



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

CARRERA DE ESPECIALIZACIÓN EN DOCENCIA  
UNIVERSITARIA EN CIENCIAS ECONÓMICAS

**PRÁCTICAS INNOVADORAS PARA GENERAR UN  
APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO EN  
ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE  
GUAYAQUIL**

**Ing. Jodie Madelaine Padilla Lozano**

jodie.padilla@gmail.com - jodiepl@hotmail.com

**Trabajo Final de Integración para completar las exigencias de la  
Carrera de Especialización en Docencia Universitaria en  
Ciencias Económicas**

*Buenos Aires, Argentina – 30 de Septiembre de 2016*

*©2016, Padilla Lozano*



**Taller para la Producción del Trabajo Final de Integración**

FCE | UBA

Docente: Dra. Diana Rut Schulman

## Resumen

En la actualidad, la situación económica del Ecuador inspira a la sociedad a desarrollar propuestas con un alto grado de innovación sostenible. El cambio de la matriz productiva, el ser un país dolarizado y las oportunidades de emprendimiento, requieren de profesionales capaces de atender con ingenio las necesidades de desarrollo nacional. Por este contexto, en el ámbito universitario precisamente, resulta indispensable contar con prácticas que fomenten la creatividad de los estudiantes en la resolución de problemas de diversa índole.

Al analizar la realidad de la carrera de Diseño Gráfico de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) de la ciudad de Guayaquil – Ecuador, se corrobora la necesidad de implantar prácticas innovadoras en la actividad docente vigente. Esto se ha vuelto crítico en la actualidad porque se requiere dar solución inmediata a un problema específico diagnosticado en la práctica educativa de dicha carrera, dando cuenta de los conocimientos y competencias adquiridas en la formación docente del autor. El problema identificado sugiere la generación de un aprendizaje significativo pues las prácticas actuales no dan paso al desarrollo de proyectos de comunicación innovadores; el programa vigente no atiende al perfil del estudiante (necesidades ni capacidades) y demanda ser modificado.

Para el presente proyecto, el objetivo académico considerado ha sido abordar el diseño actual de la clase, a partir del estado del arte, para así establecer las formas de representación más relevantes a discurrir en la programación de las clases. Este trabajo pretende, a partir de los datos recopilados en la fase inicial del análisis situacional, realizar una propuesta de implantación de prácticas innovadoras para fomentar un aprendizaje significativo en los estudiantes universitarios relacionados con la gestión de medios de comunicación. Posteriormente se aplicarán las herramientas de medición respectivas para verificar la utilidad del modelo planteado.

**Palabras clave:** pedagogía, educación, innovación social, investigación y desarrollo (I+D).

## Índice

Lista de Tablas .....	iv
Lista de Gráficos .....	iv
<b>Introducción .....</b>	<b>5</b>
Fundamentación y planteamiento del problema .....	5
Objetivos .....	6
Metodología .....	6
Unidad de análisis .....	7
Variables.....	7
<b>Marco teórico .....</b>	<b>8</b>
Prácticas innovadoras .....	8
Aprendizaje significativo .....	10
Prácticas innovadoras para un aprendizaje significativo .....	12
<b>Diagnóstico .....</b>	<b>13</b>
Análisis de las iniciativas gestionadas por la institución .....	13
Análisis de la situación actual de la carrera .....	16
Perfil del estudiante involucrado con los medios de comunicación .....	18
Análisis de las actividades académicas empleadas .....	20
Reflexión sobre la propia práctica pedagógica .....	24
Fomentar el desarrollo de un aprendiz profundo.....	24
<b>Propuesta de intervención.....</b>	<b>26</b>
Síntesis del problema a resolver.....	27
Objetivos de la propuesta .....	28
Estrategia a implementar.....	28
Lluvia de ideas estructuradas .....	31
Descripción del procedimiento .....	33

Actividades a desarrollar.....	34
<b>Conclusiones .....</b>	<b>37</b>
<b>Referencias bibliográficas .....</b>	<b>40</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>47</b>
Anexo 1 .....	47
Anexo 2 .....	50

### **Lista de Tablas**

Tabla 1: Interés en la iniciativa “Asiri Labs” .....	15
Tabla 2: Matriz FODA de la carrera de Diseño Gráfico .....	17
Tabla 3: Reconocimiento del perfil del profesional en diseño gráfico.....	19
Tabla 4: Observación estructurada de las actividades desarrolladas .....	20
Tabla 5: Lista de cotejo – Grilla de observación de clases.....	21
Tabla 6: Rediseño de clases.....	30
Tabla 7: Temáticas para la clase 1 .....	35
Tabla 8: Temáticas para la clase 2.....	36
Tabla 9: Actividades a desarrollar en la clase 1 .....	36
Tabla 10: Actividades a desarrollar en la clase 2 .....	37

### **Lista de Gráficos**

Gráfico 1: Impacto de la iniciativa en el curso Medio de Comunicación I.....	15
Gráfico 2: Impacto de la iniciativa en el curso Medio de Comunicación II.....	15

## Introducción

### Fundamentación y planteamiento del problema

En la actualidad, existe una constante búsqueda de nuevas formas de atraer a una generación que se caracteriza por tener un interés especial por las novedades, por tener un comportamiento cambiante y por inclusive acortar los ciclos de vida habituales de los productos y servicios que consumen (Libedinsky, 2011). Esto se replica en toda instancia de la vida de esta generación, por ello los docentes también deben conocer a profundidad sus principales intereses y necesidades, su realidad y lo que esta exige (Serres, 2014); a fin de facilitar su aprendizaje y el recuerdo de lo aprendido (Novak, Gowin, & Otero, 1988).

El filósofo francés Michel Serres (2014) indica que es necesario tomarse el tiempo para mirar a los jóvenes, pues la gestión en una escuela o universidad debe considerar que se dirige a una generación que tiene una brecha profunda con las anteriores. Serres (2014) no sólo invita a mirar a estos jóvenes y sus costumbres, sino también a reflexionar sobre el rol que toman los adultos al desarrollar nuevos vínculos; al rol de los docentes de transmitir saberes mientras se desenvuelven dentro de una sociedad con trabajos desmotivadores, siendo incapaces de generar interés social en los educandos. Por ello, si se reprocha todo tipo de individualismo, es posible percatarse de que los estudiantes del aula de clases actual se presentan como mentes que no están vacías, que tienen acceso a información a todas horas y que requieren de una mayor variedad de herramientas para fomentar su creatividad y un aprendizaje adecuado (Ausubel, 1963).

Al conocer a los educandos y las características que condicionan el enseñar en el aula, el siguiente paso es dar atención a las principales problemáticas que allí se desarrollan. Cabe recordar que, como docentes, no nos limitamos a la mera actividad de interpretar los contenidos a revisar, sino que la tarea se centra además en inspirar al ser humano, en influenciar positivamente su comportamiento en beneficio de la sociedad y esto se alcanza al dar uso de los medios adecuados para formar un profesional ético, capaz de responder a las exigencias del entorno. A partir de lo antes reconocido se define la temática del presente proyecto de trabajo como: “Prácticas innovadoras para generar un aprendizaje significativo en los estudiantes universitarios guayaquileños de materias relacionadas a la gestión de medios de comunicación”.

## **Objetivos**

El objetivo general es proponer el uso de prácticas innovadoras para lograr un aprendizaje significativo en cursos relacionados a la gestión de medios de comunicación. A partir de ello se establecen los siguientes objetivos específicos, es decir que con la aplicación de esta propuesta se busca:

1. Determinar el perfil del estudiante universitario de la carrera de diseño gráfico.
2. Descubrir actividades académicas atractivas que favorezcan el proceso creativo en la gestión de medios de comunicación.
3. Incorporar una innovación educativa adaptada a las condiciones institucionales actuales.
4. Contrastar los resultados de un aprendizaje mecánico versus un aprendizaje significativo.

De esta manera, se efectuaría el aporte puntual de una modalidad de trabajo que incluirá, además de las actividades pedagógicas que generan un aprendizaje mecánico, prácticas para el desarrollo de un aprendizaje trascendente en estudiantes que representan una generación de educandos con competencias que no responden a las vigentes modalidades y exigencias de enseñanza y aprendizaje, por tratarse de propuestas diseñadas para satisfacer las necesidades de otro momento socio-histórico (Ibáñez, Cuesta, Tagliabue, & Zangaro, 2008); esto se debe a que estos futuros profesionales requieren de un gran esfuerzo creativo y estratégico en la gestión de medios de comunicación.

## **Metodología**

El grado de abstracción del presente trabajo es una investigación aplicada cuyo objetivo es resolver problemas prácticos. La naturaleza de los datos son de metodología mixta, es decir que siguen un enfoque cualitativo por medio de estrategias a implementar en el aula y cuantitativo por la medición del impacto por implementación de estrategias en las actividades diarias. De tipo no experimental, con alcance descriptivo y de horizonte de tiempo transversal, en donde los datos serán obtenidos por una única vez en el tiempo por medio de datos primarios y secundarios (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010). El enfoque cualitativo tiene características como exploración de fenómenos a profundidad en donde los significados se extraen de los datos; el proceso es inductivo y su bondad será la obtención de los significados a profundidad (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

Mientras que el enfoque cuantitativo se caracteriza por medir fenómenos, es un proceso secuencial y analiza la realidad objetiva de proceso deductivo; como se indicó, esta investigación utilizará su combinación (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

Las fuentes primarias corresponden a tres fases: en una primera instancia se recolectarán 5 entrevistas con expertos en el área de educación (docentes universitarios) a través de un cuestionario semiestructurado, en una segunda instancia se recopilará información por medio de un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas a los dos cursos evaluados, y en la tercera instancia se realizará un análisis comparativo de los cursos de estudio para determinar si se generó o no un aprendizaje significativo. Para poder medir el impacto de las prácticas innovadoras, se aplicarán dos programas distintos a cada curso, siendo el de Medios de Comunicación I el curso en el que se aplique el programa propuesto y el de Medios de Comunicación II aquel en el que no se haga modificación alguna. En el primer curso se incluirán el uso de casos, temas de actualidad y demás herramientas; luego se aplicará la técnica de lluvia de ideas estructurada, cuyo resultado permitirá concluir si ha sido posible o no generar un aprendizaje significativo. Mientras que en el otro curso no se implementarán tareas creativas con el fin de concluir si estas acciones generan o no un aprendizaje memorista.

Las fuentes secundarias son recursos como casos, artículos científicos, libros y data para interpretación que serán utilizadas en la presente investigación. Para poder resumir la información sobre los participantes se utilizará estadística descriptiva y así se tendrá una conclusión certera sobre los resultados obtenidos en los cursos de medios estudiados.

### **Unidad de análisis**

La información fue tomada durante el año 2016 en el primer periodo o semestre A-2016 y corresponde a los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico en la Escuela Superior Politécnica del Litoral de la ciudad de Guayaquil. La muestra o unidad de análisis fueron dos cursos, el primer curso con 26 alumnos, quienes cursaron la materia de Medios de Comunicación I y un segundo paralelo con 17 alumnos quienes tomaron la materia de Medios de Comunicación II.

### **Variables**

En cuanto a las variables de la presente investigación, a continuación se detallan las principales definiciones relacionadas al propósito de la investigación:

Se identifica como *práctica innovadora* a aquella innovación educativa que atiende a las necesidades o problemas detectados en la práctica de la enseñanza, presentándose como una actividad que, al incorporarse, modifica o afecta de manera puntual y directa a los procesos de enseñanza y aprendizaje en el ámbito del aula (Viñao, 2002).

Por su parte, la noción del *aprendizaje significativo* propuesta por Ausubel (1963) indica que se trata de un proceso educativo en el que la nueva información se conecta con un concepto pre existente en la estructura cognitiva del educando, de modo que las nuevas ideas, conceptos y proposiciones adquieren un significado y son asimiladas de manera no arbitraria y sustancial, favoreciendo su recordación.

## **Marco teórico**

### **Prácticas innovadoras**

Según Altopiedi & Murillo Estepa (2011) la innovación educativa parte de términos de cambio y mejora de la educación superior, siendo el cambio educativo aquella acción de conversión de la estructura general del sistema educativo o de la organización de cada establecimiento de enseñanza en el interior de las aulas. De allí que se considera que su concepto tiene distintos dominios de aplicación, por motivo de que la innovación educativa puede estar asociada a otros constructos teóricos próximos como: nuevo/cambio, mejora, renovación, reforma, entre otros (Sánchez, 2005).

Dado que la innovación deriva del latín “nuevo”, la misma implica un grado de novedad, que en el ámbito educativo puede corresponder a la introducción de “algo nuevo” mediante una acción, actividad o proceso (Altopiedi & Murillo, 2011). De igual manera, la “mejora” educativa corresponde al aumento de los resultados de aprendizaje de los alumnos y el control de los centros de su propio desarrollo (Hopkins, 1996). Antúnez (1998) y Tejada (1998) llegan a diferenciar que la “renovación” conlleva una transición de un estado inútil y antiguo a uno que es imprescindible superar. Otros autores esclarecen que el término “reforma” abarca una dimensión mucho mayor que la afectada por la innovación (Antúnez, 1998; Bolívar, 2002; Murga, 2002).

