

ción. Un enigma al que sólo se puede responder con suposiciones. Pero hay algo que es seguro: hay un mensaje que se quiere transmitir. Esas pinturas están ahí para ser vistas, si bien su sentido puede ser religioso, práctico, conmemorativo o simplemente decorativo.

Las pinturas en las que aparecen animales, ¿responden a la necesidad de comunicar alguna experiencia, celebrar algún día en que la caza fue excepcionalmente buena, transmitir algún tipo de técnica de caza o el reconocimiento de ciertos animales enemigos?, ¿o tiene que ver con algún sentido religioso o espiritual, respondiendo a la necesidad o deseo de alegrar un espacio cerrado y oscuro con imágenes del afuera?

Cualquiera que sea el motivo, el objetivo primordial fue dejar plasmado un mensaje que perdure en el tiempo y que pueda ser visto y decodificado por sus iguales. Seguramente el motivo que llevó a esos individuos a plasmar esos mensajes fue la conciencia de la propia muerte (otro de los motivos que nos diferencian de otros seres vivos). Y esa misma conciencia de la propia muerte, lejos de hacer que nos lamentemos por nuestra finitud, hizo que tengamos la necesidad de trascender legando conocimientos, experiencias, costumbres, en definitiva, nuestra cultura. Motivó la necesidad de comunicar nuestro mensaje a las generaciones futuras.

Cuando se habla de arte primitivo o prehistórico se piensa en imágenes toscas y poco realistas, como si los individuos que nos precedieron no fueran capaces de representar la realidad. Las imágenes encontradas en las cuevas de Chauvet en la década del 90 en Francia, y que tienen una antigüedad de 30.000 años, contradicen nuestra idea de arte primitivo. Dan muestras de una habilidad y un realismo pocas veces visto en arte rupestre. El hombre siempre tuvo la capacidad de representar la realidad. También tuvo la necesidad de dejar su huella, su marca. En las cuevas de Chauvet, además de la representación de animales podemos encontrar impresiones de manos. ¿Qué une a esta sociedad de hace 30.000 años con la que dejó sus impresiones en la cueva de las manos de Santa Cruz en la Patagonia y que tienen una antigüedad de sólo 9.000 años aproximadamente? Siglos de diferencia y miles de kilómetros separan una de otra pero la necesidad de expresar un mensaje es la misma. Lamentablemente en algún momento de la historia el hilo se cortó y actualmente resulta difícil descifrar y

entender algunos de esos mensajes, sobre todo los que corresponden a formas geométricas abstractas.

Un lenguaje visual que sí se puede decodificar es el del antiguo Egipto: sus imágenes murales, sus frisos, que cuentan historias en forma gráfica. Para lograr que el mensaje sea claro y pueda ser interpretado por todos, el artista egipcio apela a ciertos recursos que hasta el día de hoy se utilizan: la estilización de la figura, la síntesis formal, la elección del ángulo más representativo de cada elemento para formar el todo, resignar la representación realista (de lectura más compleja) en pos de priorizar la síntesis visual.

Un ejemplo que resume este análisis es la representación egipcia del cuerpo humano con la cabeza, brazos y piernas de perfil y el torso de frente, tomando los elementos por separado y representándolos de la forma más clara para unirlos y convertir la imagen en lenguaje. Esta síntesis visual se puede encontrar en otras civilizaciones, por supuesto que con otras características. Representaciones del miedo, la muerte, la fertilidad o, simplemente, diferentes deidades que tenían que ser identificables para toda la sociedad más allá de su estrato social. Es increíble encontrar puntos de contacto entre civilizaciones tan dispares y distanciadas en tiempo y espacio unas de otras.

Aún en la actualidad se puede reconocer en el arte antiguo su mensaje original. A los artistas y artesanos de la antigüedad se les puede decir que han cumplido su objetivo.

Abstract: This is a journey through the early design and birth of visual language by analyzing the needs which led man to intervene in their own environment.

Keywords: design - visual language – history

Resumo: Um percurso pelos inícios do design e o nascimento da linguagem visual analisando as necessidades que levaram ao homem a intervir em seu próprio médio.

Palavras chave: design – linguagem visual – história

^(*) **Gustavo Amenedo:** Arquitecto (UBA). Dicta clases de dibujo y pintura en su taller propio. Ha recibido premios por sus trabajos.

Despertar la curiosidad.

Mónica Antúnez ^(*)

Fecha de recepción: agosto 2014
Fecha de aceptación: noviembre 2014
Versión final: marzo 2015

Resumen: Las estrategias de enseñanza tradicionales dentro de la universidad, y generalmente en las asignaturas relacionadas con la Comunicación, han hecho hincapié durante mucho tiempo en una base de instrucción teórico-bibliográfica. Compartiré mi experiencia docente, buscando despertar una verdadera curiosidad en los estudiantes y motivarlos desde la resolución de un problema.

