cognitivos y emocionales, siendo el eje comunicacional primordial para su abordaje; y recorriendo a su vez un camino creativo que favorece el pensamiento divergente y promueve una actitud reflexiva.

Referencias bibliográficas

- Aumont, J. (1992). *La imagen*. Ediciones Paidós. Buenos Aires.
- Argerami, O. (1968). *Creación artística*. Esquemas. Buenos Aires.
- De Bono, E. (2006). *Seis sombreros para pensar*. Ediciones Granica. Buenos Aires.
- Gardner, H. (2005). *Inteligencias múltiples*. Ediciones Paidós. Buenos Aires.
- Perkins, D. (2008). *La escuela inteligente. Del adiestramiento de la memoria a la educación de la mente*. Gedisa Editorial. Buenos Aires.
- Pichón-Riviere, E. (2003). *Teoría del Vínculo*. Nueva Visión. Buenos Aires.
- Vygotsky, L. (2006). *Psicología del Arte*. Editorial Paidós. Buenos Aires.

Nota: Esta comunicación fue presentada por su autora

en la comisión 2.1 [B] Metodología del Diseño (ver p. 19) de la Primer Edición del Congreso en Creatividad, Diseño y Comunicación para Profesores y Autoridades de Nivel Medio 'Interfaces en Palermo'.

Abstract: From a holistic perspective of learning and considering the development of the student raises the articulation between feeling, thinking and doing in the context of the practice of teaching and audiovisual production analysis at the middle level. The proposal focuses on a pedagogy that integrates cognitive and emotional aspects when designing a proposal for work in which students are initiated into the knowledge of audiovisual walking a path that favors creative divergent thinking and promotes a reflective attitude.

Keywords: school - audiovisual production - cognition - education - communication - thinking - creativity - Technology - Classroom

Resumo: Desde uma perspectiva holística da aprendizagem e considerando o desenvolvimento integral do estudante propõe-se a articulação entre o sentir, o pensar e o fazer no marco da prática do ensino de análise e produção audiovisual no nível médio. A proposta centra-se em uma pedagogia que integra os aspectos cognitivos e emocionais ao momento de desenhar uma proposta de trabalho na qual os estudantes se iniciam no conhecimento da linguagem audiovisual percorrendo um caminho criativo que favorece o pensamento divergente e promove uma atitude reflexiva.

Palavras chave: escola - produção audiovisual - cognição - educação - comunicação - pensamento - criatividade - tecnologia - sala de aula.

(*) **Laura Couto:** Licenciada en Artes Visuales, IUNA. Profesora de Arte, IUNA. Programa de Posgrado en Educación, UBA. Posgrado en Gestión y Administración Cultural, IUNA. Diseño y Coordinación de Programas Educativos y Culturales en gestión pública, privada y organizaciones sociales.

Consultoría en el Aula: Plan estratégico de desarrollo para un emprendimiento.

Fecha de recepción: julio 2013
Fecha de aceptación: septiembre 2013
Versión final: noviembre 2013

Daniela Elstein (*)

Resumen: Uno de los desafíos más importante al que se enfrentan los docentes, es el lograr un aprendizaje aplicado. Se debe buscar la motivación intrínseca del alumno para no caer en ninguna de las dos grandes deficiencias en los resultados de la Educación, según lo expone, con gran acierto, Perkins: los estudiantes no recuerdan lo que han aprendido, o no lo pueden aplicar; y no logran incorporar el pensamiento reflexivo. Una excelente opción es el desarrollo de un taller como sistema de enseñanza.

Palabras clave: taller - emprendimiento - estrategia pedagógica - reflexión.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 61]

Introducción

“Estudiar Marketing de la Moda significa capacitarse para evaluar y seleccionar las oportunidades del mercado y establecer estrategias en un sector en que la innovación es continua y competitiva...”

