

avoid a rote learning that refers to the lack of understanding of the seen. The teacher must generate dynamic and interesting classes using their resources.

**Keywords:** Teaching - didactics - strategies - planning - students - learning - teaching - workshop

**Resumo:** A educação é a ferramenta mais importante que têm os jovens e que os acompanhará durante toda sua vida. Por isso o professor é fundamental para que se produza uma boa classe

em onde através de diferentes métodos os alunos possam adquirir conhecimentos e depois aplicar em sua vida cotidiana. E assim evitar uma aprendizagem memorístico que refere ao não entendimento do visto.

**Palavras chave:** Ensino - didático - estratégias - planejamento - alunos - aprendizagem - ensino – sala de aula workshop

(\*) **Florencia Dos Santos Manzoni.** Licenciada en Comunicación Audiovisual (Universidad de Palermo)

---

## Construir y deconstruir, como premisa

Fecha de recepción: junio 2019

Fecha de aceptación: agosto 2019

Versión final: octubre 2019

Lucila Lara Kunze (\*)

**Resumen:** El objetivo de este trabajo es plantear la importancia del rol del docente en la formación de profesionales competentes en el ámbito de la comunicación. Profesionales que puedan apropiarse de la realidad compleja por la que nos vemos atravesados y en donde el docente, a través de la elección de metodologías y estrategias, fomente la capacidad reflexiva del estudiante.

**Palabras clave:** Competencias - aprendizaje significativo – construcción – pluralidad

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 69]

---

*“Las historias que leemos y estudiamos nos hacen el ser que somos” (Jackson, 1986)*

Como sociedad estamos, afortunadamente, atravesados por grandes cambios de paradigmas respecto a varias de las construcciones sociales que nos atraviesan. Por estos días hay dos grandes temas que están siendo puestos en debate: la problemática de género y el papel de la mujer en la sociedad.

Sin embargo, no se deja de ver en la Publicidad, la reproducción de un paradigma arcaico, en donde predominan los estereotipos tradicionales. Esto se ve evidenciado en casos recientes como el lanzamiento de campañas polémicas como: el spot “Putin” de TyC Sports fuertemente homofóbico y machista; las publicidades del Día del Niño de la cadena de supermercados Carrefour, fuertemente sexista o las gráficas de moda que siguen transmitiendo estereotipos que no encuentran un correlato con el movimiento social actual.

Seguramente se busca respuesta a preguntas del tipo ¿A quién se le ocurrió? o ¿Quiénes las aprobaron?, pero probablemente también no se va más allá de esa identificación. Este trabajo busca ir más atrás y preguntarse ¿Qué clase de profesionales se están formando?, ¿Se está enseñando a construir y a deconstruir? O si ¿Se están formando profesionales competentes?

En las publicidades no se puede presentar la realidad tal cual es y con toda su diversidad, sino que se tienen que realizar recortes de esta; preferenciar ciertos contenidos frente a otros para que las audiencias puedan entender los mensajes en un lapso limitado de tiempo.

Así los contenidos elegidos suelen repetirse formando así estereotipos sociales.

Para Ferrés “las representaciones se basan en la selección de ciertos contenidos y códigos para expresarlos. Esta representación repetida con frecuencia convierte algo complejo en algo simple”. (1996, p.16)

La publicidad en particular, tiene fines comerciales, lo que busca es persuadir para vender el producto que ofrece. A través de la utilización de estereotipos, el público puede realizar una comprensión rápida de lo que se quiere decir en un anuncio. Esto permite que un mayor número de individuos tenga acceso a los contenidos sin tener que hacer grandes esfuerzos, entendiendo sin problemas el mensaje que se quiere transmitir.

Pero como ya se mencionó, este ensayo pretende ir más allá del resultado final, y cuestionarse acerca de la capacidad reflexiva que se promueve, o no, en los alumnos. Para ello resulta importante indagar sobre algunos aspectos del rol docente en carreras vinculadas a la comunicación. Se busca reflexionar sobre el desempeño docente en las aulas, porque como plantea Karina Agadía: “Vivimos en un mundo de relatos que atraviesan cada una de las actividades humanas, forman parte de los recursos, y las historias y por supuesto las clases son espacios de construcción genuinos”. (s/f, p.3)

Es justamente por ello, que el docente no debería nunca pararse en el lugar de poseedor de saber absoluto, sino por el contrario debe propiciar en sus alumnos el desarrollo de sus capacidades para generar un manejo autónomo del conocimiento.

Para que esto suceda se necesita lo que Edith Liwinn llama, la recuperación de la ética y los valores en las prácticas de la enseñanza. “Se trata de valores inherentes a la condición humana, pero desde su condición social, en los contextos y en el marco de las contradictorias relaciones de los actores en los ámbitos escolares” (1998, p.95). Debemos contextualizar la práctica docente, situarla en un tiempo y espacio particular y con actores específicos, teniendo en cuenta también que el conocimiento avanza, se produce de manera acelerada, y que los alumnos deben aprender, construir, re construir y deconstruir, constantemente.