Palabras clave: enseñanza – estrategia didáctica – motivación

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 56]

Las estrategias de enseñanza tradicionales dentro de la universidad, y generalmente en las asignaturas relacionadas con la Comunicación, han hecho hincapié durante mucho tiempo en una base de instrucción teórico-bibliográfica.

Esto se daba en el aula en general, con una metodología de clase expositiva por parte del profesor y luego la realización de varias actividades con los alumnos. Pero lo que sucedía era que en el momento que debían resolver cuestiones y avanzar en el trabajo práctico el grupo se daba cuenta de que los conocimientos básicos no se habían adquirido, y ni siquiera se habían tomado en cuenta las principales definiciones.

La falta de interés en el alumno y la necesidad de trabajar casos concretos y reales pudiendo descubrir el verdadero rol del relacionista público, hace que los docentes se pregunten sobre la utilidad y el formato del trabajo final de la asignatura.

Es por ello, que se decide trabajar un caso concreto de comunicación donde el objetivo es planificar una campaña de comunicación integral para una fundación, organización no gubernamental o institución con responsabilidad social empresarial elegida por los alumnos.

Despertando la curiosidad

Me gustaría compartir mi experiencia como docente universitaria en la Universidad de Palermo, en la asignatura Relaciones Públicas III, correspondiente al segundo año de la Licenciatura en Relaciones Públicas, en la cual se busca despertar una verdadera curiosidad en los estudiantes y motivarlos desde la resolución de un problema. Desde allí se abordan los conocimientos teóricos de ésta asignatura y de otras, aplicados a la solución de una problemática de planificación actual.

Es comprensible que el proceso de atención en el alumno universitario en la actualidad sea muy breve y que se necesite incentivarlo permanentemente para que no decaiga y pueda continuar con su tarea.

Según Pozo Muncio (1996), la atención es como la gasolina para el sistema cognitivo, de forma tal que cuanto más se consume menos queda en la reserva.

En primer lugar los alumnos buscan una institución o una fundación con algún tipo de responsabilidad social, que a ellos les guste, hayan analizado o visto de alguna forma en otra asignatura de Relaciones Públicas, o les llame la atención para poder trabajar. La idea es también que la elijan los propios estudiantes y que ellos busquen la mayor cantidad de información posible en un tiempo determinado.

Se trata de que ellos mismos se comprometan en la búsqueda de los lugares y que se motiven dentro del mismo grupo de trabajo, planteándose diversos interrogantes sobre este caso en particular.

Es importante destacar que no sólo se incluyen los contenidos de esta asignatura, sino también de otras asignaturas que hayan cursado o que están actualmente cursando, (como es el caso de Publicidad I, Comercialización I o Relaciones Públicas I y II), de modo tal que se

busca un objetivo de trabajo multidisciplinario para la resolución de problemas.

Es por ello que en el avance del trabajo práctico final integrador, los alumnos preguntan, buscan información, investigan y necesitan de la tutoría permanente del docente de Relaciones Públicas III y de otras asignaturas, para guiarlos en el desarrollo del mismo.

En este trabajo práctico final, obligatorio para el alumno, se desarrolla una integración verdadera entre la teoría y la práctica, indispensable en el aprendizaje del alumno universitario y futuro profesional de Relaciones Públicas.

Según la Licenciada Elisa Lucarelli (1998), la articulación teoría – práctica funciona y es un factor favorable para un cambio estructural en la situación de enseñanza y aprendizaje en el aula universitaria.

A modo de conclusión

Es necesario pensar en algunos cambios en la universidad, tal vez muy simples en una primera instancia, pero profundos, cuando se ven los resultados que producen en los alumnos al culminar las asignaturas, y en el paso de los años, al cierre de sus estudios.

Como establece Lucarelli (1998), el desafío consiste en pensar los cambios en las prácticas del enseñar sin limitarse con una visión instrumentalista. Se sabe también que es un proceso largo y complejo, donde el alumno debe apropiarse de estos conocimientos nuevos que va adquiriendo a medida que realiza el trabajo práctico y que cuestiona a los docentes, a las instituciones y a él mismo.

En general, al principio los estudiantes se sienten confundidos o ansiosos por terminar y resolver el trabajo práctico final. Tal vez no entiendan bien todavía cómo realizarlo, cómo comenzar, cómo redactarlo. Pero en la medida que lo desarrollan, y va pasando el cuatrimestre, se motivan cada vez más, preguntan y solicitan material o bibliografía para poder resolverlo. Según el Ministerio de Educación (2012) las carencias de información se traducen en ansiedad y miedo frente a la nueva situación, y el acompañamiento docente cumple un papel orientador.

La reflexión que hace el estudiante en el aula mientras realiza el trabajo práctico final y durante la exposición del mismo, es muy interesante y fructífera, no sólo para el grupo que ha trabajado para este caso, sino también para el resto de los alumnos del curso y por supuesto, para el docente.