Este es el objetivo definido y compartido de una de las carreras más nuevas de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Se puede apreciar claramente, como ocurre con todos los planes de estudios desarrollados en esta organización, que se busca formar un profesional competitivo, para el mercado actual y futuro.

Continúa: “Un egresado en Marketing de la Moda de nuestra facultad se encuentra capacitado para identificar, evaluar y seleccionar oportunidades de mercado, establecer estrategias óptimas de comercialización, comunicación, desarrollo y consolidación de marcas”.

Dentro de esta carrera, la materia Gestión Empresarial tiene como objetivo que el estudiante comprenda el proceso de formulación e implementación de estrategias en una organización. También se menciona que se persigue introducir al alumno en el conocimiento para poder gestionar proyectos de inversión y emprendimientos en el área de diseño.

Es, bajo este marco y persiguiendo el éxito en el logro de los objetivos antes mencionados que se ha desarrollado como Trabajo Práctico Final: una Consultoría en el Aula.

En busca de una metodología

Este proyecto innovador, fue realizado y probado con muy buenos resultados, durante el dictado de la materia antes referida. Se buscó que los estudiantes, en grupos pequeños, actúen como asesores y consultores para un emprendimiento del rubro Moda que recién comienza. Se trabajó con un emprendimiento de ex alumnas de la Universidad, vinculadas al departamento de Generación DC, área que tiene como uno de sus fines dar apoyo en el desarrollo de los proyectos y emprendimientos de alumnos y ex alumnos de la Universidad.

De este modo se propusieron y alcanzaron varios objetivos, académicos y no académicos:

- Trabajar en Grupo
- Equilibrar la Investigación y la Práctica, fomentando su refuerzo mutuo.
- Lograr la participación Activa y Responsable, tanto del Docente a Cargo, como de los estudiantes del curso.
- Aprender preguntando, preguntándose a si mismos y preguntando a sus “clientes”, y al Docente.
- Formular un proyecto Estratégico de utilidad para el Emprendimiento seleccionado.

La escuela de aprendizaje a la que adhiere la Facultad de Diseño y Comunicación, es la Constructivista. Se busca que el estudiante “aprenda haciendo”, que construya sus saberes. Huelga decir que esta idea: “se aprende más haciendo que escuchando”, es bien conocida por toda la comunidad académica, desde hace mucho tiempo. Una de las metodologías con mejores resultados, y que podría cubrir los objetivos propuestos, era sin duda: el Taller, correctamente aplicado y definido. Uno de los supuestos pedagógicos en los que se apoya la realización del taller, según lo expone Ander Egg, es

que: “Los conocimientos se adquieren en una práctica concreta que implica la inserción de un campo de actuación directamente vinculado con el futuro quehacer profesional de los estudiantes”.

Bajo este propósito, en el proyecto Consultoría en el Aula, se posicionó a los estudiantes como un grupo de consultores, o gerentes, de un emprendimiento de moda. Si se releen nuevamente los objetivos de la carrera, y de esta materia en particular, vemos que se aplica la consigna del taller, y se los ubica en una posición similar a la que podrán aspirar una vez graduados.

El proyecto tuvo sus etapas de desarrollo como ocurre en la práctica: presentación de la situación por parte del cliente (emprendedoras), preguntas de los estudiantes, investigación, diagnóstico, evaluaciones y propuesta final del Plan Estratégico.

En cada una de esas etapas, se han ido logrando los objetivos académicos propuestos.

Previo a la presentación, se planteó al grupo de estudiantes que debían aprovechar el momento de encuentro, para preguntar todo aquello que consideren adecuado en función del objetivo final: Propuesta de Plan Estratégico de Desarrollo.

Es importante brindarles una estructura para el desarrollo de todo el proyecto. Por esto se destaca que el compromiso y responsabilidad, no puede ser sólo del estudiante. Para que un taller logre su cometido, el Docente debe acompañar en todas las etapas: guiar, con modelos de presentación, de preguntas, corrigiendo o apoyando en las autocorrecciones y puestas en común de todo el curso. Y, por supuesto, lo más importante motivando a que el estudiante vaya creciendo profesionalmente, en el logro de este proyecto, estimulando el proceso creativo, y por supuesto incorporando los conceptos teóricos del programa de la materia.