Existen múltiples investigaciones en torno a la viabilidad de la innovación educativa que señalan la importancia de enfocar la misma en la enseñanza y aprendizaje para facilitar sus procesos (Altopiedi & Murillo, 2011; Fullan, 2008; Muijs, Harris,



Chapman, Stoll, & Russ, 2004). Como tal, la innovación se presenta como la introducción de métodos de actuación de mejora no convencionales (Barraza, 2005), diferentes a los usuales (Greve & Taylor, 2000), con el objetivo de aumentar la calidad de los servicios (Baer & Frese, 2003). En lo que a la educación respecta, la innovación se vincula con las necesidades, problemas u oportunidades identificados en la enseñanza (Viñao, 2002), apuntando sus múltiples variaciones a un objetivo más específico o a dar solución a las particularidades registradas en la práctica.

Shulman (1986) asegura que al innovar, se mejoran: (a) los contextos, comunidades e involucrados al proceso de enseñanza y/o aprendizaje; (b) los pensamientos que construyen los educandos con la responsabilidad del profesional; y (c) las acciones, al diseñar tareas más representativas para la clase y para los estudiantes, consiguiendo una comunicación plena y una interacción liberadora y empática. De esta manera se comprende cómo el planteamiento de prácticas innovadoras propicia una cultura que consolida la forma de entender y preparar a los educandos en las competencias básicas, tal como lo indican Medina y Salvador (2009).

En sí, la práctica innovadora se da cuando se ha analizado el entorno de aprendizaje por parte del docente como consecuencia del quehacer cotidiano. El contexto complejo en el que se desenvuelve el docente universitario exige que este surja como uno de los factores clave en el sostén de las tradiciones de excelencia por lo que un intento de práctica innovadora pasa primero por la incertidumbre que implica su aplicación. Del texto de Lucarelli (2006) se rescata que el profesional es el canalizador para lograr un objetivo y que, si el contexto es complejo, la preparación del profesional a cargo exige concebirse de igual manera pues, en la variabilidad de las circunstancias, es la adaptación del sujeto la que asegura la consolidación de la autonomía institucional.

El cambio en la perspectiva de los centros educativos comprende un proceso bastante complejo por estar enraizado al rol de la educación y de la escuela. El proceso debe ir acorde a su entorno político y socio-cultural; este componente es entonces decisivo y debe considerarse en las propuestas y proyectos de mejora de la organización. Por ello es que el desenvolvimiento en este entorno requiere de un aprendizaje constante de nuevas maneras de interpretación del mundo, de igual forma que con el mismo proceso de cambio (Altopiedi & Murillo, 2011).

Al analizar las condiciones institucionales actuales, se reconoce cómo se le impone a la universidad que renueve su estructura, modalidades y formas de organización de sus ofertas para acatar los requerimientos del país al que pertenece dicha institución. La finalidad de esta imposición permite redefinir demandas que consecuentemente impulsen el desarrollo científico, tecnológico, económico y social de las propuestas de docencia e investigación de excelencia (Lucarelli E. , 2006).

Así, se identifica finalmente que la innovación educativa se trata de “la incorporación de modificaciones que afectan de forma puntual y directa a los procesos de enseñanza y de aprendizaje, en el ámbito del aula” (Altopiedi & Murillo, 2011; pág. 50). Pero el proceso de innovación, al considerar una determinada perspectiva, debe centrar sus esfuerzos – es decir, concretar las prácticas de innovación – únicamente a la gestión institucional (Macías, 2006; Malagón, 2006), al curriculum o la enseñanza (Blanco & Messina, 2000; Morrish, 1978; Libedinski, 2001); lo que más tarde se constituye como “innovación institucional”, “innovación curricular” o “innovación didáctica”, respectivamente (Barraza, 2005).

### **Aprendizaje significativo**

El aprendizaje de un educando depende de la estructura cognitiva previa que este posea y cómo esta se relaciona con la nueva información adquirida. La estructura cognitiva se conoce como todo el conjunto de conceptos e ideas que un determinado individuo posee en un campo de conocimiento específico (Ausubel, 1963). Por su parte, el aprendizaje se constituye como un cambio del comportamiento que puede tener un carácter estable y duradero. Cabe destacar que un comportamiento puede llegar a ser reemplazado por otro, es decir que también puede ser mejorado, teniendo ambos momentos una estabilidad en el tiempo, por ello es que llega a tener un papel crucial (Davini M. C., 2008).

De allí que es de suma importancia conocer esta estructura cognitiva del grupo de educandos a cargo como docente pues, aunque no se trata de saber la cantidad de información que posee, cabe reconocer los conceptos que maneja y su grado de estabilidad. Por ello es que se recomienda programar en función de una actividad significativa práctica, lo que requiere tiempo y consolidación para que la adaptación al contexto del grupo o clase que se dirige sea efectiva, con sinergias grupales particulares (Ambròs, 2009).

En la actualidad, el docente debe estar consciente de que no toma estudiantes con “mentes vacías”, sino educandos con experiencias previas y conocimientos que terminan afectando su aprendizaje y que pueden ser aprovechados (Ausubel, 1963). A partir de esto se diferencia el aprendizaje significativo del aprendizaje mecánico; siendo el primero, según la noción elaborada por Ausubel (1963), aquel que produce una interacción entre los conocimientos ya adquiridos más relevantes de la estructura cognitiva con la nueva información, estableciendo relaciones y un significado sustancial. Es decir, que el aprendizaje significativo se da cuando la nueva información se vincula con un concepto relevante y pre existente en la estructura cognitiva, de modo que los nuevos conceptos o ideas son aprendidos en la medida en que las otras ideas y conceptos estén lo suficientemente claras en el educando para que sirvan de anclaje para las nuevas informaciones (Ausubel, 1963).

Por su parte, el aprendizaje mecánico, contrario al aprendizaje significativo, es aquel que se produce cuando no existe una relación adecuada, de modo que la nueva información que se recibe es almacenada sin la interacción con los conocimientos previos (Ausubel, 1963). En este tipo de aprendizaje el estudiante se sumerge en una repetición constante de definiciones que memoriza y no llega a comprender en su totalidad, por ello es que al no incluir estos conocimientos como parte enlazada con otras definiciones, pasa a ser una memoria que recordará únicamente a corto plazo y que no perdurará en el tiempo. De allí la importancia de contar con una estructura de enseñanza que evite que el estudiante caiga en un aprendizaje mecánico.

No obstante, el aprendizaje mecánico no es sinónimo de un proceso de aprendizaje o enseñanza inadecuado, pues este es necesario en las fases iniciales de la enseñanza de un campo de conocimiento, cuando el educando recibe por primera vez a todos aquellos conocimientos relevantes con los cuales va a interactuar. Por lo tanto, existe una preferencia de generar un aprendizaje significativo por los beneficios en la adquisición de significados, así como en la retención y transferencia de lo aprendido (Ausubel, 1963).

Por lo tanto, en el aprendizaje significativo se tiene a un aprendiz que no se debe limitar a mantener un rol pasivo, más bien debe estar consciente de su estructura cognitiva al identificar semejanzas y diferencias de la información recibida con la que ya conoce (Moreira, 2005). Esto sugiere que el estudiante se capacite en la toma de decisiones de una forma menos aleatoria pues reconoce cuáles son los procedimientos apropiados para

desempeñar la actividad en cuestión, así como el cuándo, cómo, porqué y en qué medida dichos procedimientos facilitan la resolución de la tarea (Monereo, Castelló, Clariana, Palma, & Pérez, 1997). Con ello, el educando reorganiza su conocimiento, los construye y lo produce; proceso continuo de conceptualizaciones y significaciones que se enmarca en la filosofía constructivista (Moreira, 2005).

Su significado ha variado con los años, desde su definición inicial hasta la actualidad. Novak (1998) le da un carácter humanista por considerar la experiencia emocional en el proceso que finalmente conduce al desarrollo de un aprendizaje significativo. Gowin (1981) indica que no se trata de un resultado únicamente sino de un proceso, idea que el autor desarrolla en la teoría de educación. La importancia de su aporte radica en la explicación de la interacción entre el profesor, el alumno y el material educativo tendente a compartir significados, de modo que sin su consideración no se obtendría un aprendizaje significativo.

### **Prácticas innovadoras para un aprendizaje significativo**

Dado a que la innovación educativa se trata de un complejo proceso de innovación que parte de una perspectiva concreta que aportará a la gestión institucional (Macías, 2006) (Malagón, 2006), al curriculum o la enseñanza (Blanco & Messina, 2000; Morrish, 1978; Libedinski, 2001); pasando por una “innovación institucional”, “innovación curricular” o “innovación didáctica”, respectivamente (Barraza, 2005); se reconoce la necesidad de desarrollar un conjunto de prácticas de innovación educativa que incentiven el aprendizaje profundo y duradero de los educandos, al aprovechar sus conocimientos previos y desarrollar momentos memorables que funcionen en beneficio del aprendizaje superior.

Es importante reconocer la diversidad de alumnos que participa en una clase, situación que invita también a utilizar múltiples procedimientos y tareas en la gestión de la actividad pedagógica. Esto requiere que el docente tome decisiones respecto al proceso de enseñanza empleado, sin perder su razón de ser y sin optar por prácticas que privilegien lo informativo y dejen de lado lo académico (Serrano, 2002). Por ello, Sacristán (1993) expresa la importancia de una correcta evaluación mediante herramientas informales; más tarde también se indica que “para lograr una enseñanza menos preocupada en el control,...hay que ocuparse más por seleccionar contenidos sustanciales para el currículo y descubrir actividades académicas atractivas” (Sacristán & Pérez, 1997; p. 396).

Por ello, para escoger el material adecuado, se reconoce nuevamente la relevancia de identificar cuál es la estructura cognitiva del momento del grupo de educandos. Allí radica la importancia del presente proyecto pues, en función de las características del alumnado al que se realizará el estudio, permitirá establecer las prácticas innovadoras convenientes que inspiren un aprendizaje significativo; situación que se valorará por medio de un estudio comparativo.

### **Diagnóstico**

En lo que respecta al diagnóstico, producto del análisis de datos de fuentes primarias y secundarias, se logra identificar la situación actual del uso de prácticas innovadoras en la producción de propuestas creativas de proyectos de comunicación por parte de los estudiantes de la carrera de diseño gráfico de la Escuela Superior Politécnica del Litoral – ESPOL en la ciudad de Guayaquil.

Esto corresponde al punto de partida para el diseño de la propuesta de mejora que atiende a la interrogante formulada en el planteamiento del problema, pues reconoce: (a) las iniciativas gestionadas por la institución, (b) la situación actual de la carrera, (c) el perfil del estudiante universitario en cuestión, (d) las actividades académicas empleadas para el desarrollo del proceso creativo de campañas comunicacionales y (e) la reflexión sobre la propia práctica pedagógica.

### **Análisis de las iniciativas gestionadas por la institución**

La Escuela Superior Politécnica del Litoral – ESPOL se conforma por la necesidad regional de contar con instituciones de educación superior científico-técnicas el 29 de octubre de 1958, inaugurada oficialmente el 29 de mayo de 1959 con la presencia del Presidente de la República, Dr. Camilo Ponce Enríquez. En febrero de 1977 expande sus instalaciones para desarrollar todas las funciones de servicio a la sociedad que tenía proyectadas, por lo que desde 1983 el campus Prosperina de la ESPOL fue una realidad.

Desde sus inicios, la institución privilegió (Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2016): “La capacitación y formación docente; la creación de la Unidad de Planificación; la incorporación de jóvenes politécnicos que habían obtenido títulos de M.Sc. y Ph.D.; y la gestión del talento humano pues casi la totalidad de los profesores titulares han laborado a tiempo completo”.

Dentro de su larga trayectoria se destaca (Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2016):

“2007: La obtención de la Acreditación Institucional a la Calidad por parte del CONEA, un logro considerable que incluyó el proceso de autoevaluación y evaluación externa donde se analizaron las funciones de docencia, investigación, vinculación con la colectividad y gestión administrativa.

2009: Ser reconocida por el CONEA como una universidad Categoría A, según el Informe de Evaluación de Desempeño de las Instituciones de Educación Superior presentado a la Asamblea Nacional.

2014: El CEAACES la ratifica en categoría A luego del proceso nacional de evaluación universitaria siendo la única IES pública en Latinoamérica con acreditación internacional, pues las carreras de Ingeniería en Ciencias Computacionales e Ingeniería Mecánica fueron acreditadas por ABET. Además de que su Escuela de Negocios ESPAE obtuvo la acreditación internacional AACSB.