En este contexto y como docentes universitarios, probablemente nuestro mayor propósito sea el de formar personas competentes. Entendiendo por ello, y en palabras de Anahí Mastache: “Una persona competente es alguien que posee no solo los conocimientos y destrezas técnicas, sino también las capacidades prácticas o psicosociales requeridas por la situación” (1998, p. 95) Siguiendo a Mastache, los docentes universitarios del campo de la Publicidad, deberían estructurar las instancias de formación de manera tal que se conviertan en espacios para formarse en el hacer. Planteando escenarios lo más aproximados a la vida laboral y exponiendo todas las complejidades del mismo:

Un profesional competente es capaz de conocer y de ubicarse en la diversidad de paradigmas científicos propios de su área de especialidad. Aun cuando exista un paradigma predominante, es necesario que la formación le permita al sujeto ubicar al mismo en relación con paradigmas previos o alternativos. La posibilidad de referenciar las herramientas teóricas y las metodologías en uso en la vida profesional con su correspondiente paradigma permite no solo una utilización más lucida, adecuada y pertinente de las mismas, sino que además posibilita la innovación y el desarrollo en el área (2009, p.157).

Los docentes deben mostrar y trabajar la pluralidad de paradigmas que existen alrededor del objeto de estudio. Solamente de esta manera se estará mostrando la complejidad de la realidad y se podrá empezar a estimular un pensamiento crítico y reflexivo, en donde los alumnos deban privilegiar algunas miradas por sobre encima de otras. Concluyendo, la propuesta para formar profesionales competentes que puedan provocar un cambio en la industria publicitaria, implica promover un tipo de aprendizaje significativo del tipo expuesto en este ensayo, vinculado al desarrollo de competencias.

El docente debe situarse en un espacio en el que el saber circule, en donde no sea solo de su propiedad, y apostar a la constante construcción y desconstrucción del objeto de estudio. Promover un espacio en donde se invite al alumno a interrogarse, a que también lo haga con el docente, con su disciplina y con sus pares.

## Bibliografía

- Agadia, K. (s/f.). *La construcción del saber didáctico de los docentes de la Universidad de Palermo*. Buenos Aires
- Jackson, P. (1986). *Práctica de la enseñanza*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Litwin, E. (1998). *La evaluación de los aprendizajes en el debate didáctico contemporáneo*. Buenos Aires: Ed. Paidós.
- Mastache, A., Miguez, D., Nantes, L., Cedrato, L., Orlando, Ma. y Kurlat, M (2009). *Formar Personas Competentes*. Buenos Aires/Mexico: Noveduc.

## Referencias Bibliográficas

- Camilloni, A. R. W. de., & Anijovich, R. (2010). *La Evaluación Significativa*. Buenos Aires: Ed. Paidós
- Camilloni, A., Celman, S., Litwin, E. y Palou, M. (1998). *La evaluación de los aprendizajes en el debate didáctico contemporáneo* Buenos Aires Barcelona México: Paidós
- Camilloni, A (1995). *Reflexiones para la construcción de una Didáctica para la Educación Superior. Primeras Jornadas Trasandinas sobre Pedagogía Universitaria*. Chile: Universidad Católica de Valparaíso.
- Cappelletti, G. (2010). *La evaluación significativa*. Buenos Aires: Ed. Paidós
- Steiman J., Misirilis, G.y Montero Mónica (2004). *Didáctica general. Didácticas específicas y contextos sociohistóricos en las aulas de la Argentina*. Buenos Aires: Universidad Nacional de San Martín.

Nota: Este trabajo fue desarrollado en la asignatura Introducción a la Didáctica a cargo de la profesora Silvia Meza en el marco del Programa de Reflexión e Innovación Pedagógica.

**Abstract:** The objective of this paper is to raise the importance of the role of the teacher in the training of competent professionals in the field of communication. Professionals who can appropriate the complex reality through which we are traversed and where the teacher, through the choice of methodologies and strategies, promotes the reflective capacity of the student.

**Keywords:** Competencies - meaningful learning - construction - plurality

**Resumo:** O objetivo deste trabalho é propor a importância do papel do professor na formação de profissionais competentes no âmbito da comunicação. Profissionais que possam ser apropriados da realidade complexa pela que nos vemos atravessados e em onde o professor, através da eleição de metodologias e estratégias, fomente a capacidade reflexiva do estudante.

**Palavras chave:** Competências - aprendizagem significativa - construção - pluralidade

(\*) **Lucila Lara Kunze**. Licenciada en Publicidad (Universidad de Palermo).