El Docente también debe preguntar, una y otra vez, para que el alumno reflexione, cree, e incorpore el fruto de su propia reflexión en su acervo cultural y profesional, más allá de obtener un buen Trabajo Práctico Final que le permita alcanzar el cometido formal de aprobar la cursada.

En todo el desarrollo se debe garantizar la participación individual y conjunta de los grupos y de todo el curso, aprendiendo a preguntar, a discutir, a consensuar, y también a opinar respetuosamente sobre el trabajo de los demás.

Como ejemplo ilustrativo de este concepto: luego de la presentación inicial, cada grupo evaluó el material con el que contaba para realizar un diagnóstico del emprendimiento. De ser necesario, se podrían contactar vía email para reforzar preguntas. Se realizaría un solo cuestionario compartido, con copia a todos los grupos, para facilitar la tarea de las emprendedoras. El cuestionario demoró en hacerse, demoró en enviarse, dado que la persona responsable, no se hizo cargo de su obligación. Sin embargo, cuando lo envió, su actitud fue de protesta y crítica, porque las emprendedoras demoraban en responder, y se les aproximaba la fecha de la primera puesta en común. El Docente utilizó esa situación para marcar cómo solicitar la respuesta rápidamente, con respeto y logrando la mejor predisposición de las emprendedoras. Asimismo se llevó el ejemplo a un análisis

comparativo con la situación real que acontece muchas veces en la práctica profesional. Marcando también la importancia de asumir los propios errores, la falta de planificación, y los resultados tardíos, aún cuando uno no sea directamente responsable de una tarea. En resumen, se utilizó esta situación negativa, para llevarla a un análisis de la práctica profesional.

Luego de la primera etapa, y pasado el diagnóstico, cada grupo debía presentar una entrega inicial. Sorprendió en este caso la diversidad de los trabajos propuestos. A pesar de haberse brindado un modelo para el Plan Estratégico, cada grupo en función de las preguntas y de su propia investigación, desarrollaron planes muy diferentes. Algunos con el eje puesto en el Marketing, otros en el planteo de una Estructura Administrativa ordenada, y otros hasta se animaron con una propuesta y modelo de Ingresos y Costos.

Como resultado más trascendente de esta etapa se resaltó la calidad superior de aquellos trabajos que estuvieron respaldados por una investigación más profunda, como así también la incorporación de conceptos teóricos presentados en clases.

Es muy importante estimular la creatividad y motivarlos de esta manera a realizar un proyecto profesional.

Sólo se realizaron dos presentaciones previas, con exposición en el aula, a modo de puesta en común. Entre una y otra, el Docente evaluó y acompañó la tarea, para poder así lograr el objetivo final.

Cierre del Proyecto

Gracias a la gran ilusión y entusiasmo de los estudiantes, y el apoyo del Docente, se logra un muy buen resultado.

Repasando un poco los objetivos propuestos:

- Trabajo en Equipo: se trabajó en grupos pequeños, de 2 ó 3 estudiantes cada uno. Ese número reducido y el entusiasmo compartido, hizo que se trabajara en un buen ambiente, con una correcta división de tareas y distribución de responsabilidades. Asimismo, luego del trabajo en pequeños grupos, se buscó el trabajo en el aula, fomentando y buscándose un equilibrio entre aprendizaje colaborativo y cooperativo.
- Investigación y Práctica: como ya se expuso anteriormente, la investigación fue realizada por cada grupo, con una metodología libre. Sólo se procedió a revisar el resultado de la investigación, en cuanto a lo incorporado al proyecto. La mayoría investigó utilizando Internet, parte de la Bibliografía y páginas sugeridas en clase. Otros tuvieron acceso a la realización de entrevistas a empresarios del rubro. Y otros, sorprendieron evaluando obligaciones formales de los emprendimientos, como inscripciones en impuestos y hasta páginas de organizaciones que ayudan a emprendimientos del rubro textil.
- Participación Activa y Responsable del Docente y Estudiantes: el orden no es aleatorio. Primero debe comprometerse responsablemente el Docente, de este modo es más factible lograr el compromiso y participación activa de todos los estudiantes del taller. De cada equipo y de cada individuo. No es un resultado garantizado, pero lo que sí es seguro, que si un Docente pretende “dar” una tarea, en lugar de “compartir”, no se trata de