2015: Se crean los primeros doctorados en la historia institucional: Doctorado en Ciencias Computacionales Aplicadas y Doctorado en Biociencias Aplicadas. La ESPOL se mantiene a la vanguardia de la investigación y oferta 9 maestrías de investigación acreditadas por el CES.”

Dentro del análisis de las iniciativas gestionadas por la institución, se destaca uno de los proyectos más ambiciosos que la misma ha puesto en marcha en el presente año y que además se relaciona con las actividades de interés para los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico; se trata de la creación del primer FabLab<sup>1</sup> de la ciudad de Guayaquil, llamado Asiri Labs. Su filosofía es buscar la promoción de la cultura Makers en la región, y su objetivo es que todos construyan y para eso, como rol en la sociedad, buscan proveer del espacio y herramientas para que esto suceda (Asiri, 2016).

---

<sup>1</sup> El Centro de Emprendedores de la ESPOL inauguró el primer FabLab de Guayaquil “Asiri Labs”, que ofrece servicios de impresión 3D, cortadora láser y otros propios de un FabLab, tanto a la comunidad de la ESPOL como a terceros fuera de ESPOL. Esta iniciativa se presenta como un espacio que brinda la oportunidad de innovar construyendo prototipos.

Por medio de este proyecto es posible palpar el interés de la institución por ofrecer las herramientas necesarias para fomentar la creatividad y emprendimiento en sus estudiantes universitarios. En este caso en particular, la disponibilidad de un FabLab se presenta como una oportunidad para desarrollar un proyecto de innovación didáctica (Barraza & Cárdenas, 2015). No obstante, a pesar de que resulta ser un modelo de negocio muy novedoso en el mercado nacional, aún no cuenta con la atención de sus estudiantes de Diseño Gráfico. Para el presente proyecto se analizó el impacto que tiene la iniciativa de la institución en el grupo de alumnos de estudio, tal como se muestra a continuación:

**Tabla 1:** Interés en la iniciativa “Asiri Labs”

		Curso	
		Medios de Comunicación I	Medios de Comunicación II
<b>Iniciativa</b> <b>ASIRI</b>	Interesados	4	1
	No interesados	22	16
<b>Total alumnos</b>		<b>26</b>	<b>17</b>

**Gráfico 1:** Impacto de la iniciativa en el curso Medio de Comunicación I



**Gráfico 2:** Impacto de la iniciativa en el curso Medio de Comunicación II



**Fuente:** Elaboración propia

## **Análisis de la situación actual de la carrera**

La carrera de Diseño Gráfico es parte de la oferta académica de la Escuela de Diseño y Comunicación Visual de la ESPOL. Esta carrera forma profesionales en el campo de la comunicación visual gráfica, que son capaces de diseñar soluciones tales como: piezas gráficas para proyectos editoriales, señaléticas, campañas publicitarias, stands, animaciones y videojuegos mediante el uso de herramientas tecnológicas, el desarrollo de conceptos, la planificación y la producción gráfica y publicitaria. El licenciado en Diseño Gráfico – y Publicitario – está capacitado para diseñar y elaborar campañas publicitarias, informativas y de comunicación corporativa, liderando o participando en equipos de trabajo multidisciplinarios (Escuela de Diseño y Comunicación Visual, 2016).

La misión de esta carrera es “formar profesionales creativos e innovadores, con capacidad investigadora y pensamiento crítico, en el área de la comunicación gráfica” (Escuela de Diseño y Comunicación Visual, 2016, pág. 2). Dentro de sus objetivos educacionales se encuentran:

“(a) Desempeñarse profesionalmente como creativos gráficos en el desarrollo de proyectos, ayudando a la gestión de empresas a nivel estratégico, funcional y operacional, con el fin de hacerlas más competitivas y solucionar desafíos a nivel nacional e internacional. (b) Ser líder emprendedor que mediante la investigación e innovación diseñe conceptos, productos y comunicación con visión analítica y crítica, en función de las necesidades del mercado, convirtiéndose en un transformador del mismo. (c) Adquirir nuevas habilidades y conocimientos mediante la educación continua en torno al uso y aplicación de nuevas metodologías, técnicas y conocimientos acordes con el mercado y los avances tecnológicos. (d) Alcanzar logros o reconocimientos como resultado de un accionar ético y responsable en el desempeño de sus actividades profesionales y personales con la sociedad” (Escuela de Diseño y Comunicación Visual, 2016, pág. 2).

A partir de la información recopilada, la revisión de la malla curricular (Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2016) y las entrevistas a profundidad realizadas a cinco docentes de la carrera de Diseño Gráfico, se realiza el análisis estratégico situacional que posee la misma, destacando lo siguiente:



**Tabla 2:** Matriz FODA de la carrera de Diseño Gráfico

Basado en el modelo de Thompson, Strickland y Thompson Jr. (2001)

<b>Oportunidades</b>		<b>Amenazas</b>	
O1	Oportunidad laboral mundial	A1	No aprobar para la acreditación
O2	Avance tecnológico mundial	A2	Quedar sin apoyo por parte del Estado
O3	Convenios de estudios	A3	Nuevas disposiciones para la educación superior
O4	Vinculación con otras carreras	A4	Migración de docentes a otras instituciones
O5	Globalización y estandarización de la información	A5	Universidades de prestigio que cuenten con las mismas carreras
O6	Instituciones interesadas en su desarrollo	A6	Poco acceso a nuevas tecnologías
O7	Incentivos para la mejora de la calidad educativa	A7	Entorno que se reúse al cambio
O8	Interés general en la carrera	A8	Limitaciones para innovaciones
O9	Programación sostenible	A9	Cambios normativos
<b>Fortalezas</b>		<b>Debilidades</b>	
F1	Perfil del profesional abarca un amplio campo laboral	D1	Escaso interés en investigación
F2	Malla curricular sujeta a modificaciones	D2	La totalidad de las materias no se desarrollan en salas de cómputo
F3	Atención a competencias de interés nacional e internacional	D3	Falta de motivación y compromiso de los estudiantes
F4	Profesores capacitados	D4	Bajo incentivo de la creatividad y colaboración del personal
F5	Apertura al desarrollo de iniciativas innovadoras	D5	Falta de información detallada sobre la carrera
F6	Pertenecer a la ESPOL	D6	Momentos de sobrecarga de acciones y proyectos
F7	Promueve el desarrollo del alumnado	D7	Resistencia a reingenierías

**Fuente:** Elaboración propia

## **Perfil del estudiante involucrado con los medios de comunicación**

Los medios de comunicación varían constantemente por lo que su producción y obtención están justamente relacionadas a las necesidades de su público objetivo (Franklin, 2012), principal motivo que invita a aquel profesional que se relaciona de una u otra manera con la comunicación, a desenvolverse en un ambiente de innovación recurrente (Freire, 2015). De allí que “la innovación en los medios requiere de autonomía, culturas de trabajo alternativas, una adaptación tecnológica constante y un deseo de proximidad real con la audiencia” que claramente puede ser fomentado como una iniciativa dentro del periodo de su formación (Palomo & Palau-Sampio, 2016). Esta realidad afecta directamente su gestión por lo que un aporte de este tipo, en la formación del profesional, resulta fundamental (Steensen, 2009).

Muchos autores hacen hincapié en que la innovación como tal es superficial y ambigua, y que su aplicación varía en cada disciplina, en cada rama o ciencia (Bleyen, Lindmark, Ranaivoson, & Ballon, 2014). Sin embargo, siendo la tarea del docente la de preparar a los profesionales del mañana con los conocimientos necesarios en función del contexto actual, nos vemos en la obligación de responder a dichas exigencias del entorno pues finalmente lo que se busca alcanzar es la competitividad y la creación de valor mediante la vinculación a las novedades (Baregheh, Rowley, & Sambrook, 2009).

Cabe destacar que la implementación de innovaciones se enfrenta constantemente a resistencias que acrecientan en momentos de incertidumbre (Larrondo, Domingo, Erdal, Masip, & Van den Bulck, 2016), en especial porque resulta en el aspecto motivacional y de habilidades de los profesionales involucrados (Palomo & Palau-Sampio, 2016). Por ello resulta indispensable reconocer el perfil del estudiante universitario de Diseño Gráfico para realizar una propuesta valedera.

La carrera de Diseño Gráfico impulsa constantemente a que el estudiante piense *fuera de la caja* por lo que en puntos posteriores se verificará si efectivamente se da uso de los medios adecuados para lograr que un grupo ciertamente produzca ideas innovadoras. Mediante la recopilación de información de fuentes primarias y secundarias, se ha reconocido el perfil del estudiante de Diseño Gráfico o que también correspondería a aquel futuro profesional involucrado en la gestión de medios de comunicación (Escuela de Diseño y Comunicación Visual, 2016; Malhotra, 2008):

**Tabla 3:** Reconocimiento del perfil del profesional en diseño gráfico

<b>Dominio de competencias</b>	
Analizar	la situación del mercado
Reconocer	oportunidades o problemas
Diseñar	la implementación
Ilustrar/Interpretar	la información
Comunicar	de forma coherente
Seleccionar	métodos y técnicas precisas
<b>Aplicación de competencias</b>	
Cognitivas	Ciencias básicas, humanidades y artes.
Procedimentales	Operar programas de diseño, de análisis de información, ilustración de propuestas, establecimientos de estrategias comunicacionales.
Interpersonales	Capaz de percibir situaciones e interpretar señales de terceros.
<b>Competencias en función del foco material</b>	
Fundamentales	Creatividad y ciencias sociales.
Disciplinarias	Bellas artes y comunicación.
Específicas o profesionales	Investigación de mercados.
<b>Contextos de desempeño</b>	
Organizacionales	Asociado a organización o ejercicio individual
Condiciones de ejercicio	Equipamiento electrónico
Localización	Regional, extranjero, internacional
<b>Perfil profesional</b>	
Profesionales creativos, innovadores, éticos y emprendedores, con capacidad investigadora y pensamiento crítico en el área de la comunicación visual gráfica, para diseñar soluciones visuales tales como: mensajes y campañas publicitarias, señalética, stands, soportes gráficos y proyectos editoriales para medios impresos y electrónicos mediante el dominio de herramientas tecnológicas, el desarrollo de conceptos, la planificación y la producción gráfica y publicitaria.	

**Fuente:** Elaboración propia

### **Análisis de las actividades académicas empleadas**

Dentro del aula, cada docente posee la libertad de realizar las actividades que considere convenientes. Los estudiantes entonces reconocen las áreas a las que pertenece cada materia y por ende la forma en la que se desarrollará. La malla de la carrera de Diseño Gráfico cuenta con un total de 54 materias, de las cuales el 34% se catalogan como Cultura General, el 30% corresponde a Diseño y Comunicación, el 11% a Historia y Teoría, y finalmente el 25% a Apoyo y Tecnología del Diseño. Desde esta instancia el estudiante identifica la carga horaria presencial y las prácticas y/o aprendizaje autónomo que debe destinar a la materia en cuestión (Escuela de Diseño y Comunicación Visual, 2016).

Por ello, para reconocer la modalidad de enseñanza de las materias Medios de Comunicación I y II, se optó por realizar una observación estructurada para analizar las actividades académicas que ahí se emplean. La observación estructurada tiene como fin recopilar información sobre la estrategia de enseñanza actual de la materia. Las variables se calificaron bajo parámetros sobre el atractivo que tiene en sus estudiantes, por ello la observación requirió recopilar información de los participantes – como ya se revisó en el punto anterior – para un diálogo posterior con los mismos con la finalidad de registrar sus apreciaciones (Malhotra, 2008).

