



Autor: **Lorenzati, Adalberto**

Documento de conferencia

La investigación como insumo de un proyecto creativo de construcción colectiva. Experiencia áulica en la elaboración de comunicaciones para la Universidad Provincial de Córdoba

Año: 2018

Lorenzati, A. (2018). La investigación como insumo de un proyecto creativo de construcción colectiva. Experiencia áulica en la elaboración de comunicaciones para la Universidad Provincial de Córdoba. *Investiga+*, 1(1), 279-290. Universidad Provincial de Córdoba, Secretaría de Posgrado e Investigación. Repositorio Digital Institucional Universidad Provincial de Córdoba. <https://repositorio.upc.edu.ar/handle/123456789/303>

**La investigación como insumo de un proyecto creativo de construcción colectiva.
Experiencia áulica en la elaboración de comunicaciones para la Universidad Provincial de
Córdoba**

*Research as input for a creative project of collective construction.
Classroom experience in building communication for the Universidad Provincial de Córdoba*

Adalberto Lorenzati

Mgter. en Administración
betolorenzati@gmail.com
Universidad Provincial de Córdoba

Resumen

Las producciones de los estudiantes suelen ser expuestas al docente quien evidencia fortalezas, debilidades, y realiza aportes. Con la intención de ampliar esta perspectiva se realizó una práctica áulica en la que los estudiantes realizaron propuestas de mejoras a los trabajos realizados por sus compañeros, como requisito previo se había establecido que estas debían ser formuladas en sentido positivo, y no como defecto, ya que tenían por objetivo enriquecer sus producciones. Esta experiencia se realizó en el marco de la asignatura Deontología Profesional de la carrera de Diseño Gráfico y Publicitario. Se tituló: “Enredados: concientización en el uso de las redes sociales”. Sus objetivos se centraron en reconocer y analizar esta problemática, para posteriormente realizar comunicaciones gráficas que tiendan a tal fin.

En una primera etapa, se relevó información primaria para lo cual se realizó una investigación de carácter cuantitativo, que se complementó con el análisis crítico de videos y lecturas de los sociólogos Simon Sinek (s.f.) y Zygmunt Bauman (2011). Posteriormente, se conformaron grupos de trabajo, que realizaron una secuencia de actividades que incluyó la generación de una marca para cada equipo, el relevamiento de información, y la producción de piezas gráficas que luego fueron enriquecidas por otros equipos colegas, y ulteriormente, atendiendo a las sugerencias de mejoras, se realizaron las piezas definitivas.

Finalmente, y con el objetivo de que los trabajos realizados contribuyan a la concientización vinculada al uso de las redes sociales, y que a la vez trasciendan el aula, se implementaron las producciones en las distintas facultades de la Universidad Provincial de Córdoba.

Palabras clave: diseño – proceso – investigación – creación.

Abstract

Students’ productions are usually submitted to the teacher, who points out strengths and weaknesses and provides further suggestions. With the aim of enhancing this approach, a class procedure was carried out in which students gave constructive feedback to their classmates’ productions. The main premise was that this feedback should be formulated in a positive sense, rather than pointing out defects, since the objective was to improve each other’s performance.

The title given to this experience was “Entangled: raising awareness about the use of social media”, and it was part of the subject “Deontología Profesional” (Professional Deontology) of the career of Graphic and Advertising Design. Its main objectives were to identify and analyze this problem and to be able to produce graphic material aimed at tackling it.

At a first stage, primary information was surveyed through quantitative research. This study was completed with critical analysis of videos and articles by the sociologists Simon Sinek and Zygmunt Bauman.

At a later stage, students formed groups and they were assigned a series of activities. These tasks included: producing a brand for each team, surveying relevant information and producing graphic material. These works were later commented on and enriched by fellow teams and then, taking these suggestions in consideration, the final material was produced.

With the aim of using these works to raise awareness about the use of social media and making them visible and useful beyond the classroom, the final works were displayed at several Schools of the Provincial University of Córdoba.

Keywords: design – process – research – creation.