Además es necesario destacar que la experiencia y los datos que recaban los mismos estudiantes de las instituciones, de las problemáticas, de los conflictos, de los logros, entre tantas cosas, no la alcanzan cuando estudian un caso que ya está trabajado, pre-armado en los libros.

Referencias bibliográficas

Lucarelli, E. (1998). *Currículum: propuestas y prácticas cotidianas*. Resistencia: UNNE.

Ministerio de Educación (2012) *El Inicio del área de prácticas profesionalizantes: una propuesta didáctica*. Documento de Trabajo N°2. Buenos Aires, Argentina.

Pozo Municio, J. (1996) *Aprendices y Maestros*. Madrid: Editorial Alianza.

Abstract: The traditional teaching strategies within the university, and have generally emphasized the subjects related to communication for a long time from a theoretical and bibliographic instruction. I will share my teaching experience, seeking to awaken a genuine curiosity in students and motivate them from solving a problem.

Keywords: education - teaching strategy – motivacional

Resumo: As estratégias de ensino tradicionais dentro da universidade, e geralmente nas matérias relacionadas com a Comunicação, têm feito finca-pé durante muito tempo em uma base de instrução teórico-bibliográfica. Compartilharei minha experiência docente, procurando acordar uma verdadeira curiosidade dos estudantes e motivar desde a resolução de um problema.

Palavras chave: ensino – estratégia didática – motivação

(*) **Mónica Antúnez:** Licenciada en Publicidad (Universidad de Lomas de Zamora, 1993). Especialista en Docencia Universitaria (UCES).

Métodos Innovadores de Enseñanza atravesando el Aula Taller.

Fecha de recepción: agosto 2014
Fecha de aceptación: noviembre 2014
Versión final: marzo 2015

María Fernanda Apesteguía (*)

Resumen: El lenguaje visual es una de las herramientas más antiguas que ha utilizado el hombre para comunicarse. De allí la importancia de lo visual. Este lenguaje a partir de los años '50 y gracias al aporte de otras áreas, como psicología, sociología y comercialización, entre otras, se ha enriquecido y desarrollado exponencialmente. El diseñador deja de verse como una figura puramente artística y subjetiva de su obra, para pasar a ser un constructor de una comunicación eficaz y objetiva. Así se pasa de una época donde se privilegia lo estético a un etapa concentrada en lo comunicacional.

Palabras clave: aula taller – innovación – pedagogía.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 57]

¿Qué es un Aula-Taller?

El aula-taller se constituye en el ámbito de una relación entre docente y estudiante, mutuamente modificante, abierta al cambio, que acepta el error e integra la teoría y la práctica.

Para conducir la estrategia del aula-taller es indispensable un docente que disfrute de la tarea, que transforme el dilema en problema, que esté dispuesto a la ruptura de hábitos, a la aceptación de divergencias y disensos.

En el aula-taller el estudiante debe reemplazar la carga emocional que implica la realización del trabajo, los tiempos que le llevaron realizarlo y las justificaciones, por el espíritu crítico, el razonamiento lógico y la responsabilidad personalizada.

La participación es uno de los principales valores que se juegan en el aula-taller. Participar es tomar parte en una tarea, comunicarse, intercambiar, reconocer y valorar lo que el otro aporta; esto implica el inter juego de reflexión y experiencia, el análisis crítico, la aceptación de observaciones y opiniones, el respeto a pensar diferente, la posibilidad de comprometerse y recorrer un camino con los otros. El eje de la estrategia es la participación de todos en el proceso de enseñanza-aprendizaje. La motivación, cuya finalidad es interesar al estudiante en el tema, muchas veces se ve desvanecida por otros intereses. La motivación representa un gran desafío

para los docentes en esta época donde las redes sociales invaden el aula convirtiéndose en protagonistas.

Experiencia proyectual personal en búsqueda de la motivación

El proyecto a presentar se encuentra enmarcado dentro del último ejercicio curricular del cuatrimestre, correspondiente a un trabajo sobre Sistema de Identidad Corporativa, donde se integran diferentes etapas relacionadas con la investigación, selección de material y aplicación de conceptos aprendidos en la cursada. Un método de enseñanza basado en la práctica de lo real, donde los estudiantes son clientes del mismo grupo al que pertenecen.

Durante todo el proceso los estudiantes debaten sobre los trabajos de sus compañeros, proponen nuevas situaciones y replantean sus diseños. Se comienza el proyecto dejando en claro que como comunicadores en sistemas de identidad, se ve al mismo como un todo, y las diversas partes que lo componen se relacionan entre sí. El diseño de identificadores casuales, sin un sistema que los contenga y los respalde, así como el desarrollo de soluciones inmediatas no integradas en un programa, es un procedimiento que ha quedado fuera del mercado. Nadie confía la construcción de una identidad o marca a elementos que no se articulen, en tiempo y