**Tabla 4:** Observación estructurada de las actividades desarrolladas

<b>Actividades desarrolladas</b>	<b>Estado</b>	<b>Detalle</b>
Actividades de apertura	No se realizó	No se promovió la implicación de los estudiantes para desarrollarla
Actividades de desarrollo	Sí se realizó	Actividades graduales en las que se destaca la mayor participación del profesor
Actividades de integración final	Sí se realizó	Se sintetizaron los logros, se evaluó lo alcanzado
Actividades de revisión del proceso seguido	No se realizó	No se estimuló el análisis de la experiencia desarrollada

**Fuente:** Elaboración propia

Adicionalmente se evaluó la secuencia didáctica por medio de una lista de cotejo como grilla de observación de la clase, que considera el inicio, el desarrollo y el cierre de la misma:

**Tabla 5:** Lista de cotejo – Grilla de observación de clases

**Nombre de asignatura observada:** Medios de Comunicación I y II (a cargo del mismo docente)

**Nombre del observador:** Ing. Jodie Padilla Lozano

<b>Secuencia didáctica</b>		
<b>Inicio de la clase</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
1. El docente genera un buen clima de trabajo.	X	
2. El docente releva conocimientos previos respecto del tema a tratar.		X
3. El docente vincula el tema de la clase con otros vistos anteriormente y/o con los que abordarán más adelante.		X
4. Los estudiantes demuestran interés por la clase.	X	
<b>Desarrollo de la clase</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
1. Los objetivos de la clase se explicitan a los estudiantes.	X	
2. El contenido es adecuado a su nivel.	X	
3. El docente presenta variedad de recursos y/o de técnicas.		X
4. Las actividades permiten la apropiación de los contenidos.	X	
5. Los recursos resultan atractivos y adecuados.		X
6. Los estudiantes trabajan organizada y productivamente.	X	
7. El docente está atento a los estudiantes que presentan dificultades en el aprendizaje.	X	
8. El docente comprueba que los estudiantes comprenden las explicaciones.	X	
9. El docente estimula la participación, anima a que expresen sus opiniones, discuten, formulan preguntas, etc.	X	
10. El docente mantiene una buena relación con los estudiantes.	X	
<b>Cierre de la clase</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
1. El docente propone actividades de fijación.	X	
2. El docente establece una síntesis conceptual del tema trabajado.	X	
3. El docente brinda recomendaciones bibliográficas, ejemplos, ejercicios, etc.		X

**Adaptado de:** Zampaglione, 2016

Con lo antes expuesto, se reconoció que, dentro de las técnicas utilizadas, se destaca la consideración de la lluvia de ideas para fomentar el desarrollo del proceso creativo, sin embargo no se certifica que dicha actividad alcance los resultados esperados. Campbell (1999) asegura, al igual que otros autores, que las sesiones tradicionales de lluvia de ideas no resultan en verdaderas ideas nuevas, por lo que termina siendo una actividad bastante decepcionante; pareciera que las ideas frescas no quisieran ser plasmadas en un papel.

La mayoría de la literatura indica que la lluvia de ideas grupal es menos efectiva que la lluvia de ideas individual, sin embargo el proceso cognitivo sugiere que la lluvia de ideas grupal es una práctica más efectiva en generar ideas creativas (Brown & Paulus, 2002). Experimentos que comparan las lluvias de ideas de grupos interactivos con las individuales al realizar la misma tarea, revelan que los grupos generan menos ideas y que sus miembros poseen una motivación reducida, lo que puede bloquearlos y reducir la productividad (Mullen, Johnson, & Salas, 1991). Por ello, nuevas investigaciones en la ciencia cognitiva ayudan hoy a comprender que la lluvia de ideas tradicional no empuja a los participantes al límite del pensamiento creativo.

El autor (Campbell, 1999) propone así desarrollar mejores formas de llevar una lluvia de ideas, basándose en el rol del silencio como estimulador creativo y el rompimiento del patrón del pensamiento:

- (a) En 1993, el Instituto Nacional de Salud Mental de Estados Unidos estudió el impacto que tiene el habla mientras se trabaja en problemas analíticos y creativos, encontrando que – aunque el habla no tiene efecto en la resolución de problemas lógicos – sí inhibe la calidad y cantidad de nuevas ideas cuando la creatividad es crítica. Por lo tanto, se asegura que el individuo es más creativo cuando se encuentra en silencio, de allí la explicación de que la mayoría de las personas obtienen sus mejores ideas mientras se bañan o conducen. Cabe recordar que el pensamiento analítico y el lenguaje están anclados en el lado izquierdo del cerebro, mientras que la emoción, creatividad e intuición en actividades del lado derecho.
- (b) El cerebro humano es un poderoso mecanismo de reconocimiento y desarrollo de patrones, asociación que nos ayuda a comprender el mundo que nos rodea pero que es contraproducente al momento de encontrar nuevas soluciones o desarrollar nuevas

ideas. Por ello es necesario que algo nos empuje mentalmente fuera de estos patrones para entrar en una vía desconocida. La mejor prueba de comprobar la importancia de pensar fuera de lo común es la existencia de empresas que poseen personalidades distintivas, es esa diferenciación el resultado de partir de un atributo diferente, de marcar una ventaja competitiva.

Si bien es cierto, la lluvia de ideas se presenta como una de las prácticas que normalmente se usa para fomentar la creatividad en la resolución de problemas complejos (Varkey, Hernandez, & Schwenk, 2009), y es que, tal como se corroboró en la observación estructurada, existe una necesidad de dar soluciones innovadoras que se ha vuelto crítica en la actualidad ya que constantemente se deben tomar decisiones importantes, por lo tanto el estudio de distintas técnicas de esta índole son necesarias para el futuro profesional (Serrano, 2002).

Cabe señalar que el uso de la lluvia de ideas ha evolucionado en los últimos años pues, aunque representa una práctica típica para desarrollar varias soluciones posibles, se opta por generar un proceso de análisis para combinar ideas que resultan similares (O'Connor K, 2003). Además, en la actualidad existen nuevos métodos como el mapa mental que utiliza un diagrama para representar palabras, ideas, tareas y otros elementos relacionados y ordenados entorno a una palabra o idea central. Esta herramienta resulta ser muy útil para visualizar, generar, estructurar y clasificar ideas ya sea por estudio, investigación, organización, resolución de problemas, toma de decisiones o redacción (Varkey, Hernandez, & Schwenk, 2009).

Por lo tanto, se deben crear circunstancias en las que se optimice el desempeño del grupo mediante la maximización de beneficios de facilitación cognitiva y la minimización de procesos inhibidores que reduzcan la productividad del grupo. Los autores Brown y Paulus (2002) promueven así la lluvia de ideas escritas o “ideas a mano”, que consiste en que los miembros interactúen mediante la escritura y lectura en lugar de la conversación y comprensión oral. En un estudio previo (Paulus & Yang, 2000), los miembros escribían ideas en un papel y se lo pasaban al siguiente grupo quienes leían las ideas y pasaban el papel de vuelta; esto resultó en una interacción más efectiva en grupos heterogéneos con miembros con distintos conocimientos.

## **Reflexión sobre la propia práctica pedagógica**

Como profesional relacionado con los medios de comunicación, cuento con la formación académica pertinente, pero en cuanto a la docencia universitaria soy aún un profesional en formación en este campo disciplinar. Por ello es que dentro de mis ocupaciones se encuentra el ser docente sustituta en las materias de Medios de Comunicación I y II de la carrera de Diseño Gráfico en la ESPOL, de allí mi interés por programar una propuesta acompañada por conocimientos específicos sobre la práctica de la enseñanza que me permitan dar una respuesta adecuada y científicamente fundamentada a las problemáticas que afectan el aula universitaria en cuestión (Lucarelli E. , 2006).

Ciertamente en el aula universitaria se revelan los rasgos que caracterizan a la vida institucional, así como las luchas que en ella se libran por la permanencia de líneas caducas o ya sea por la incorporación de nuevos pensamientos. De igual manera, como educador, el docente universitario debe construir su propia identidad, asumiendo que es el actor principal en la producción de conocimiento y que tiene la necesidad de formarse en el campo pedagógico. En efecto, los proyectos formativos que se consideren deben contar con contenidos que preparan para el desarrollo de aspectos pedagógicos, psicológicos, sociológicos del rol, junto a otros propios de las áreas disciplinares que se ha de enseñar (Lucarelli E. , 2006).

En cuanto a la formación del docente respecta, se reconoce que representa un proceso que acompañará toda la vida del sujeto a lo largo de su práctica laboral, lo que implica la reestructuración continua de la forma en la que asume personalmente su rol, su modo de acción y las actitudes que lo caracterizan (Lucarelli E. , 2006). Es decir que se trata de una preparación permanente que requiere de la formación en las actitudes y prácticas en torno a la enseñanza, por lo que a continuación realizo unas reflexiones teóricas de los temas que sostendrán el ejercicio de la práctica educativa de mi formación docente (Emmanuele & Bertolano, 1988):

### **Fomentar el desarrollo de un aprendiz profundo**

En el texto sobre la interrogante ¿Qué es la buena enseñanza?, Bain (2012) diferencia al aprendiz estratégico del profundo, indicando que: (a) el aprendiz estratégico corresponde a la limitación del estudiante a obtener buenas notas, ya que no existe un interés por comprender a fondo y poner en práctica lo aprendido. Esto le impide correr



riesgos sin considerar que se está optando por un camino fácil. Mientras que el (b) aprendiz profundo se refiere a aquel estudiante que realmente se interesa por aprender y comprender a fin de aplicar sus ideas en problemas trascendentes, es decir generar un aporte significativo sin limitaciones. Este se convertirá en experto porque se interesará en indagar y teorizar sus temas de interés estableciendo ideas y problemas.

Personalmente considero que esto es muy cierto y que es necesario que los estudiantes comprendan que el objetivo no es obtener la nota más alta, la meta principal es aplicar lo aprendido en beneficio no sólo personal sino colectivo ya que no se trata de la nota personal sino del aporte que se genera posteriormente. La definición del aprendiz profundo me llama mucho la atención porque justamente eso es lo que se debe promover, posiblemente se considere como parte inherente del estudiante, una característica particular que posean, pero ciertamente con el esfuerzo adecuado se puede lograr cambiar la mentalidad de los estudiantes hacia la búsqueda de un pensar inspirado en la investigación e innovación.

### **Innovación curricular y teoría interpretativa**

En el diario académico, Vain (2003) indica que la innovación curricular permite la articulación de la parte teórica con la práctica, reconociendo que la innovación curricular corresponde a un “elemento de ruptura de las formas tradicionales de la cátedra universitaria” (Lucarelli, Fallik, & Donato, 1991). Por ende se comprende que realmente no debe existir ningún tipo de limitación para promover la reflexión de los estudiantes; aunque es importante considerar los actores que ya forman parte del espacio profesional y que este ya posee una estructura.

Sin dejar de lado las concepciones de enseñanza y su relación con las prácticas docentes, se rescata la teoría interpretativa de De Vincenzi (2009), se basa en la corriente pedagógica constructiva de mediados del siglo XX y se centra en las necesidades de los educandos en el proceso de aprendizaje, siendo el profesor un artista que interactúa con los estudiantes. Esta teoría me llama muchísimo la atención porque posee cimientos claves de la pedagogía moderna, donde el estudiante es el que toma un rol importante del cual el docente debe orientarse. No hay mejor manera de transmitir conocimiento que haciendo sentir identificados a los receptores de información para que la apliquen conscientemente.

### **Limitaciones de la racionalidad técnica**

Dentro de mi experiencia como docente suplente rescato las situaciones en las que los problemas o escenarios relatados en la clase no se asemejan o no están relacionados con las vivencias particulares de los educandos. Por lo que se debe contestar esas interrogantes de los participantes, al establecer varias alternativas de solución para actuar competentemente respecto a un mismo tema pero en diferentes escenarios. Esto favorecerá el interés del estudiante y el reconocimiento de la aplicación de lo aprendido en su vida cotidiana. “Esa es la distancia que se establece entre un aprendiz y un practicante competente. Cómo generar una zona de construcción de conocimiento entre ambos, es una de las claves en la formación de profesionales reflexivos” (Newman, Griffin, & Cole, 1991, pág. 59).

Por su parte, Zabalza (2003-2004) indica que los universitarios aprenden dependiendo de su interés y capacidades, pero que también dependen de haber tenido buenos o malos docentes, de que se les hayan ofrecido oportunidades de aprendizaje. De allí la necesidad de contar con una actividad que representa, en práctica, una innovación de la experiencia para los educandos porque permite considerar las posibilidades, sin dejar de lado las limitaciones reales, que enmarcan la mejora de la docencia en la universidad.

### **Propuesta de intervención**

La siguiente propuesta busca dar resolución, desde la perspectiva profesional, de un problema diagnosticado en la práctica educativa del ámbito universitario, dando cuenta de los conocimientos y competencias adquiridas en la formación docente del autor. La problemática de la enseñanza en la universidad identificada corresponde a la necesidad de:

“Fomentar un aprendizaje significativo (Ausubel, 1963) pues las prácticas tradicionales consideradas (Campbell, 1999) no dan paso al desarrollo de proyectos de comunicación innovadores por parte de los estudiantes de Diseño Gráfico (Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2016)”.

De tal modo, el presente proyecto se desarrolla como resolución del problema reconocido desde la perspectiva de extensión<sup>2</sup> de la actividad docente; dando uso de las herramientas necesarias para la planificación y diseño metodológico del trabajo mediante la sistematización de los elementos estructurales que afectan todo proceso de investigación en docencia universitaria. Para esto se partirá de (a) una síntesis de la problemática a satisfacer, (b) seguido por el planteamiento de los objetivos de la propuesta, (c) la estrategia a implementar, (d) la descripción de procedimientos y actividades a desarrollar, y finalmente (e) las acciones previstas para la evaluación de la intervención.

### **Síntesis del problema a resolver**

Como lo indica la Dra. Liliana Sanjurjo (S.f) es común que exista un cierto grado de apatía sobre los intereses de los jóvenes de las instituciones educativas pues se trata de educandos que reconocen su entorno de una forma diferente, que requieren de otro tipo de herramientas de trabajo y que se topan con una realidad en la que las tareas que se les brinda no posee para ellos una finalidad precisa pues no la asocian a su desempeño cotidiano. Por lo tanto, la presente propuesta considera elementos que implican una buena clase en función de su valor para el educando.