Introducción

Esta ponencia expone el proyecto titulado “Enredados: concientización en el uso de las redes sociales” realizado en el marco de la asignatura Deontología Profesional de la carrera Tecnicatura en Diseño Gráfico y Publicitario de la Escuela Superior de Artes Aplicadas Lino Enea Spilimbergo de la Universidad Provincial de Córdoba. Este escrito reúne las distintas instancias llevadas a cabo: Investigación y análisis; secuencia didáctica; implementación, y finalmente una conclusión.

1. Primera etapa: investigación y análisis

La información ayuda a entender problemas, y a la vez conforma las bases para generar producciones creativas, al respecto Jorge Frascara dice: “la investigación está a la base de las ideas, es el motor que las genera, y sirve para entender situaciones, desarrollar diseños y evaluarlos” (2018, p. 28), por ello realizamos un sondeo y un análisis sociológico.

Se diseñó e implementó un sondeo interpretativo de carácter exploratorio a través de una encuesta incluida en google drive, con diez preguntas cerradas. Esta fue previamente testeada por profesores, los cuales sugirieron modificaciones que se implementaron antes de realizar el relevamiento. La encuesta fue subida a las redes, desde donde fue compartida por los estudiantes. La etapa de relevamiento fue realizada entre el 07 junio y el 07 de Julio del 2017, y la muestra abarcó 500 casos. Las preguntas estaban orientadas a indagar acerca de la frecuencia de uso de redes sociales y acerca de diferentes opiniones que pueden tener los usuarios en torno a temas vinculados con su uso como los efectos psicológicos, los riesgos, etc. En el anexo 1 pueden verse los resultados, y, a continuación, presentamos una lectura de ellos.

Análisis descriptivo de los datos obtenidos

A partir de las respuestas obtenidas, podemos observar que la herramienta utilizada con mayor frecuencia es WhatsApp, y, en segundo lugar, Facebook. Al respecto, parece observarse un ciclo de vida en cada una de estas aplicaciones y redes, que nos dan a entrever que el WhatsApp está atravesando en la actualidad por un gran uso, en tanto que Facebook perdió vigor.

El segundo dato relevante tiene que ver con la frecuencia de uso de las redes sociales: el 84,7% de los usuarios afirma que está en las redes sociales todos los días más de una hora, lo que configura una forma particular de relación. Además, se puede ver que la mayor participación en las redes se focaliza en observar posteos, reaccionar, comentar y compartir algunos de ellos; mientras que los contenidos de creación propia conforman una mínima cantidad. En otras palabras, la mayoría participa en función de creaciones de otros.

La participación en las redes, por otra parte, se focaliza en temas familiares y de amigos, o hobbies. Con posterioridad, aparecen cuestiones de índole política, económica y hasta profesional. Es probable, no obstante, que estos resultados fueran diferentes según circunstancias particulares, como, por ejemplo, la existencia de una campaña electoral, que probablemente cambiaría los porcentajes.

En lo que refiere a las opiniones de los usuarios, el 97,8% considera que solo algunas personas hacen uso correcto de las redes, en tanto que una minoría -2,2%- sostiene que todos hacen un uso correcto de ellas. Así pues, una mayoría de los encuestados estima que el uso de las redes sociales puede tener consecuencias psicológicas; de estos, un 61,6% considera la ansiedad y la depresión entre sus posibles efectos.

Por otro lado, el 81,5% de los encuestados consideró que el uso de las redes sociales está teniendo consecuencias negativas en la comunicación interpersonal. El 91,9% reconoce la existencia de conflictos derivados de comunicaciones realizadas en las redes, en tanto que el 87,1% afirma conocer situaciones en las que personas se han arrepentido de subir comentarios e imágenes a las redes. A su vez, un 61,5% respondió que algunas veces vio fotografías propias que hubiera preferido que no aparecieran en las redes, producto de la incorporación de otro usuario.

Análisis sociológico

Para pensar estos resultados, se trabajó con la entrevista realizada al escritor Simon Sinek en la que hace referencia al perfil de los *millennials* (2017), las particularidades de su crianza, y la adicción y la impaciencia que manifiestan producto del uso desmedido de las redes sociales.

