

Pinterest e imagen como herramientas de apoyo a la enseñanza universitaria. Una aplicación a la docencia de Dirección Comercial.

Blanca García Gómez Alfonso Gómez Aguirre Miriam Tello Santaengracia

*Departamento de Organización de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados. Escuela de Arte y Superior de Diseño de Soria

bgarcia@eade.uva.es

RESUMEN: Cada vez con más frecuencia observamos la dificultad que tienen los estudiantes universitarios para desarrollar su creatividad. A menudo la docencia les induce a ser en cierta medida autómatas acostumbrados a seguir a pies juntillas ciertos protocolos de actuación. Quizás por ello el estudiante se siente perdido cuando en asignaturas con procedimientos menos ortodoxos se les pide diferenciación, innovación o creatividad. Es precisamente el problema que detectamos en algunas asignaturas de la materia Comercialización e Investigación de Mercados.

En un intento por intensificar la formación del estudiante en competencias, como exige la implementación del EEES, y dentro de un área de conocimiento muy orientada al ámbito profesional, hemos podido detectar el poder de la imagen como herramienta de aprendizaje. Y ello por su capacidad para fomentar la creatividad, a la par que por su utilidad como forma de transmisión de información. Pero además, si vinculamos la imagen con las redes sociales adecuadas, podemos dar un paso más incentivando el aprendizaje colaborativo. Y en esta línea, Pinterest nos ofrece la posibilidad de crear tableros participativos, en los que todos los estudiantes pueden aportar, ayudando a cosechar un mejor resultado y aprendiendo de las contribuciones de otros.

PALABRAS CLAVE: Trabajo colaborativo, imagen, creatividad, redes sociales, innovación

INTRODUCCIÓN

La enseñanza universitaria se halla inmersa en un escenario cambiante que pretende adaptarse a los cambios impuestos por un nuevo modelo docente en el que el dinamismo, la innovación, el enfoque colaborativo y la preeminencia del estudiante son actores fundamentales.

Lograr potenciar la implicación del estudiante en su formación es un reto que desde las instituciones de enseñanza superior debemos perseguir. En ocasiones, la monotonía ligada al uso de los mismos esquemas y herramientas, trabaja en sentido contrario y el profesor se ve obligado a innovar e introducir instrumentos diferentes.

En esta búsqueda encontramos la imagen como elemento diferencial, con gran capacidad para contribuir a la generación de destrezas, además de su potencial como elemento transmisor de información. Es bien sabido que “una imagen vale más que mil palabras”, lo que unido a la escasez de tiempo disponible le confiere un gran valor comunicativo.

El diseño y desarrollo de una imagen que sea capaz de transmitir información requiere del estudiante un esfuerzo al tener que enfrentarse a un escenario nuevo: ha de plasmar en una imagen el contenido a transmitir, en lo que conocemos como “infografía”. Ello requiere conocer muy bien el contenido a transmitir, ser capaz de resumirlo convenientemente, desarrollar la creatividad al servicio de las ilustraciones, aprender a organizar el espacio, etc.

Todas estas tareas se han de realizar en equipo, de un modo colaborativo y es por ello que consideramos fundamental poner al servicio del estudiante una plataforma que les permita trabajar de ese modo. A través de los tableros colaborativos, Pinterest permite que diferentes individuos hagan aportaciones, creando un escenario óptimo para el desarrollo del trabajo ya que permite que docentes y discentes contribuyan de forma activa en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

En este proceso, como ya hemos indicado, el estudiante de Administración y Dirección de Empresas, se enfrenta al reto de trabajar con imágenes, tarea a la que no está habituado. La colaboración en este proyecto de profesores y estudiantes de la Escuela de Arte y Superior de Diseño de Soria, concretamente pertenecientes al Grado en Diseño, contribuirá sobremedida a la adquisición de destrezas por parte de los estudiantes. La interdisciplinariedad permitirá una formación más completa para el discente que deberá interactuar con otros, iguales pero pertenecientes a un área diferente aunque complementaria.