Pero para generar una nueva mirada del diseño de clases vigente, resulta indispensable dar cuenta de la problemática reconocida que corresponde a la necesidad de modificar el programa actual de la materia de Gestión de Medios de Comunicación, repercutiendo principalmente en el proceso creativo del desarrollo de propuestas de planificación de anuncios publicitarios, pues se requiere, en la actualidad, que las campañas comunicacionales desarrolladas por los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico contengan un alto grado de innovación y creatividad sostenible.

Es decir que para alcanzar este objetivo académico ha sido necesario abordar el diseño actual de la clase y considerar el estado del arte para así establecer las formas de

---

<sup>2</sup> La extensión universitaria se define como la interacción y presencia académica con las que una institución universitaria se vincula con la sociedad en forma crítica y creadora. Para ello, los esfuerzos en investigación y docencia le permiten conocer la realidad nacional para redimensionar y enriquecer la propia actividad académica. El beneficiario de su gestión es la sociedad en general, que en este proyecto de traduce al desarrollo de proyectos universitarios innovadores (Universidad Nacional de La Plata, 2015).

representación con las que posteriormente se anticiparán dichas clases, tal como lo explica Eisner (1998). Así, las técnicas que domina el especialista y la creatividad con la que dispone para usarlas, ayudarán a la representación de su experiencia y así a que sea compartida públicamente, teniendo en cuenta que la percepción del receptor es cognitiva y transaccional (Eisner, 1998). Además, hay que considerar que para formar inicialmente a un profesional orientado hacia la práctica reflexiva, se estima que éste tome conciencia de la realidad y que desarrolle de entrada el saber analizar (Perrenoud, 2004).

Por ello, resulta necesario contar con una variedad de representaciones que se complementen para acrecentar las habilidades para su uso respecto al especialista y acrecentar las satisfacciones que causan en los educandos pues los invita a una reflexión que influye en la índole de sus respuestas. Cabe resaltar que, por sí sola, una forma de representación niega ciertos aspectos del objeto de estudio y no revela todo lo experimentable, por lo que su elección debe estar sujeta al contenido seleccionado para transmitir la experiencia (Eisner, 1998).

### **Objetivos de la propuesta**

La presente programación se muestra como una propuesta que enfatiza en la comprensión y reflexión de su utilidad para predisponer la buena colaboración de los alumnos (Shulman, 2005). Por ello, los objetivos de la propuesta en esta instancia son: (a) incorporar una innovación educativa adaptada a las condiciones institucionales actuales; y (b) descubrir actividades académicas atractivas que favorezcan el proceso creativo en la gestión de medios de comunicación.

### **Estrategia a implementar**

La presente propuesta constituye un rediseño por motivo de que representa una propuesta de enseñanza desde una perspectiva actual, basada en las oportunidades reconocidas en el perfil del egresado de la carrera y del análisis de la propia disciplina para transformar el conocimiento adquirido de la materia en una representación didáctica que resulte en un aprendizaje significativo para los educandos (Bolívar, 2005).

De esta manera, previo a plantear las formas de representación, procederé a realizar la programación de la enseñanza según lo indicado por Davini (2008), considerando el punto de partida y marco general del currículo formal para establecer los propios espacios

de decisión que tengo como docente suplente a cargo en el marco general. De allí que se contesta a las preguntas del para qué, qué y cómo, así como demás interrogantes planteadas en función de las clases rediseñadas.

Universidad: Escuela Superior Politécnica del Litoral

Carrera: Diseño Gráfico

Materia: Medios de Comunicación I y II

Tema que desarrollará: Innovación en la gestión de Medios de Comunicación, que corresponde al tema final de la materia.

Periodo: Semestre B – 2016

Momento del semestre/Clases comprometidas: 2 clases finales por cada curso

Tipos de clase: Presencial

Considerando que la programación desarrolla los núcleos del plan y organiza la enseñanza, el hecho de programar la enseñanza implica lo siguiente (Davini M. , 2008):

(a) Clarificar los propósitos educativos y definir los objetivos de aprendizaje específicos: Propósito.– la intención educativa del docente con la propuesta de enseñanza es la de incentivar el carácter creativo e innovador en el desarrollo del trabajo práctico de la materia. Objetivos.– Cambio conceptual al considerar conocimientos previos (aprendizaje significativo), capacidad de resolución de problemas de forma creativa, transferencia a las prácticas y trabajo cooperativo. (b) Organizar los contenidos: Se realiza una selección de los contenidos con base en el análisis previo de los educandos, también se consideran temas de actualidad y se establece el periodo de tiempo que tomará revisar dicho material. La secuencia y jerarquía que se manejará consiste en iniciar un repaso de los conocimientos previos para luego revisar el nuevo material que agrupa a las temáticas de mayor interés como creatividad, innovación, leyes de comunicación vigentes, entre otros. (c) Diseñar la estrategia particular de enseñanza: En primera instancia el docente hará énfasis en la instrucción, es decir que la clase tendrá como protagonista al especialista; más tarde se desarrollará una clase con énfasis en la guía pues comprenderá a la parte práctica con mayor protagonismo del grupo de estudiantes. De igual manera, la clase será en primera instancia predominada por la asimilación de contenidos para luego desarrollar las habilidades de los educandos. (d) Diseñar una secuencia de actividades de aprendizaje y su distribución en el tiempo, incluyendo las formas de seguimiento y evaluación: Actividades de apertura.– preguntas sobre la comprensión de cada temática a

modo de examen inicial o de lluvia de ideas tradicional. Actividades de desarrollo.– desarrollo de casos, revisión de temas de actualidad y lluvia de ideas estructurada. Actividades de integración final: Uso de herramientas tecnológicas para la presentación del trabajo grupal. Actividades de revisión del proceso seguido: Retroalimentación entre pares como parte de la valoración de la presentación final. (e) Organizar el ambiente, seleccionando los materiales y los recursos: Las clases considerarán recursos tales como soportes de comunicación (ejercicios, estudios de caso y mapas conceptuales), herramientas de conocimiento (textos y videos) y materiales operativos (materiales concretos y computadoras).

**Tabla 6:** Rediseño de clases

<b>Programación de la/s clase/s - Unidades de contenido</b>	
<b>Clase 1</b>	<b>Clase 2</b>
<i>Predominantemente teórico</i>	<i>Predominantemente práctico</i>
1 Tipos de promoción	1 Cualidades y aptitudes
2 Componentes de anuncio	2 Lluvia de ideas estructurada
3 Elementos publicidad	3 Presentación de propuestas
4 Anuncio vs publicidad	
5 Ley general de publicidad	
6 Creatividad e innovación	
7 Marketing de guerrilla	
8 Presupuestos de marketing	
9 Comunicación impersonal	
10 La eficacia publicitaria	
<b>Propósitos educativos generales</b>	
- Desarrollar un programa de estudio que cumpla con los requerimientos de innovación, creatividad publicitaria y cambios del macroentorno.	
<b>Selección y organización de los contenidos</b>	
- Se agregará un tema de clase adicional al finalizar el marco general ya establecido.	
<b>Características centrales de la enseñanza que se propone</b>	
- Consideración de enseñanza que fomente el aprendizaje significativo	
<b>Principales herramientas o recursos</b>	
- Videos, casos, material de apoyo, herramientas tecnológicas (programas) y técnicas innovadoras.	

**Fuente:** Elaboración propia

### **Lluvia de ideas estructuradas**

Existen formas aplicadas de imitación o transformación del proceso de lluvia de ideas para alcanzar determinados objetivos. En el estudio de Underberg (2008) sobre la enseñanza del arte popular o folclor, se modifica el proceso de lluvia de ideas con la finalidad de poner a un grupo de estudiantes – mediante un juego de cartas – en el trabajo de un folklorista que, en eventos de planificación comunitaria, busca interpretar adecuadamente el folclore a un artista. El proceso presentado incluye el uso de tarjetas o cartas con distintas funciones, siendo las categorizadas como “tarjetas de unión” las que imitan el proceso antes dicho con la variación de que si el estudiante responde erróneamente, deberá retroceder a responder más “tarjetas de tareas” – la etapa previa a la de “tarjetas de unión” – antes de que se le permita intentar de nuevo.

Este proceso o actividad, según su autor, pueden ser utilizados para hacer más efectivo el aprendizaje de los estudiantes de una determinada temática, que en este caso particular corresponde a la cultura que los rodea. Esta práctica innovadora requiere de la interacción de los estudiantes, de que usen varias herramientas de comunicación y tecnología digital para que se genere una experiencia educacional. La iniciativa fue inspirada en experiencias reales con la finalidad de identificar ideas claves para expresar los principales temas del trabajo artístico, resultando en que sus participantes se conviertan en folkloristas capacitados del sector público, llegando a comprender lecciones importantes sobre el arte y su contexto cultural (Underberg, 2008).

Hasta el momento, la mayoría de los intentos de lluvias de ideas están condenados al fracaso porque parten de las preguntas equivocadas. Las lluvias de ideas se hacen precisamente para generar mejores ideas de modo que el individuo y organización aumente las probabilidades de aprovecharlas. Cuando la organización realiza la lluvia de ideas lo hace normalmente a través de grupos de Investigación y Desarrollo – I+D enfocados en encontrar mecanismos hacia la innovación del producto, por lo tanto están deseosos de generar constantemente ideas mejores y más creativas (McKinsey & Company, 2011).

Sin embargo para hacerlo, estas empresas usan sesiones de lluvia de ideas tradicionales, que es al fin y al cabo el método más usado en el mundo para que los grupos generen ideas, con una guía que promueve el ser creativos, pensar fuera de la caja y la motivación de que ninguna idea es mala. Los resultados son similares, unos se esmeran,

otros no participan y así aparecen ideas fortuitas a causa de sesiones no estructuradas e improductivas; finalmente esta práctica no alcanza los resultados esperados.

McKinsey (2011) propone en el lugar de la “lluvia de ideas”, una “dirección de ideas” que ciertamente requiere de una mayor preparación que la forma tradicional para que los resultados sean significativos; generando así mejores ideas de desarrollo de nuevos productos y servicios, de atracción de nuevos consumidores, de procesos eficientes, de reducción de costos, entre otros. Para lograr una “dirección de ideas” efectiva se requiere seguir los siguientes siete pasos:

(a) Conocer los criterios de toma de decisiones de su organización o del objetivo planteado: el administrador o modulador debe comenzar por entender los verdaderos criterios con los que se tomarán decisiones sobre las ideas resultantes, es decir si existen restricciones y limitaciones de por medio para constituir una idea aceptable. (b) Hacer las preguntas correctas: muchos estudios académicos indican que las lluvias de ideas tradicionales son menos efectivas que las que poseen una estructura, por lo tanto se deben proveer preguntas como una plataforma para la generación de ideas. Estas preguntas deben forzar a los participantes a tomar una perspectiva desconocida y deben limitar el espacio conceptual que el equipo va a explorar, sin llegar a ser demasiado restrictivas. (c) Escoger las personas correctas: se debe delegar esta tarea a quien verdaderamente se encuentra en la condición de responder a las inquietudes. (d) Divide y conquistarás: se deben evitar discusiones entre todos los participantes que comprometan horas de trabajo. Para evitarlo se deben llevar a cabo múltiples sesiones para generar ideas muy concretas entre subgrupos de tres a cinco participantes – para que todos sean más participativos. Así cada grupo se centra en una sola pregunta por 30 minutos. Se recomienda agrupar a los “trituradores de ideas” para que no limiten la participación de los demás y estos sean más creativos. Finalmente se toman las preguntas preparadas y se las asigna a los grupos convenientes, por ejemplo 5 preguntas cada uno. (e) ¡En sus marcas, listos, fuera!: El tiempo es importante, por ello los participantes deben aceptar que solo dos o tres respuestas son loables. (f) Envuélvelo: en este punto cada subgrupo debe tener 15 buenas ideas, por lo que deben reducir sus ideas a un grupo menor de ideas principales para luego ser compartidas con los demás subgrupos participantes. Aquí no se escoge un ganador, sino que se describen los pasos que se tomarán para escoger las ideas ganadoras y cómo se enterarán de las decisiones finales. (g) Proceder con rapidez: Las decisiones y actividades de



seguimiento deben ser rápidas y completas. Las probabilidades de que la acción resultante del ejercicio de generación de ideas tiende a reducirse rápido conforme pase el tiempo y el momento se desvanezca. Por lo tanto, la decisión de aplicación o rechazo de la idea debe ser comunicada lo antes posible, esto promoverá la participación en una futura “dirección de ideas” (McKinsey & Company, 2011).