A partir de esto, los estudiantes formularon algunas reflexiones, entre las que destacamos las que siguen:

“... asusta el no tener tanta conciencia del problema y también incomoda...”

“... está tan naturalizado que estemos todo el día con los celulares que cuando no lo tenemos sentimos que algo nos falta y nos ponemos ansiosos. La ansiedad está creada por el estímulo constante y por la respuesta inmediata”

“...es increíble ver la potencia que tiene la necesidad constante de participar en las redes sociales, de mostrar y vivir tu vida a través de ellas, es como si no compartimos no lo vivimos, o nunca pasó...”

“...nos dejó pensando sobre la forma en cómo vivimos, y nos relacionamos”

Uno de los equipos sugirió que, si bien las redes sociales plantean desafíos, también presentan oportunidades y pueden servir para difundir sus trabajos, se hizo mención, a modo de ejemplo, de la promoción de la música que realiza un estudiante. Los estudiantes también plantearon sugerencias para enfrentar esta problemática, de la cual surgieron los siguientes aportes:

“... cuestionar lo que estamos haciendo (...) acercándonos, teniendo contacto con la naturaleza. Reflexionar esto con nuestra familia, con amigos...”

“... buscar alternativas para controlar la ansiedad como practicar un deporte, hobbies”

“... enriquecer el contacto cara a cara, saber dialogar con otra persona”

“... fomentar en las escuelas la socialización y juegos en equipo independientes de la tecnología (...) enseñar a escuchar”

“... empezar por uno mismo y enseñar con el ejemplo ...”

A los efectos de complejizar nuestra temática a posteriori nos adentramos en la mirada de Zygmunt Bauman (2011). Para ello, se seleccionaron y analizaron algunos de sus aportes en los que hace referencia a las redes sociales: el pensador las vincula a la pérdida del diálogo, a la liviandad en la reflexión, y al desvanecimiento de la intimidad (2011, pág. 115).

2. Segunda etapa: secuencia didáctica

Luego de haber analizado los datos tanto numéricos como teóricamente, se realizó una serie de pasos concatenados en equipos integrados entre dos y cuatro estudiantes. En diversas fases de este proceso subyace la intención de enriquecer las diversas producciones, por lo que se solicitaron actividades individuales y posteriormente se las sometió al debate en cada uno de los equipos. Al respecto Jorge Frascara dice que resulta

imprescindible incluir el trabajo en equipo en las aulas de diseño. Los estudiantes deben aprender a trabajar con otros, con otros que tengan diferentes habilidades y conocimientos. Deben aprender a reconocer estas diferencias y a intercambiar ideas sin encariñarse demasiado con las propias. (2018, pág. 38)

La secuencia didáctica se llevó a cabo en las siguientes etapas:

Generación de marca. Cada equipo seleccionó un nombre y una representación gráfica identificadora. Las decisiones adoptadas fueron argumentadas, lo cual permitió poner en práctica los conocimientos profesionales. *Relevamiento de información.* Los estudiantes capturaron datos, comentarios, y fotografías publicadas en las redes sociales que perjudicaron a sus enunciadores. Cabe aclarar que el número de comentarios, capturas de pantallas o información vinculada a este punto, debió ser igual al número de integrantes de cada equipo.

Selección de dato relevante. De los datos, comentarios y fotografías precedentes, cada equipo seleccionó uno de ellos atendiendo a sus consecuencias, y fundamentaron el motivo de dicha elección.

Relevamiento de gráficas. Se realizó una búsqueda de piezas centradas en generar concientización respecto del uso de las redes sociales. Este relevamiento incluyó tantas gráficas como número de integrantes de cada equipo.

Elección de gráfica. De las piezas anteriores, cada uno de los equipos seleccionó una de ellas atendiendo a los criterios de creatividad y eficacia comunicacional.

