

gación, que por lo pronto, y metaforizando el título de este trabajo, seguramente, nos encuentra, investigando desde el principio.

Referencias bibliográficas

Mencher, M. (2010) *Melvin Mencher's The New Reporting and Writing*. Mc Graw Hill Book.

Abstract: This paper develops an effective way in which you work within the classroom enabling students cut their research objects. From a broad and interdisciplinary conceptual umbrella, students are provided of teaching inputs so that they can trace their research question, hosting it on a subject area and then categorize the subject and thus include the contextualized object in a specific geographical area covered and an epochal necessary cut.

Keywords: research - cut object - Intermediate level

Resumo: Este escrito desenvolve uma forma eficaz com a que se trabalha ao interior da sala de aula possibilitando que os estudantes recortem seus objetos de pesquisa. Desde um paraguas conceptual amplo e interdisciplinar provê-se aos estudantes insumos didáticos para que possam traçar seu interrogante investigativo, alojándolo numa área disciplinar, para depois categorizar o tema e assim, incluir o objecto contextualizado numa zona geográfica concreta e num recorte epocal preciso.

Palavras chave: pesquisa – recorte de objeto - Nível médio

^(*) **Marisabel Savazzini.** Musicoterapeuta (USAL – 1986).

Proyectando futuro.

Julieta Sosa ^(*)

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

Resumen: La idea central del taller es que los estudiantes vivencien procesos laborales proyectando lo que en un futuro próximo transitarán en sus vidas cotidianas. Este espacio de aprendizaje brinda estrategias que pueden utilizar para confeccionar desde su hoja de presentación para un trabajo y plantea cómo llevar a cabo una entrevista o un periodo de prueba laboral con éxito hasta un micro emprendimiento. Los contenidos desarrollados son los que corresponden a esta materia y se abordan principalmente desde el diseño curricular de dicha área.

Palabras clave: Enseñanza media – entrevista laboral – aula taller.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 251]

Introducción

El material que sirvió de materia prima a este escrito, pertenece a la cursada de la materia Taller de comunicación institucional y comunitaria, perteneciente al ciclo superior del nivel secundario de la Provincia de Buenos Aires, específicamente sexto año, con estudiantes que rondan los 17 y 18 años aproximadamente.

Los contenidos propuestos por el diseño curricular recorren un camino ceñido a lo teórico, comenzando por la comunicación dentro de las instituciones, la comunicación y la comunidad, la comunicación popular, herramientas y metodologías para la comunicación institucional y comunitaria, y por último, la producción de estrategias de comunicación.

Teniendo en cuenta los temas mencionados, la docente que expone planificó para la cursada, un taller de producción de emprendimientos en donde los estudiantes se encuentran con la construcción de empresas u organizaciones desde su identidad: logo, slogan, visión, misión y cultura organizacional hasta el producto o servicio que ofrece y la proyección a un futuro.

El proceso está compuesto por diferentes fases de actividades que en conjunto logran la construcción del proyecto final, cada grupo debe en la muestra anual del

colegio tener un stand en el cual se da a conocer su empresa u organización, por lo tanto, con los materiales y productos comunicacionales realizados en las diferentes actividades durante el año se monta la muestra la cual recorren padres, hermanos familiares y otros estudiantes de la institución.

Y la última fase pertenece a la interacción como organismo a otra empresa u organización ya existente en el mercado, con la cual se vincularan desde lo comunicacional ayudando a potenciar o a mejorar la comunicación entre ambas y hacia el mercado y/o público destino.

Acercamiento inicial

Como primera instancia de la materia los estudiantes deben acercarse al mundo de las empresas y organizaciones, analizando cómo es el trabajo, de qué manera se construye el trabajo en equipo y los roles que se deben necesitar para llevar adelante dicho proyecto.

La docente utiliza un caso de un instituto de inglés con problemas de faltante de profesores y exceso de matrícula, para que por grupo trabajen siendo consultores en comunicación y así puedan tomar decisiones para solucionar los problemas que ellos consideren necesarios.

Criterios de evaluación

Los estudiantes que cursan esta materia se encuentran en una instancia cargada de eventos pues, es el último año de estudio en secundaria, se van de viajes de egresados y la escuela les pide que participen tanto en la feria anual del colegio como en la Jornada Artística Literaria. Por todas estas razones, los alumnos poseen muchas actividades y en ocasiones pierden el interés o se centran solo en el viaje y olvidan los trabajos o las lecturas.

Como la docente planificó esta área como taller, los criterios de evaluación son por proceso de aprendizaje, gradual y clase a clase, por lo tanto la instancia de examen no serviría para evaluarlos. Aquí se explicará las diferentes herramientas y técnicas de evaluación continua.