### **Descripción del procedimiento**

Aunque constantemente se invita a los estudiantes a pensar fuera de la caja, realmente no se dan uso de los medios adecuados para lograr que un grupo efectivamente produzca ideas innovadoras. Para poner en evidencia lo aseverado se realizará un estudio comparativo de los resultados obtenidos en la gestión práctica de la materia Medios de Comunicación I versus Medios de Comunicación II, en donde la primera materia desarrollará la temática de la clase según la noción de aprendizaje significativo aplicando la propuesta planteada (considerando la aplicación de una práctica innovadora), y la segunda se llevará sin modificación alguna para verificar el aprendizaje mecánico.

El tema a tratar es “Innovación en la gestión de Medios de Comunicación “, que se centra en las dos clases finales de ambos cursos pero se destaca que darán uso de actividades y estrategias diferentes (para valorar el aprendizaje mecánico y el aprendizaje significativo). En estas clases los estudiantes realizarán una práctica previa a su aplicación en la tutoría o proyecto final, para que efectivamente se compruebe el medio conveniente para propiciar la innovación en la gestión de su plan de medios, pues hasta esta instancia han recopilado y analizado la información del mercado, por lo que el paso final es realizar un cronograma de comunicación con una propuesta pertinente (arte, mensaje, etc.).

Para ello el programa modificado consiste en que los estudiantes apliquen una lluvia de ideas estructurada, en donde los estudiantes son agrupados con base a un análisis previo de sus habilidades de liderazgo para obtener los resultados esperados (véase el Anexo 1). El objetivo de esta iniciativa es dar uso de los aprendizajes previos a la materia y de la interacción que puedan tener con los nuevos conocimientos, además de identificar: las fortalezas de los estudiantes, cómo la gestión de estas pueden favorecer a las actividades que exigen un alto grado de iniciativa y creatividad, y la importancia de promover un aprendizaje significativo por encima del mecánico, el cual indudablemente se relaciona a esta rutina en la que se cae cotidianamente mientras el docente transmite

conocimientos. Por lo tanto, actividades como la antes planteada favorecerán el aprendizaje y tendrán un efecto más duradero en el educando. La razón por la que se va a aplicar la iniciativa es para verificar la utilidad del modelo identificado como lluvia de ideas estructuradas, considerada como una técnica innovadora, cuya finalidad es dar provecho de las cualidades de los estudiantes, agrupándolos según su perfil para obtener mejores resultados en términos de creatividad (Varkey, Hernandez, & Schwenk, 2009).

Su aplicación se realizará una vez que los estudiantes hayan terminado de revisar todo el material, quedando pendiente esta última temática (Innovación en la gestión de Medios de Comunicación), con ello se revisará un caso práctico de innovación pero que sea de otra área y que no se centre en la gestión de los medios de comunicación. Por ende van a existir puntos comunes o situaciones similares que estarán atadas a los conocimientos previos adquiridos sobre innovación en medios y sobre las temáticas que ya se analizaron en la lluvia de ideas básica, permitiendo el desarrollo del aprendizaje significativo.

La forma de emplearlo será realizando la actividad de lluvia de ideas y su proceso requerirá de 2 clases, en esta última se realizará una retroalimentación (véase el Anexo 2). En la primera clase se realizará la revisión teórica y en la segunda se realizará la actividad de lluvia de ideas estructurada cuyos resultados se apreciarán por medio de la presentación de los grupos y sus propuestas de gestión de la innovación de los medios de comunicación. Finalmente, desde una perspectiva general se asevera que entre los productos que se quieren lograr con el presente proyecto se está considerando una recreación o reconstrucción del contenido de acuerdo a las perspectivas propias y el contexto de la clase, así: al desarrollar un aprendizaje significativo, aprovechar las cualidades del grupo de estudiantes, favorecer el desempeño grupal, dar conocimiento de nuevas herramientas tecnológicas y promover actividades por medios no utilizados en la actualidad (Bolívar, 2005). Todos estos aspectos atienden a lo que en primera instancia se reconoció como “una buena clase” pues se están considerando todas las herramientas posibles que hagan del rediseño de clases un proyecto más dinámico y participativo.

### **Actividades a desarrollar**

**Contenido a revisar en cada clase:** El tema “Innovación en la gestión de Medios” resultará modificado para valorar el uso de la lluvia de ideas estructurada y su

consecuencia en el aprendizaje significativo, por ello se presenta la siguiente programación:

**Tabla 7:** Temáticas para la clase 1

<b>Materia:</b>	Medios de Comunicación I
<b>Tema:</b>	Innovación en la gestión de Medios de Comunicación
<b>Clases:</b>	2 días/clases

  

<b>Clase 1</b>	
<b>Tema</b>	<b>Descripción</b>
1 Tipos de promoción	Repaso. Diferencias y semejanzas
2 Componentes de anuncio	Repaso. Características, anuncios tradicionales y no tradicionales
3 Elementos publicidad	Repaso. Proceso del desarrollo de la publicidad hasta la elección de la plataforma de difusión.
4 Anuncio vs publicidad	Repaso. Diferencias y semejanzas
5 Ley general de publicidad	Publicidad desleal y engañosa. La necesidad de ofrecer una alternativa novedosa.
6 Creatividad e innovación	Gestión del cambio en la publicidad y anuncios tradicionales. Crear, inventar, modificar y actualizar.
7 Marketing de guerrilla	Conjunto de estrategias y técnicas de marketing, ejecutadas por medios no convencionales que exigen un alto grado de innovación y creatividad.
8 Presupuestos de marketing	La publicidad consume una gran parte del presupuesto utilizado en los programas de marketing, por lo que es muy importante preguntarse por los resultados que la publicidad está dando a la empresa.
9 Comunicación impersonal	La publicidad se puede considerar como una forma impersonal de comunicación pagada por un patrocinador identificado y que emplea, entre otros, revistas, televisión, radio; por lo que se establece distintos momentos en la creación publicitaria.
10 La eficacia publicitaria	Se identifica la importancia de la parte creativa del anuncio, es decir, deben los mensajes despertar el interés del consumidor, y hacerle llegar un mensaje de forma efectiva, y al mismo tiempo de tratar de marcar objetivos que se puedan conseguir a través de técnicas innovadoras.

**Fuente:** Elaboración propia

\*El repaso y posterior revisión del nuevo contenido permiten que se desarrolle un aprendizaje significativo pues se asegura la asociación de temas ya conocidos con los nuevos.

**Tabla 8:** Temáticas para la clase 2

<b>Clase 2</b>	
<b>Tema</b>	<b>Descripción</b>
1 Cualidades y aptitudes	Se identificará el rol que puede tomar cada miembro de un equipo y cómo sus cualidades y aptitudes benefician el desarrollo de proyectos innovadores.
2 Lluvia de ideas estructurada	Similitudes y diferencias de la lluvia de ideas normal y la estructurada. Beneficios para el desarrollo de ideas creativas.
3 Presentación de propuestas	Guía para un presentación según Steve Jobs.

**Fuente:** Elaboración propia

\*La clase 2 corresponde al desarrollo de la actividad grupal para la ideación de un proyecto innovador.

**Desarrollo de cada clase según los temas considerados:** A continuación se detallan las actividades a realizar, el material considerado y la modalidad de trabajo.

**Tabla 9:** Actividades a desarrollar en la clase 1

<b>Clase 1</b>		
<b>Tema</b>	<b>Actividades</b>	<b>Detalle</b>
1 Tipos de promoción	Vídeo sobre la batalla comercial de Pepsi y Cocacola, revisión de la Ley General de Publicidad en sus artículos del 3 al 8, revisión de la Ley de Comunicación Nacional en sus artículos 71 y 94, actividad de diferenciación de anuncios de marketing de guerrilla y BTL ambiental, revisión de las tarifas de publicación del Diario N°1 del país, revisión del Caso de Harvard BestBuy.	Modalidad presencial, recursos corresponden al material entregado en clase, trabajo individual.
2 Componentes de anuncio		
3 Elementos publicidad		
4 Anuncio vs publicidad		
5 Ley general de publicidad		
6 Creatividad e innovación		
7 Marketing de guerrilla		
8 Presupuestos de marketing		
9 Comunicación impersonal		
10 La eficacia publicitaria		

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 10:** Actividades a desarrollar en la clase 2

<b>Clase 2</b>		
<b>Tema</b>	<b>Actividades</b>	<b>Detalle</b>
1 Cualidades y aptitudes	Examen de aptitudes de baja dificultad. Cuestionario de elección múltiple.	Modalidad presencial, examen individual y trabajo en grupo.
2 Lluvia de ideas estructurada	Guía	
3 Presentación de propuestas	Exposición	

**Fuente:** Elaboración propia

A continuación el detalle de las actividades y recursos a utilizar:

- Boletín Oficial del Estado de España. (2014). Ley 34/1988, de 15 de noviembre de 1988, General de Publicidad.
- Cmap Tools. (s.f.). Cmap Tools. Obtenido de Documentos y soporte: <http://cmap.ihmc.us/documentation-support/>
- Diario El Universo. (4 de Enero de 2016). Diario El Universo. Obtenido de Tarifario 2016: <http://www.eluniverso.com/publicidad/archivos/tarifario-2016.pdf>
- Lal, R., Knoop, C. I., & Tarsis, I. (Abril de 2006). Best Buy Co., Inc.: Customer-centricity. Harvard Business School Case.
- Presidencia de la República del Ecuador. (25 de Junio de 2013). Presidencia de la República del Ecuador. Obtenido de Ley Orgánica de Comunicación: <http://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/LeyDeComunicacion-espaniol.pdf>
- TeamViewer. (s.f.). TeamViewer. Obtenido de Descarga y explora: <https://www.teamviewer.com/es/download/windows/>
- Youtube. (2010). La guerra de coca-cola contra pepsi-cola. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=L9bIsaUVoWA>

### **Conclusiones**

La propuesta de trabajo aplicada a los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de la materia de Medio de Comunicación I y II de la Escuela Superior Politécnica del Litoral – ESPOL, se desarrolló en función del objetivo general planteado como:

Determinar los beneficios que genera la consideración de prácticas innovadoras por los docentes en la interacción de los conocimientos más relevantes de la estructura cognitiva y las nuevas informaciones receptadas por los educandos; de tal modo que se pueda efectuar una propuesta de gestión de la actividad pedagógica, que se realiza en clase, en atención a los requerimientos de aprendizaje. Sin embargo, antes de proponer la aplicación de una práctica innovadora, se necesitó identificar el rol de la institución en la formación de actividades académicas atractivas para fomentar el desarrollo creativo e innovador de sus estudiantes. Se reconoció que la institución sí promueve el desarrollo de este tipo de iniciativas, no obstante la mayoría de sus estudiantes no se interesan en ser partícipes. Por ello resulta necesario que, aparte de gestionar la implementación de actividades novedosas, la institución destine importantes esfuerzos por generar interés genuino en sus estudiantes.

Ante la respuesta de los estudiantes al caso anterior, quedaba la incertidumbre de tener conocimiento sobre cuáles eran realmente las necesidades e intereses de estos futuros profesionales. Por este motivo se gestionó en el presente proyecto la determinación del perfil del estudiante de Diseño Gráfico, reconociendo sus habilidades, capacidades, entre otros aspectos. Así se reconoció que se trata de un individuo creativo, innovador, ético y emprendedor, con capacidad investigadora y pensamiento crítico en el área de la comunicación visual gráfica, capaz de dominar herramientas tecnológicas, desarrollar conceptos, planificar y producir gráfica y publicitariamente.

A pesar de ello, los estudiantes no materializaban su papel profesional, de allí que la propuesta del presente proyecto se centra en la consideración de prácticas innovadoras para potenciar las funciones del Diseñador Gráfico. La práctica innovadora aplicada en este proyecto, es decir la lluvia de ideas estructurada en función de las habilidades de liderazgo, atiende a la necesidad detectada en el desarrollo de la enseñanza y es posible incorporarla de manera puntual en la programación de las clases de Medios de Comunicación I y II. Esta práctica a su vez va de la mano con la modificación del actual proceso creativo de la materia pues, para que se desarrolle un aprendizaje significativo, se han agregado herramientas que atienden a sus principios como medio estratégico del docente para desenvolverse acertadamente en la sociedad contemporánea.

Con esta propuesta se obtuvieron avances importantes en aspectos como: recordación de temas principales, asociación de saberes y aplicación teórica. Al comparar

los resultados de la retroalimentación de la clase normal (Medios de Comunicación II) y la clase propuesta (Medios de Comunicación I), se observa que una clase sólo teórica conlleva a un aprendizaje mecánico, mientras que una clase con herramientas de ejemplificación, no centralizadas en el libro de texto y que tienen al aprendiz como perceptor, conlleva a un aprendizaje significativo y duradero.

El programa propuesto demuestra que los estudiantes poseen una mayor comprensión del material revisado en clases, inclusive no sólo brinda beneficios para el alumno sino también para el docente pues se produce un diálogo entre ambas partes que refuerza el proceso de generación y dictado de conocimientos. La retroalimentación actúa además como un optimizador de aprendizajes porque aporta con información importante para realizar los cambios convenientes de las falencias detectadas del modelo.