un taller, no se logra la participación del estudiante, y no habrá por lo tanto un logro de los objetivos. Se trata de aprender, no de completar una necesidad de planificación o currículo.

- Aprender Preguntando: Es sumamente importante que el estudiante pregunte, que pregunte al Docente, a sus compañeros, y en este caso a sus clientes. Si el curso es un curso numeroso, se debe buscar que todos puedan preguntar. Hay que alentar al estudiante a preguntar, y también a preguntarse. A medida que se avanza en el proyecto, las preguntas deben volverse a realizar: “¿Cómo crees que pueda realizarse operativamente esto que propones en este emprendimiento?”, “¿Con qué recursos?” “¿Por qué piensas que esta es la falencia más importante del emprendimiento?”. Aun cuando el Docente tenga su respuesta, es mejor reservarla, esperar que el estudiante responda. De paso, también el Docente aprende nuevas respuestas que puede incorporar a su conocimiento y experiencia.

El último objetivo, se analiza separadamente, dado que se relaciona con el cierre de la actividad, y tiene una mezcla entre objetivo académico y de negocios.

El proyecto finaliza eligiendo de todos, el o los que responden más a las pautas que debe contener un Plan Estratégico, para ser presentado como propuesta a las emprendedoras. A los efectos de separar la evaluación de la materia, de esta presentación, se coordinó para realizar la misma posteriormente a la fecha de examen regular.

La presentación se realizó con la colaboración de Generación DC. Del grupo de estudiantes seleccionado, concurrió una de ellas, que apoyada con el uso de un Power Point, explicó los principales aspectos de su Plan. Luego, otra vez las preguntas. Pero esta vez, de las Emprendedoras, a la Estudiante.

Al finalizar la presentación, el grupo de emprendedoras manifestó que estaban, muy agradecidas por la oportunidad. Manifestaron además que, luego de la primer entrevista, al verse enfrentadas a hablar sobre sus fortalezas y debilidades, habían podido evaluar situaciones de su negocio, de las que no estaban totalmente concientizadas y comenzaron a trabajar sobre eso. Aquí también, el cliente, aprendió a partir de las preguntas.

El proyecto seleccionado contaba con 3 partes: Un plan de mejora de la estructura organizacional, Un plan estratégico con sugerencias en cuanto a la estrategia de desarrollo y crecimiento del emprendimiento, y Un Plan de Marketing.

Como en todo proyecto que se desarrolla en la Facultad, se solicitó que sea presentado en formato digital, para poder compartir con el resto de la comunidad académica. En este caso, además de cumplir con esta formalidad, se brindó el proyecto a las mayores interesadas: las emprendedoras.

Reflexión Final

Este Taller se planificó desde el comienzo de la clase, definiendo objetivos, modalidad de realización y recursos necesarios. El cuatrimestre es un tiempo muy limitado, y para llevar adelante un Taller, durante la cursada, se requiere una cuidadosa administración del tiempo, si se quieren lograr los objetivos, cumpliendo

además con los principios pedagógicos del taller. Repasando los principios y supuestos enunciados por Ander Egg: “Es un aprender haciendo, Es una metodología participativa, Es una pedagogía de la pregunta...., Es un entrenamiento que tiende al trabajo interdisciplinario y el enfoque sistémico, La relación Docente/alumno queda establecida en torno a la realización de una tarea común, El carácter globalizante e integrador de su práctica pedagógica, Implica y exige un trabajo grupal, y el uso de técnicas adecuadas”. Reflexionando sobre todo lo expuesto, entiendo que se ha cumplido con los parámetros básicos y objetivos que se persiguen con el taller. Principalmente: aprender haciendo, de forma reflexiva y participativa.