Producción de gráfica original. Los estudiantes realizaron producciones que respondieron al objetivo del proyecto. Al igual que en puntos precedentes, cada equipo presentó tantas piezas originales como cantidad de integrantes, y cada una de ellas fue identificada por el nombre de su autor.

Selección de gráfica original. Cada uno de los equipos eligió una de las producciones realizadas en la etapa anterior atendiendo a su concepto, criterios de diseño, creatividad y eficacia comunicacional.

Propuestas de mejora. Cada equipo realizó sugerencias de mejoras para otros grupos colegas. Las propuestas fueron formuladas en sentido positivo ya que tenían por objetivo enriquecer y no cuestionar sus producciones. Al respecto Mariana Maggio dice que

aprendemos en colaboración, con la ayuda del otro y otros, con sus miradas, sus aportes, sus puntos de vista. El enfoque sociocultural de la educación pone su principal énfasis en este argumento. No es igual aprender con otro que no hacerlo. Con el otro uno crece en perspectiva, puede mirar con otros ojos y cuando lo hace aprende, además de lo que aprende, que todo es relativo. (Maggio, 2012, pág. 77)

Cada equipo realizó propuestas a tres grupos colegas. A los efectos de que todos contaran con sugerencias, se determinó una propuesta asignada según la cual cada equipo debió realizar aportes al inmediato posterior, es decir, el grupo uno le propuso al dos; el dos al tres, y así sucesivamente, en tanto que el equipo diez hizo lo propio con el uno. Las restantes dos intervenciones resultaban de libre elección.

Elaboración de gráfica enriquecida. Atendiendo a las sugerencias de mejoras recibidas y al criterio propio, cada equipo perfeccionó su pieza, y quedaron en total diez producciones gráficas enriquecidas entre todos los estudiantes del curso.

Selección de concepto. De las diez producciones precedentes el curso procedió a seleccionar una de ellas, atendiendo al criterio de Jorge Frascara sobre lo cual dice

Cuando se trata de hacer que el público abandone una conducta indeseable, no es aconsejable intentar prohibir esa conducta. Hay que tratar de crear un valor de cambio, de reemplazar esa conducta habitual por otra que debe presentarse como más deseable (2004, pág. 22)

Luego de analizar la totalidad de las piezas, los estudiantes realizaron una votación anónima y seleccionaron la que lleva el siguiente concepto: *una conexión real es lo que necesitas. Mira más allá de la pantalla.* Esta gráfica se incluye en el anexo 2.

Asignación de institución. Se realizó un sorteo para asignar a cada equipo una de las casas de estudio de la Universidad Provincial de Córdoba. A partir de esta selección, debían realizar la adecuación del concepto seleccionado previamente al ámbito de estudio correspondiente.

Producción gráfica definitiva. Cada equipo elaboró tantas gráficas como número de integrantes, posteriormente seleccionaron una de ellas que ulteriormente fue sometida a la mirada y enriquecimiento de todo el curso, tras lo cual realizaron las correcciones pertinentes que llevaron a concluir su producción.

Cabe aclarar que la presentación de cada una de las fases se realizó a través de dos soportes, uno virtual, y otro en papel, con fechas predeterminadas e incluidas en un documento. El material virtual de cada una de las fases fue incorporado al Google Drive para que los estudiantes tuvieran acceso a todas sus producciones.

Los criterios para evaluar este proceso contemplaron: honestidad intelectual en las producciones; ajustes a los requisitos formales de presentación, en especial puntualidad; claridad, coherencia y consistencia en la producción, y aportes de mejoras para otros equipos.

Tercera etapa: implementación

Las exposiciones de las producciones conforman un elemento motivador para los estudiantes, al respecto Mariana Maggio afirma que “el hacer público conlleva relevancia y sentido social, lo que aumenta el compromiso en la calidad de producción” (2012, pág.163).

Atendiendo a lo anterior, y a la vez al objetivo de trascender el aula, se realizó una muestra con las producciones de todos los estudiantes en la Escuela Lino Enea Spilimbergo entre los días 25 de septiembre y el 7 de octubre del año 2017. Posteriormente se colocaron en forma temporal las gráficas generadas por los equipos en la fase nueve, y finalmente se establecieron las producciones definitivas en las distintas escuelas de la Universidad Provincial de Córdoba.