Con los resultados de la experiencia de cada educando, tanto en el programa de clases normal como en el propuesto, se reconocen las actividades que más aportan a desarrollar un aprendizaje significativo, al igual que aquellas que no generan mayores cambios. Dentro de las actividades que más impactan los aspectos considerados se encuentran: asociación con la realidad nacional y la comparación con un caso modelo. Así mismo, los estudiantes dieron conocimiento de cómo resulta afectado su proceso creativo y capacidad de desarrollar ideas innovadoras.

De igual manera, se comprueba que una lluvia de ideas normal no genera mayores resultados innovadores, mientras que con la lluvia de ideas estructurada a partir de la evaluación de las habilidades de liderazgo de los estudiantes, permite formar equipos con mayores probabilidades de obtener los resultados esperados respecto a creatividad y objetividad. Por medio de este proyecto se verifica la utilidad de la lluvia de ideas estructurada y por ende de la aplicación de prácticas innovadoras.

Finalmente, a partir del análisis de los resultados esperados del presente trabajo se da respuesta a la problemática inicial y se concluye que:

La propuesta representa una modalidad de trabajo viable que incluye, además de las actividades pedagógicas que generan un aprendizaje mecánico, prácticas innovadoras para el desarrollo de un aprendizaje significativo de estudiantes que requieren de un gran esfuerzo creativo y estratégico en la gestión de medios de comunicación en su futuro ejercicio profesional.

### Referencias bibliográficas

- Altopiedi, M., & Murillo, P. (2011). Prácticas innovadoras en escuelas orientadas hacia el cambio: Ámbitos y modalidades. *Profesorado*, 14(1).
- Ambròs, A. (2009). La programación de unidades didácticas por competencias. *Aula de innovación Educativa*, 180, 26-32.
- Antúnez, S. (1998). *Claves para la organización de centros escolares*. Barcelona: ICE-Horsori.
- Asiri. (2016). *Asiri Labs*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2016, de Inicio: <http://asiri.ec/>
- Ausubel, D. P. (1963). The psychology of meaningful verbal learning.
- Baer, M., & Frese, M. (2003). Innovation is not enough: climates for initiative and psychological safety, process innovations, and firm performance. *Journal of Organizational Behaviour*, 24, 45-68.
- Bain, K. (2012). ¿Qué es la buena enseñanza? *Revista de educación*, 4(4), 63-74.
- Baregheh, A., Rowley, J., & Sambrook, S. (2009). Towards a multidisciplinary definition of innovation. *Management decision*, 47(8), 1323-1339.
- Barraza, A. (2005). Una conceptualización comprensiva de la innovación educativa. *Innovación Educativa*, 5(28), 19-31.
- Barraza, A., & Cárdenas, d. J. (2015). *Proyectos de innovación didáctica para la mejora de la práctica docente* (Vol. 11). México DF: Instituto Universitario Anglo Español.
- Blanco, R., & Messina, G. (2000). Estado del arte sobre las innovaciones en América Latina. Bogotá, Colombia.
- Bleyen, V. A., Lindmark, S., Ranaivoson, H., & Ballon, P. (2014). A typology of media innovations: Insights from an exploratory study. *The Journal of Media Innovations*, 1(1), 28-51.



- Bolívar, A. (2002). *Cómo mejorar los centros educativos*. Madrid: Síntesis Educación.
- Bolívar, A. (2005). Conocimiento didáctico del contenido y didácticas específicas. *Profesorado. Revista de currículum y formación del profesorado*, 9(2), 1-39.
- Brown, V. R., & Paulus, P. B. (2002). Making group brainstorming more effective: Recommendations from an associative memory perspective. *Current Directions in Psychological Science*, 11(6), 208-212.
- Campbell, S. (1999). Tools@ work: Two ways to better brainstorming. *The Journal for Quality and Participation*, 22(1), 36-37.
- Davini, M. (2008). *Métodos de enseñanza*. Buenos Aires: Santillana.
- Davini, M. C. (2008). *Métodos de enseñanza: didáctica general para maestros y profesores*. Buenos Aires: Santillana.
- De Vincenzi, A. (2009). Concepciones de enseñanza y su relación con las prácticas docentes: un estudio con profesores universitarios. *Educación y educadores*, 12(2).
- Eisner, E. W. (1998). *Cognición y currículum: una visión nueva*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Emmanuele, E., & Bertolano, L. (1988). Universidad, docencia y saber pedagógico. *Cuadernos de Pedagogía*, 6.
- Escuela de Diseño y Comunicación Visual. (2016). *EDCOM*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2016, de Diseño Gráfico: <http://www.edcom.espol.edu.ec/dise%C3%B1o-gr%C3%A1fico-y-publicitario>
- Escuela de Diseño y Comunicación Visual. (2016). *EDCOM*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2016, de Diseño Gráfico: <http://www.edcom.espol.edu.ec/dise%C3%B1o-gr%C3%A1fico-y-publicitario>
- Escuela Superior Politécnica del Litoral. (2016). *ESPOL*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2016, de Historia de la ESPOL: <http://www.espol.edu.ec/es/nosotros/historia-de-la-espol>

- Escuela Superior Politécnica del Litoral. (2016). *ESPOL*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2016, de Carreras: <http://www.espol.edu.ec/esp/infopages/carreras/detcarrera.jsp?c1=LI&c2=GRA&c3=>
- Franklin, B. (2012). The future of journalism: Developments and debates. *Journalism studies*, 13(5-6), 663-681.
- Freire, F. C. (2015). Adaptación de los medios tradicionales a la innovación de los metamedios. *El profesional de la información*, 24(4), 441-450.
- Fullan, M. (2008). *The six secrets of change*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Gowin, D. B. (1981). *Educating*. Ithaca, N.Y.: Cornell University Press.
- Greve, H., & Taylor, A. (2000). Innovations as Catalysts for Organizational Change: Shifts in Organization, Cognition and Research. *Administrative Quarterly Science*, 45(1), 54-80.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2010). *Metología de la Investigación* (15 ed.). México D.F.: Mc Graw Hill.
- Hopkins, D. (1996). Estrategias para el desarrollo de los centros educativos. . *Congreso Internacional de Dirección Participativa y Evaluación de Centros*. Bilbao.
- Ibáñez, E., Cuesta, M., Tagliabue, R., & Zangaro, M. (2008). *La generación actual en la universidad: el impacto de los millennials*. V Jornadas de Sociología de la UNLP. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología, La Plata.
- Larrondo, A., Domingo, D., Erdal, I. J., Masip, P., & Van den Bulck, H. (2016). Opportunities and Limitations of Newsroom Convergence: A comparative study on European public service broadcasting organisations. *Journalism Studies*, 17(3), 277-300.
- Libedinski, M. (2001). *La innovación en la enseñanza*. Argentina: Paidós.

- Libedinsky, M. (2011). La innovación en la enseñanza: diseño y documentación de experiencias de aula. *Docencia Universitaria*, 12, 139-141.
- Litwin, E. (2005). Conferencia Inaugural II Congreso Iberoamericano de EducaRed . *Educación y Nuevas Tecnologías*.
- Lucarelli, E. (2006). Prácticas innovadoras en la formación del docente universitario. *Educação*, 27(3).
- Lucarelli, E. A., Fallik, V., & Donato, M. E. (1991). Las innovaciones curriculares en el mejoramiento de la educación universitaria: un proyecto en acción.
- Macías, A. B. (2006). Innovación didáctica en educación superior: un estudio de caso. *Diálogos educativos*, 12(1).
- Maggio, M. (2012). *Enriquecer la enseñanza, los ambientes con alta disposición tecnológica como oportunidad*. Buenos Aires: Paidós.
- Malagón, M. (2006). *La innovación y cambio para el mejoramiento escolar. Antología de expectativas, innovación y cambio de la función directiva, del diplomado Gestión Educativa para Directivos de Educación Básica, de la Universidad Pedagógica Nacional*. México D.F.: Universidad Pedagógica Nacional.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados*. Naucalpan de Juárez: Pearson Educación de México.
- McKinsey & Company. (Marzo de 2011). *Business Functions: Seven steps to better brainstorming*. Obtenido de McKinsey & Company: <http://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/seven-steps-to-better-brainstorming#0>
- Medina, A., & Salvador, F. (2009). *Didáctica General*. Madrid: Pearson Educación.
- Medina, J., & Jarauta, B. (2013). Análisis del conocimiento didáctico de tres profesores universitarios. *Revista de Educación*.

- Ministerio de Educación. (2012). *Ministerio de Educación*. Recuperado el 19 de Agosto de 2016, de Documentos: <http://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Liderazgo-Educativo.pdf>
- Monereo, C., Castelló, M., Clariana, M., Palma, M., & Pérez, M. L. (1997). *Estrategias de enseñanza y aprendizaje* (Vol. 112). Graó.
- Moreira, M. A. (2005). Aprendizaje significativo crítico. *Indivisa: Boletín de estudios e investigación*(6), 83-102.
- Morrish, I. (1978). *Cambio e innovación en la enseñanza*. Salamanca, España: Anaya.
- Muijs, D., Harris, A., Chapman, C., Stoll, L., & Russ, J. (2004). Improving schools in economically disadvantaged areas: a review of research evidence. *School Effectiveness and School Improvement*, 15(2), 149-175.
- Mullen, B., Johnson, C., & Salas, E. (1991). Productivity loss in brainstorming groups: A meta-analytic integration. *Basic and Applied Social Psychology*(12), 3-23.
- Murga, M. (2002). *Sistemas e innovación educativas. Guía Didáctica*. Madrid: UNED.
- Newman, D., Griffin, P., & Cole, M. (1991). *La zona de construcción del conocimiento*. Madrid: Morata.
- Novak, J. D. (1998). *Learning, Creating and Using Knowledge*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Novak, J. D., Gowin, D. B., & Otero, J. (1988). *Aprendiendo a aprender*. Barcelona: Martínez Roca.
- O'Connor K, B. P. (2003). *The Map of Innovation* (Primera ed.). New York: NY Crown Business.
- Palomo, B., & Palau-Sampio, D. (2016). El periodista adaptativo. Consultores y directores de innovación analizan las cualidades del profesional de la comunicación. *El profesional de la información*, 25(2), 188-195.

- Paulus, P., & Yang, H. C. (2000). Idea generation in groups: A basis for creativity in organizations. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*(82), 76-87.
- Perrenoud, P. (2004). *Desarrollar la práctica reflexiva en el oficio de enseñar: profesionalización y razón pedagógica*. Graó.
- Sacristán, J. G. (1993). *La evaluación en la enseñanza. La evaluación su teoría y su práctica*. Caracas, Venezuela: Cooperativa laboratorio educativo.
- Sánchez, J. M. (2005). La innovación educativa institucional y su repercusión en los centros docentes de Castilla-La Mancha. *REICE: Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 3(1), 637-664.
- Sanjurjo, L. (S.f). Volver a pensar la clase. 2º Congreso Nacional de Educación del Este Córdoba "Nuevas perspectivas didácticas en el aula".
- Serrano, S. (2002). La evaluación del aprendizaje: dimensiones y prácticas innovadoras. *Educere: Revista Venezolana de Educación*, 19, 247-257.
- Serres, M. (2014). *Pulgarcita*. Barcelona: Editorial GEDISA.
- Shulman, L. S. (1986). *Paradigms and research programs in the study of teaching: A contemporary perspective*.
- Shulman, L. S. (2005). Conocimiento y enseñanza: fundamentos de la nueva reforma. *Profesorado: Revista de curriculum y formación del profesorado*, 9(2), 1.
- Steensen, S. (2009). What's stopping them? Towards a grounded theory of innovation in online journalism. *Journalism studies*, 10(6), 821-836.
- Steinman, J., G., M., & Montero, M. (2004). *Didáctica general, didácticas específicas y contextos sociohistóricos en las aulas de la Argentina*, . Escuela de Humanidades, Centro de Estudios en didácticas específicas, Universidad Nacional de San Martín.
- Tejada, J. (1998). *Los agentes de la innovación en los centros educativos. Profesores, directivos y asesores*. Archidona: Aljibe.