En primera instancia están los créditos, los cuales son otorgados por empresas, para valorar el trabajo en clase, las entregas en tiempo y forma o el comportamiento durante la misma. Por cada instancia a la empresa que los merezca se le otorgan 10 o 20 créditos, y la empresa que logre acceder a 100 créditos se los canjea por una calificación promediable de 10 (diez) para usarla en cualquier trimestre.

Otro criterio corresponde a la cantidad de inasistencias que los alumnos juntan a lo largo del año. La cursada ha propuesto un calendario de inasistencias y cuando un estudiante llega a las cuatro ausencias consecutivas, se encuentra despedido de la organización o empresa, debiendo presentar currículum a otra empresa para poder reincorporarse a la cursada. Esta instancia surge debido a la necesidad de valorar a aquellos alumnos que trabajan en cada clase, se preocupan por el material y no faltan, y por el otro garantizar la máxima asistencia, debido a que la materia se propone como taller, por lo tanto necesita de la producción clase a clase en grupo o individual.

Otro de los criterios utilizados es la manera en que cada estudiante se desenvuelve dentro de la cursada prestando mayor atención a la participación de los juegos de roles, toma de personal con presentación personal y por currículum vitae, conferencia de prensa y eventos empresariales con visita externa a la habitual.

Y por último, las notas numéricas que se otorgan por trabajos grupales e individuales. Los estudiantes completan una grilla que posteriormente será la evaluación de sus compañeros de grupo en cuanto a asistencia, desempeño en clase, materiales pedidos y trabajo en equipo.

Fase 1. Construcción identitaria

Esta primera etapa que comienza en marzo con el inicio de clases y culmina en mayo con el cierre de trimestres, consiste en el armado de grupos de no más de cuatro integrantes. Las actividades comienzan con la resolución de guías de trabajo apuntando a tener material teórico que les permitan entender el proceso de creación empresarial u organizacional.

Una vez que cada grupo ha confeccionado un glosario propio de la materia, comienza el proceso de creación de la propia organización, poniendo mayor atención en esta instancia a la identidad institucional. Aquí los grupos crean el isotopipo, la misión, visión, la cultura

organizacional, los roles y la concreción de servicio o producto y el mercado.

Una vez que esta instancia se encuentra completa, cada grupo presenta una carpeta empresarial, en donde cuentan su proyecto para poder ser visados y continuar con la siguiente fase.

Fase 2. Productos comunicacionales

En esta instancia que comprende desde el mes de junio hasta agosto, la identidad de la empresa está más que de manifiesto, con todo el material producido Llegó la hora de salir al exterior y comenzar a insertarse en el mercado y en el público. Para esto necesitamos reforzar la comunicación externa. Para esta fase la docente ha realizado una articulación con otra área que cursan los estudiantes, taller de producción de lenguajes, la cual proporciona herramientas desde el diseño gráfico que posibilitan vincularse hacia afuera de la organización.

Aquí cada empresa realiza diferentes productos comunicacionales que son evaluados por ambas materias, desde Taller de producción de lenguajes la confección, el diseño, el color respetando la creación ya obtenida en la fase 1, y por esta área Taller de comunicación institucional y comunitaria como el lazo entre la comunicación interna y externa.

Las actividades pedidas son: un afiche publicitario para la vía pública, un spot radial, un spot audiovisual, página Web o página de Facebook y un manual del empleado que se le otorga hipotéticamente a un empleado que se incorpora recientemente a la empresa.

Fase 3. Puesta en práctica evento empresarial

La fase tres consiste en la creación de un evento empresarial en el mes de septiembre, que por pedido de la dirección se realiza paralelamente con la feria anual, perteneciente al Proyecto Institucional. Aquí se quiere concentrar y compartir el trabajo realizado no solo a la comunidad educativa como padres y otros alumnos, sino mostrarles a los alumnos vendedores de qué se trata esta área y que se encuentren interesados en cursarla.

El evento consiste en la confección y construcción de un stand, que posea la identidad de la empresa con los productos comunicacionales ya realizados. Aquí no solo se evalúa el armado del mismo sino también el lenguaje utilizado al explicar el trabajo, la permanencia de los empleados en el mismo y la respuesta del público ante la presentación.

Fase 4. Interacción con otras empresas

En esta fase cada empresa se encuentra más que consolidada desde la identidad empresarial. Entonces es momento de vincularse a otras empresas que lleven tiempo en el mercado y que puedan brindarles experiencias que enriquezcan el proceso.