Asimismo, la investigación realizada fue motivo de un artículo publicado en el Diario del Centro del País (Lorenzati, 2018), y en la actualidad se están realizando conferencias en diversas facultades de la Universidad Provincial de Córdoba.

Conclusión

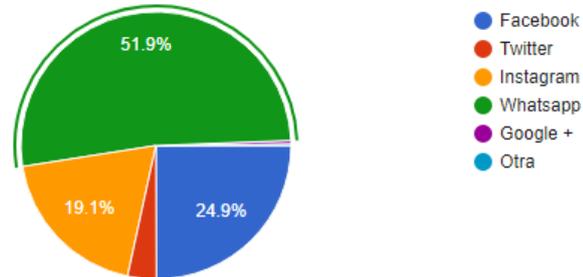
El trabajo en equipos centrado en miradas colaborativas propició una construcción enriquecida. Para hacerlo realidad, entendimos como prioritario realizar una planificación didáctica con actividades programadas al detalle, acompañadas de objetivos realistas, aspectos que intentamos reflejar en esta ponencia.

Lo hecho demandó trabajo, tiempo y constancia; la intención de servir lo vale sobradamente, por ello a modo de cierre compartimos las palabras del profesor Pablo Ferreiro “cada persona será más o menos feliz en la medida en la que sirva a los demás ... y, para servir, hace falta tener un máster en paciencia y un doctorado en constancia” (Belletich, 2015).

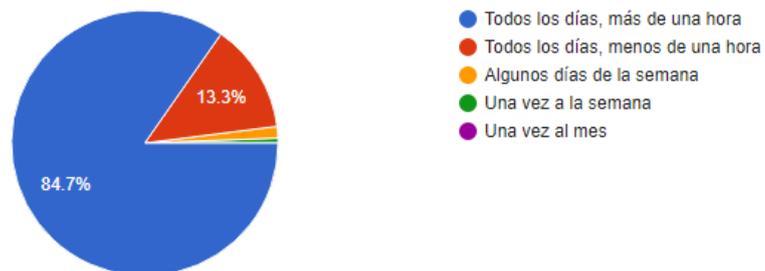
Anexos

Anexo 1. Resultados del sondeo

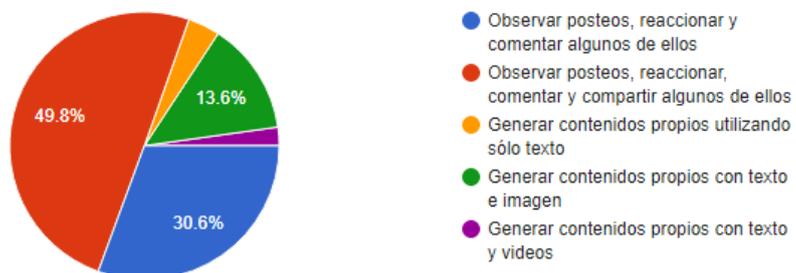
¿Cuál es la red social que utilizas con mayor frecuencia?



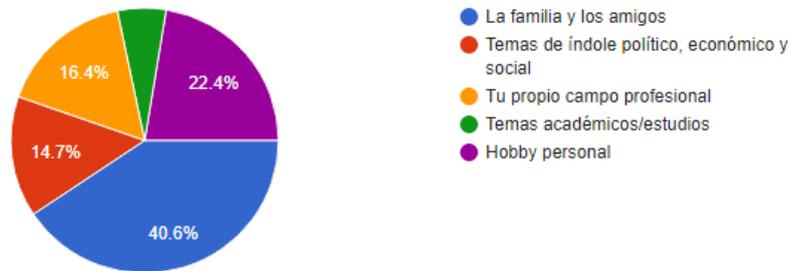
¿Con qué frecuencia utilizas las redes sociales?