- Thompson, A. A., Strickland, A., & Thompson, A. (2001). *Administración estratégica* (11va ed.). (G. M. Staines, Trad.) México D.F.: McGraw-Hill.
- Torres Santomé, J. (1998). *El currículum oculto* (Sexta ed.). Madrid: Colección Pedagogía. Manuales.
- Underberg, N. M. (2008). Playing folklorists online: teaching about folk art through interactivity. *Cultural Analysis*, 7, R7.
- Universidad Nacional de La Plata. (8 de Junio de 2015). Extensión Universitaria, un compromiso con la integración. Obtenido de [http://www.unlp.edu.ar/articulo/2008/4/10/extension\\_apertura\\_institucional](http://www.unlp.edu.ar/articulo/2008/4/10/extension_apertura_institucional)
- Vain, P. D. (2003). El diario académico: una estrategia para la formación de docentes reflexivos. *Perfiles Educativos*, 25(100), 56-68.
- Varkey, P., Hernandez, J. S., & Schwenk, N. (2009). 6 techniques for creative problem solving. *Physician executive*, 35(3), 50-53.
- Vezub, L. F. (2013). Hacia una pedagogía del desarrollo profesional docente: Modelos de formación continua y necesidades formativas de los profesores. *Páginas de Educación*, 6(1), 97-124.
- Viñao, A. (2002). *Sistemas educativos, culturas escolares y reformas*. Madrid: Morata.
- Ynoub, R. (2010). La ciencia como práctica social: bases para situar el examen del proceso de investigación científica en sentido pleno.
- Ynoub, R. (2014). Cuestión de Método. Aportes para una metodología crítica. (U. N. México, Ed.) *Perspectivas Metodológicas*, 119-121.
- Zabalza, M. (2003-2004). Innovación en la Enseñanza Universitaria. *Contextos Educativos*, 6-7, 113-136.
- Zampaglione, M. (2016). *Universidad de Buenos Aires*. Obtenido de Carrera de Especialización en Docencia Universitaria en Ciencias Económicas : <http://virtual.economicas.uba.ar/posgrado/course/index.php?categoryid=2>

## Anexos

### Anexo 1

Evaluación considerada para reconocer las capacidades de liderazgo de los estudiantes considerados en el proyecto.

#### 1. Gestión de conflictos y creación de clima de respeto y consenso.

**1.1. En la unidad educativa “Jorge Luis Borges” hay puntos de vista encontrados entre el director y los padres de familia sobre el rol de estos últimos en la institución. La presidenta y la secretaria del comité de padres de familia no trabajan y pasan gran parte del día en la escuela. Han estado presionando al director para hacer ciertos cambios en los horarios y últimamente han comenzado a opinar sobre cómo trabaja el programa tal o cual profesor, o si se dejan mucha o poca tarea, etc.**

**El director opina que él tiene la autoridad y la responsabilidad, que cuando él llegó a esa escuela, ésta tenía muy buena reputación en la comunidad y que su obligación es mantener ese prestigio, “cueste lo que cueste, lo que si no voy a permitir por ningún motivo, es que los padres de familia nos digan cómo y qué debemos enseñar”.**

**En este caso el director:**

- A. Ejerce su autoridad correctamente, pues deja claro los ámbitos en que los padres no deben intervenir.
- B. No está favoreciendo el diálogo y la búsqueda de acuerdos sobre el rol de los padres en la institución.
- C. Tiene razón en priorizar el mantener la buena reputación de la institución.
- D. Debió pedir la intervención de una autoridad del Ministerio para que aclare al comité de padres su rol según lo que estipula el reglamento de de la ley de educación.

*Respuesta correcta: B*

**1.2. El ambiente escolar dentro de la unidad educativa “Octavio Paz” es fluctuante. Se evidencia la presencia de dos grupos informales: un grupo conformado por los maestros con mayor antigüedad, menos tendiente a la acción, y el segundo grupo que es minoritario, conformado por profesores más jóvenes, dispuestos a transformar y a tomar riesgos. Cuando se deben tomar decisiones pedagógicas y los puntos de vista entre los subgrupos se encuentran polarizados, se tiende a realizar votación, por lo que casi siempre es el grupo de maestros más antiguo el que obtiene mayoría.**

**Para evitar que estas polarizaciones se agudicen, la directora debe:**

- A. Ella debe decidir sobre los temas relativos a currículo y pedagogía.
- B. Alternadamente dar la razón a uno u otro grupo.
- C. Dar una charla sobre cómo llegar a acuerdos dentro de las organizaciones.
- D. Permitir que quienes tienen el interés de introducir innovaciones experimenten durante un año, sistematicen sus resultados y en base a eso se decide si se aplica a toda la institución.

*Respuesta correcta: D*

## **2. Ejercicio de liderazgo que promueve excelencia académica, el desarrollo profesional y humano en la comunidad educativa.**

**2.1. Avelina Buendía, de la escuela “Venus de Valdivia” ha recibido un premio a la excelencia por su desempeño como directora. El premio le permite escoger entre cuatro opciones. ¿Cuál de ellas contribuirá a un mejor crecimiento profesional y a un mejor desempeño como directivo?**

- A. Una beca para estudiar una especialización en gerencia y finanzas.
- B. Un año sabático para participar en un programa como formadora de directivos principiantes.
- C. La colección de 20 tomos “Los grandes pensadores de la pedagogía”.
- D. Recibir el premio en dinero y continuar al mando de su institución.

*Respuesta correcta: B*

**2.2. Las habilidades de liderazgo requeridas para dirigir una institución:**

- A. Son innatas.
- B. Se logran estudiando las teorías contemporáneas sobre liderazgo.
- C. Se adquieren a partir de la experiencia.
- D. Se desarrollan con formación que combine práctica, teoría y reflexión.

*Respuesta correcta: C*

## **3. Acciones que promueven la apropiación por parte de la comunidad educativa y de públicos externos, del proyecto educativo institucional.**

**3.1. El director de la escuela “Fernando Daquilema” es autorizado por su comisión técnica a usar parte de los \$ 25 que entrega el Ministerio de Educación por cada estudiante. Él quiere invertir ese fondo en comprar libros para estudiar junto con los profesores una hora a la semana y dar un premio anual a quien logre una innovación de aula que eleve el rendimiento de los estudiantes en las pruebas SER. Para lograr apoyo del gobierno escolar en esta idea, él debe:**

- A. Pedir que la Dirección Provincial le dé un respaldo oficial a su idea.
- B. Hacer una reunión y presentar los resultados positivos que han tenido otras escuelas de otros países que han hecho esto.
- C. Hacer votar a los miembros del gobierno escolar y aplicar lo que se decida.
- D. Decidir sin consultar pues sabe que es lo correcto.

*Respuesta correcta: B*

**3.2. La Vicerrectora del colegio “Medardo Ángel Silva” siente que hay descontento entre grupos de docentes con el nuevo currículum del Ministerio. Como deben realizar el proyecto educativo institucional para el nuevo periodo en base a este nuevo currículum, ella debe:**

- A. Sondar la causa del descontento y guiar a que entre todos se haga el PEI, acogiendo sugerencias de los docentes al nuevo currículum.
- B. Invitar a responsables del área de currículum del Ministerio a explicar el mismo a los docentes.
- C. Hacer ella sola el plan educativo institucional basado en el nuevo currículum.
- D. Dividir la elaboración de las diversas partes del PEI entre grupos de docentes.

*Respuesta correcta: A*



#### **4. Prácticas de toma de decisiones participativas que favorecen la construcción de marcos de trabajo comunes.**

4.1. A la Lic. Minda, coordinadora de la escuela pluridocente del recinto la Delicia, en la provincia de Los Ríos, le han presentado la denuncia de que un padre de familia está acosando a unas niñas de la escuela. Ante esto, ella debe:

- A. Hacer de manera anónima una denuncia ante una junta de defensa de los derechos de niños y adolescentes.
- B. Suspender de la asistencia a clases al hijo de ese padre de familia.
- C. Llamar la atención al padre de familia por su comportamiento incorrecto.
- D. Presentar ante el gobierno escolar la situación y llegar a una decisión que luego todos apoyarán.

*Respuesta correcta: D*

4.2. Todos los docentes y la directora de la escuela "Nahún Briones" deciden asistir a las capacitaciones que está dando el Ministerio de Educación, aún cuando muchos tienen dos trabajos. Al hacer esto ellos están:

- A. Sobrecargándose de trabajo pues esto implica tareas extra.
- B. Están haciendo participe a toda la colectividad de los beneficios de esta formación.
- C. Promoviendo un proceso de crecimiento colectivo tendiente a optimizar sus logros.
- D. Están creando una cultura organizacional flexible.

*Respuesta correcta: C*

#### **5. Gestión de información necesaria para una toma de decisiones que favorezca mejores desempeños académicos y humanos de la comunidad educativa.**

5.1. En la reunión de trabajo mensual con los maestros, la directora de la escuela "Batalla de Luciérnagas" comunicó que en adelante todos tendrían que prepararse por su cuenta para las pruebas de docentes, para salir mejor al siguiente año. Unos docentes preguntaron si ella no podría descargar de internet las pruebas modelo y ella dijo que era responsabilidad de cada uno hacerlo.

Al responder esto, la directora:

- A. Está creando espíritu de cuerpo al hacer sentir que todos son responsables de su preparación.
- B. No facilita el acceso a la información necesaria para la preparación de todos.
- C. No le está dando la importancia debida a este proceso.
- D. Está generando responsabilidad colectiva e individual al mismo tiempo.

*Respuesta correcta: B*

5.2. Para mejorar el desempeño y progreso de la institución escolar, los directivos deben promover:

- A. El uso de la información de resultados de desempeño de estudiantes, docentes y directivos como referencia para saber qué les falta mejorar.
- B. La disminución del número de estudiantes por aula.
- C. La mejora de los mecanismos de control.
- D. La existencia de ambientes cordiales de trabajo.

*Respuesta correcta: A*

## Anexo 2

Evaluación de retroalimentación para medir los resultados de los estudiantes respecto a sus aprendizajes (mecánico y significativo)

### 1. Datos personales

Edad:  17 - 20 años  21-24 años  25 años en adelante  
 Sexo:  Femenino  Masculino  
 Semestre que está cursando: \_\_\_\_\_

### 2. Sobre la clase de hoy

a) En un rango del 1 al 5 (siendo 5 "Totalmente comprendido" y 1 "No comprendido") valore el grado de comprensión de los temas vistos. Encierre el valor correcto:

Tipos de promoción	1	2	3	4	5
Componentes de un anuncio	1	2	3	4	5
Elementos de la publicidad	1	2	3	4	5
Anuncio vs publicidad	1	2	3	4	5
Ley general de publicidad	1	2	3	4	5
Creatividad e innovación	1	2	3	4	5
Marketing de guerrilla	1	2	3	4	5
Presupuestos de marketing	1	2	3	4	5
Comunicación impersonal	1	2	3	4	5
La eficacia publicitaria	1	2	3	4	5

b) De las actividades realizadas (se encuentran en desorden), VERIFIQUE la casilla en caso de que SÍ se aplique lo enunciado, si NO APLICA marque una (X). En caso de que no este seguro, deje la casilla en BLANCO.

Vídeo Pepsi y CocaCola	<input type="checkbox"/>	Recuerda el tema principal	<input type="checkbox"/>	Asocia la actividad con la teoría específica	<input type="checkbox"/>	Lo puede aplicar a otro caso similar (o ejemplo)
Ley General de la Publicidad	<input type="checkbox"/>	Recuerda el tema principal	<input type="checkbox"/>	Asocia la actividad con la teoría específica	<input type="checkbox"/>	Lo puede aplicar a otro caso similar (o ejemplo)
Ley de Comunicación Nacional	<input type="checkbox"/>	Recuerda el tema principal	<input type="checkbox"/>	Asocia la actividad con la teoría específica	<input type="checkbox"/>	Lo puede aplicar a otro caso similar (o ejemplo)
Marketing de Guerrilla vs Marketing Ambiental	<input type="checkbox"/>	Recuerda el tema principal	<input type="checkbox"/>	Asocia la actividad con la teoría específica	<input type="checkbox"/>	Lo puede aplicar a otro caso similar (o ejemplo)
Tarifas Diario El Universo	<input type="checkbox"/>	Recuerda el tema principal	<input type="checkbox"/>	Asocia la actividad con la teoría específica	<input type="checkbox"/>	Lo puede aplicar a otro caso similar (o ejemplo)
Caso Harvard: Best Buy	<input type="checkbox"/>	Recuerda el tema principal	<input type="checkbox"/>	Asocia la actividad con la teoría específica	<input type="checkbox"/>	Lo puede aplicar a otro caso similar (o ejemplo)

c) Ordene los temas tratados según su gusto y preferencia. Siendo 1 el tema más interesante para usted

- Tipos de promoción
- Componentes de un anuncio
- Elementos de la publicidad
- Anuncio vs publicidad
- Ley general de publicidad
- Creatividad e innovación
- Marketing de guerrilla
- Presupuestos de marketing
- Comunicación impersonal
- La eficacia publicitaria

d) Ordene las actividades realizadas según su gusto y preferencia. Siendo 1 el tema más interesante para usted

- Vídeo Pepsi y CocaCola
- Ley General de la Publicidad
- Ley de Comunicación Nacional
- Marketing de Guerrilla vs Marketing Ambiental
- Tarifas Diario El Universo
- Caso Harvard: Best Buy

### 3. Observación final: Espacio para comentarios

---



---



---