Para eso se le pide a cada organización que realicen una lista de empresas reales a las que puedan tener acceso y en clase seleccionamos una a partir de un análisis de criterios, para articular desde la comunicación.

El trabajo que se les encarga en esta fase es la observación y análisis de cómo está la empresa, y cómo a su criterio debería estar, y desde el aula intentamos resolver los conflictos con una planificación en comunicación

que luego se presenta en cada empresa a modo de devolución y gratitud por dejar ingresar a los estudiantes. Esto se toma a modo de cierre, y si se presta atención es el mismo proceso que en el inicio, la diferencia radica en que el inicio se hace un análisis de una empresa hipotética, y en el final luego de tener el bagaje de herramientas necesario se analizan empresas reales.

Cierre

Los estudiantes devuelven en general gratitud sobre esta materia, se van con un baúl cargado de herramientas para encarar la búsqueda de su primer empleo sabiendo con qué se pueden encontrar y sabiendo qué rol pueden ocupar. Para un estudiante que recién se recibe, la incertidumbre es enorme, pero este taller allana el camino y brinda un puntapié inicial para aquellos estudiantes que desee forjar sus caminos en el mercado, aclarándole la busca de carreras para continuar estudiando.

Abstract: The central idea of the workshop is that students experience work processes projecting that in the near future will transit in their daily lives. This learning space offers strategies they can use to make your presentation sheet from work and

poses for how to conduct an interview or trial work period to a successful micro enterprise. The contents are developed corresponding to this area and is mainly addressed from the curriculum of the area.

Keywords: Secondary education - job interview - Classroom Workshop

Resumo: A ideia central do workshop é que os estudantes vivencien processos de trabalho projetando o que num futuro próximo transitarão em suas vidas cotidianas. Este espaço de aprendizagem brinda estratégias que podem utilizar para confeccionar desde sua folha de apresentação para um trabalho e propõe como levar a cabo uma entrevista ou um período de prova de trabalho com sucesso até um micro empreendimento. Os conteúdos desenvolvidos são os que correspondem a esta matéria e se abordam principalmente desde o design curricular de dita área.

Palavras chave: Ensino médio – entrevista de trabalho – sala de workshop

(*) **Julieta Sosa.** Licenciada en Ciencias de la Comunicación, Profesora de Nivel Inicial.

Aula creativa: motor de nuevas ideas.

María Laura Spina (*)

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

Resumen: El espacio de creatividad en el aula debe ser generado desde el inicio, procurando llegar a la persona para que esté en condiciones de hacer lo que aún no sabe. Como docente, me planteo constantemente cómo dictar las clases, cómo hacerlas cada vez más creativas, interesantes y motivadoras. Me interesa potenciar la creatividad en los alumnos, enseñándoles a pensar.

Palabras clave: motivación – innovación – creatividad – inspiración.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 253]

Todo aprendizaje se inicia aceptando que hay algo que no se sabe. Aprendemos si tenemos la actitud adecuada, si estamos dispuestos a vencer ciertos paradigmas o ideas y si tomamos el desafío de revisarlos y modificarlos.

Las posibilidades de aprender se encuentran en todos los ámbitos en los cuales participamos (trabajo, facultad, club, etc.). Hay quienes aprenden leyendo, observando, escuchando una explicación, copiando la forma de proceder del docente, jefe u otro referente, participando de un curso, etc.

El aula es un espacio rico en aprendizaje, tanto para el docente como para el alumno. Las correcciones grupales, las charlas individuales y cotidianas, las clases teóricas de los diversos temas, las devoluciones y el sólo hecho de ver trabajar al compañero experimentando y equivocándose, hacen que las posibilidades de aprender diversos temas referidos a nuestro trabajo sean mayores.

No sólo aprendemos en el aula los contenidos académicos, sino que el aprendizaje se da en el mismo contexto de estudio (facultad), en conversaciones cotidianas, viendo trabajar a otros, observando y escuchando las correcciones que el docente hace a un compañero.

Como docente, me planteo constantemente cómo diseñar las clases y llevarlas adelante, cómo hacerlas cada vez más creativas, interesantes y motivadoras. Deseo clases que inspiren. Me interesa colaborar, desde mi rol, en potenciar la creatividad en los alumnos, enseñarles no sólo a pensar sino a sentir, imaginar, conectar.

El lado izquierdo del cerebro es bueno con el raciocinio. Su proceso es secuencial mediante operaciones lógicas y aritméticas. Es ordenado, exacto, riguroso. En cambio el lado izquierdo es más intuitivo, fantasioso e imaginativo. No analiza sino que juzga a primera vista, es rápido y flexible. ¿Cómo combinar entonces el pensar y el imaginar con la actitud del alumno?