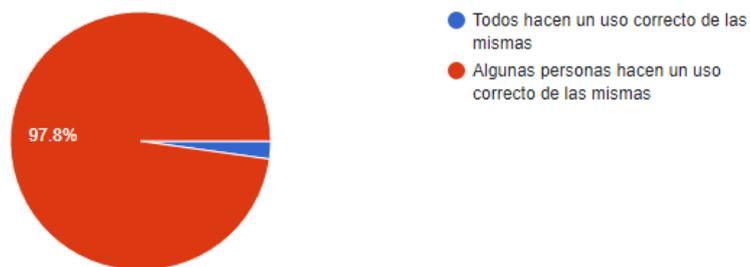
Tu participación en las redes sociales se focaliza mayormente en



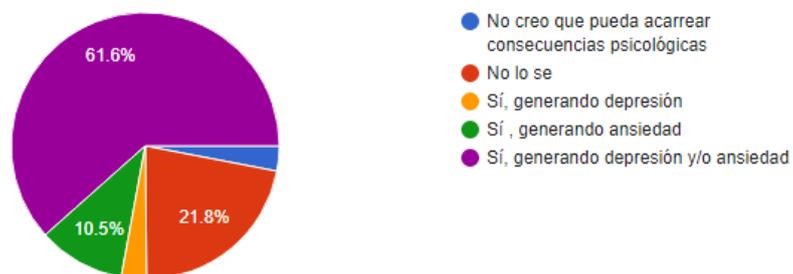
Los temas sobre los que participas en las redes sociales se centran en cuestiones vinculadas a



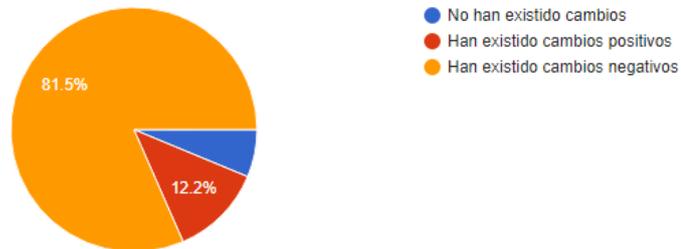
Con respecto al uso de las redes sociales consideras que



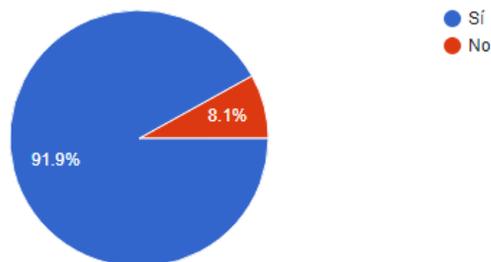
¿Crees que el uso de las redes sociales en algunas personas puede tener efectos psicológicos?



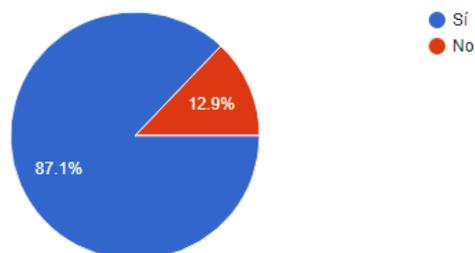
¿Qué crees que está sucediendo con la comunicación interpersonal -cara a cara- a partir de surgimiento de las redes sociales?



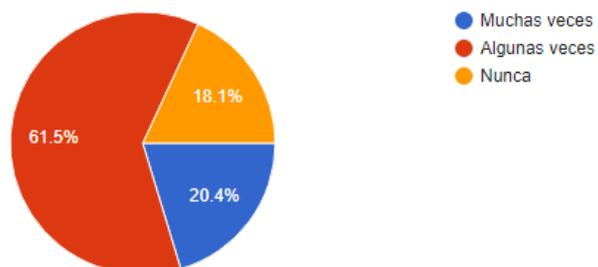
Conoces alguna situación en la que se generaron conflictos personales y/o malos entendidos derivados del uso de las redes sociales?