Es importante destacar que se contó con la valiosa colaboración de Generación DC. Cuando los talleres se realizan dentro de una institución, es imprescindible contar con el apoyo de la misma.

Lo más trascendente es que fue un caso innovador de éxito. Se logró una excelente performance en todos los trabajos, y los estudiantes estuvieron fuertemente motivados e involucrados con el proceso. Se ha comprobado que estos talleres, generan además una mejor relación entre el estudiante y sus compañeros, entre el estudiante y el docente, entre el estudiante, el docente y la casa de estudios, y por supuesto entre el estudiante y su futuro profesional.

Es posible concluir que, cualquier materia o asignatura, es propicia para realizar un taller de modo que el estudiante aprenda a través de su propia creatividad, investigación y acción.

Referencias bibliográficas

- Perkins, D. (1992), *La escuela inteligente*. Editorial Gedisa.
- Ander Egg, E.(1999). *El Taller: una alternativa de renovación pedagógica*. Buenos Aires: Magisterio del Río de la Plata. Capítulos 1 y 2.
- El taller: espacio de producción, lugar de construcción*, Publicación de Encuentro 2007. Disponible en: <http://>

fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/A037.pdf

Nota: Esta comunicación fue presentada por su autora en la comisión 4.1 [A] Nuevos campos profesionales. Emprendimientos creativos (ver p. 24) de la Primer Edición del Congreso en Creatividad, Diseño y Comunicación para Profesores y Autoridades de Nivel Medio ‘Interfaces en Palermo’.

Abstract: One of the most important challenges teachers face is to get to an applied learning. The intrinsic motivation in students must be the aim just not to fall in one of the two major deficiencies in the outcomes of education, as expounded, with great success, Perkins: students do not remember what they have learned, or it may be applied; and fail to incorporate reflective thinking. One excellent option is the development of a workshop and teaching system.

Keywords: workshop - entrepreneurship - teaching strategy - reflection.

Resumo: Um dos desafios mais importante ao que se enfrentam os docentes, é o conseguir uma aprendizagem aplicada. Deve ser procurado a motivação intrínseca do aluno para não cair em nenhuma das duas grandes deficiências nos resultados da Educação, segundo expõe-no, com grande acerto, Perkins: os estudantes não recordam o que têm aprendido, ou não o podem aplicar; e não conseguem incorporar o pensamento reflexivo. Uma excelente opção é o desenvolvimento de um workshop como sistema de ensino.

Palavras chave: workshop - empreendimento - estratégia de ensino.

^(*) **Daniela Elstein:** Contadora Pública Nacional (UNL). MBA Dirección Estratégica de Negocios (UB). Profesora de Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Inclusión digital educativa. El libro de texto expandido.

Lucas Esteban Delgado (*)

Resumen: En el escenario actual, en el que los estados y el sector privado apuestan a la inclusión digital, las editoriales educativas expanden sus áreas de contenidos y se suman al desarrollo de contenidos digitales y soluciones educativas que integren las denominadas nuevas tecnologías. ¿Cómo puede enriquecerse el libro de texto, aprovechando las ventajas de los escenarios con alta disposición tecnológica? ¿Cuáles son los desafíos educativos y de mercado para la expansión de estas soluciones?

Palabras clave: libro - digital - innovación - inclusión - industria editorial - educación - TIC.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 65]

Fecha de recepción: julio 2013
Fecha de aceptación: septiembre 2013
Versión final: noviembre 2013