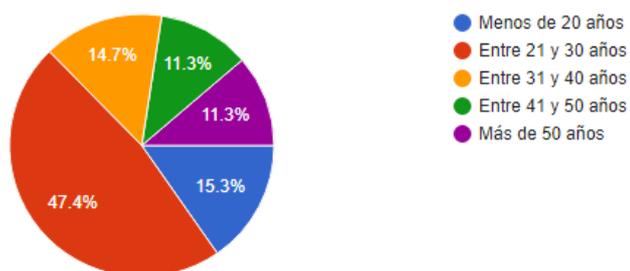
¿Conoces alguna situación en que personas cercanas se hayan arrepentido de realizar algún comentario o subir una fotografía a una red social?



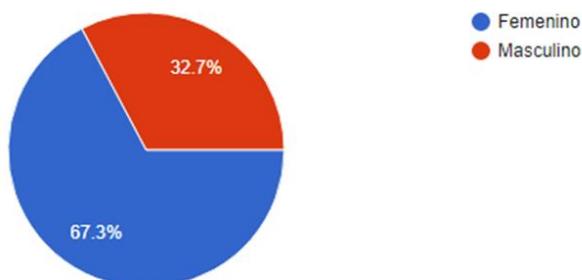
¿Alguna vez has visto una foto en la que apareces y hubieras preferido que no la hubiesen subido?



Indica tu edad



Género



Anexo 2. Concepto seleccionado



UNA CONEXIÓN REAL
ES LO QUE NECESITAS

MIRA MÁS ALLÁ DE LA PANTALLA.

UNIVERSIDAD
PROVINCIAL DE
CÓRDOBA | **UPC** Campaña de concientización
sobre el uso de redes sociales

Esta pieza gráfica fue elaborada por estudiantes de 3º "A" de la carrera *Tecnicatura Superior de Diseño Gráfico y Publicitario*, de la ESAA "Lino E. Spilimbergo" - UPC - Promoción: 2017. Prof. Beto Lorenzatti.

Anexo 3. Gráficas instaladas en las Instituciones de la UPC

Escuela Superior "Lino E. Spilimbergo"



Escuela Superior Integral de Teatro "Roberto Arlt"



Escuela Superior "Dr. J. Figueroa Alcorta"



Facultad de Educación y Salud "Dr. Domingo Cabred"



Conservatorio Superior de Música "Félix T. Garzón"



Escuela Superior "Marcelo Montes Pacheco"



Escuela Superior de Cerámica "Fernando Arranz"



IPEF



Genérica



Teatro



Referencias bibliográficas

- Bauman, Z. (2011). *Daños Colaterales. Desigualdades sociales en la era global*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Belletich, E. (20 de julio de 2015). Si no te diviertes enseñando, dedícate a otra cosa. *udep[Hoy]* [periódico en línea]. Obtenido de <http://udep.edu.pe/hoy/2015/si-no-te-diviertes-dando-clase/>
- Frascara, J. (2004). *Diseño para la gente. Comunicaciones de masa y cambio social*. Buenos Aires: Infinito.
- Frascara, J. (2018). *Enseñando diseño*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Infinito.
- Lorenzati, A. (24 de Agosto de 2018). Acerca del impacto que tienen las redes sociales en nuestras vidas. *El diario del centro del país*. Recuperado el 7 de Septiembre de 2018, de <http://www.eldiariocba.com.ar/acerca-del-impacto-que-tienen-las-redes-sociales-en-nuestras-vidas/>
- Maggio, M. (2012). *Enriquecer la enseñanza: los ambientes con alta disposición tecnológica como oportunidad*. Buenos Aires: Paidós.
- Sinek, S. (s.f.). *La verdad sobre los millennials* [video]. Recuperado el 23 de Junio de 2017, de <https://www.youtube.com/watch?v=yKK5BwvTIs8&t=85s>
- Zygmunt, B. (9 de Enero de 2016). "Las redes sociales son una trampa". (R. D. Querol, Entrevistador) Recuperado el 07 de julio de 2017, de https://elpais.com/cultura/2015/12/30/babelia/1451504427_675885.html.