El experimento planteado se ha vinculado a una asignatura del Grado en Administración y Dirección de Empresas, perteneciente al área de conocimiento de Comercialización e Investigación de Mercados, concretamente Dirección Comercial II. La elección de esta asignatura responde a su carácter dinámico, actual, basado en el desarrollo de la creatividad de los estudiantes, además de estar ubicada en el momento idóneo para garantizar el aprovechamiento del aprendizaje por el estudiante.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Los objetivos del proyecto que presentamos son:

1. Introducir en el aula, técnicas y herramientas más activas, que motiven al alumno a participar en su proceso formativo y en el de sus compañeros. En definitiva, conseguir que los discentes se conviertan en verdaderos protagonistas de su proceso de aprendizaje.
2. Incentivar la interacción entre estudiantes de diferentes centros y áreas de conocimiento para conseguir la generación de sinergias al servicio de una formación más completa.
3. Conocer los problemas derivados de la aplicación de estas herramientas en el proceso docente, al objeto de diseñar modelos y técnicas capaces de superar dichas dificultades.

4. Incentivar la creatividad de los estudiantes a través del diseño de imágenes que transmitan el contenido de los diferentes trabajos a desarrollar.
5. Fomentar la creatividad de los estudiantes, tanto en el diseño de recursos, como en la concepción de herramientas e instrumentos que favorezcan el aprendizaje.
6. Incentivar la participación activa del discente al servicio de un aprendizaje basado en competencias, más que en adquisición de conocimientos, todo ello a través del desarrollo de acciones y de la asunción de roles a lo largo del proceso formativo.
7. Despertar y fomentar el espíritu crítico de los estudiantes a través de la valoración de las aportaciones del resto del grupo, así como de estudiantes de años anteriores.
8. Lograr que el estudiante comprenda las ventajas del trabajo colaborativo al servicio de la consecución de un resultado óptimo

METODOLOGÍA

El desarrollo del proyecto se organizó en diferentes fases En primer lugar se organizaron varios encuentros con personal de la EASD, profesores y estudiantes para intercambiar impresiones sobre la imagen: su diseño, elaboración, organización del contenido, etc. A partir de las consideraciones iniciales se crearon grupos de trabajo, cada uno de los cuales generó un tablero grupal o colaborativo para poder trabajar en equipo. Se trata de una herramienta online en la que los integrantes del grupo pueden ver, añadir o modificar las imágenes de ese tablero grupal y de ese modo mejorar el resultado final con las diferentes aportaciones realizadas. Si tenemos en cuenta que el perfil de los participantes es totalmente diferente (unos provienen de diseño gráfico y otros de administración de empresas, podemos intuir que la complementariedad dio sus frutos al obtener una imagen óptima en cuanto a forma y fondo.

Cada uno de los grupos fue elaborando una infografía resumen del plan de marketing de producto elegido. Para facilitar su diseño, previamente se crearon cuatro infografías parciales, cada una de ellas con un contenido diferente (análisis del entorno, estrategia de producto precio y distribución y comunicación). El trabajo finalizó con la exposición oral del trabajo, con ayuda de la infografía como único elemento de apoyo.

RESULTADOS. RÚBRICA DE EVALUACIÓN

Fruto del trabajo pudimos desarrollar una rúbrica de evaluación de la imagen como herramienta de valoración del trabajo grupal realizado por los estudiantes. Para calificar cada trabajo se tuvo en cuenta continente y contenido, pero en este documento sólo nos ocuparemos del continente puesto que es la parte novedosa del proyecto.

La evaluación de las imágenes se articuló en torno a cuatro elementos: orden de los elementos, limpieza, uso del color e identidad. Cada uno de dichos ítemes se valoró de 0 a 10 puntos.

1. Orden

Se evalúa la disposición de los elementos que componen la infografía. Que todos los elementos estén adecuadamente colocados usando una retícula auxiliar de composición, que cada uno decidirá según lo que quiera transmitir. En base a ello la rúbrica queda de la siguiente forma.

Puntuación del orden en la imagen				
0-3 puntos	3-5 puntos	5-7 puntos	7-9 puntos	10 puntos
La infografía carece de retícula alguna por la cual regirse, esto provoca confusión en el mensaje	La retícula es pobre y/o hay elementos que no siguen dicho patrón	Tiene una retícula aceptable y todos los elementos la siguen	La retícula está muy bien creada, todos los componentes la siguen y denota preocupación por la colocación de los elementos	La retícula es creativa, mejora el entendimiento de la infografía y está adecuada con lo que el emisor pretende transmitir

2. Limpieza

Se evalúa la correcta separación entre los elementos así como los márgenes, de modo que se genere una imagen clara y sin agrupación excesiva.

Puntuación de la limpieza en la imagen				
0-3 puntos	3-5 puntos	5-7 puntos	7-9 puntos	10 puntos
Todos los elementos están amontonados y provocan dificultades en el entendimiento de la infografía	Apenas se entiende la infografía, pero hay una mínima intención de limpieza	Los elementos están separados entre sí y tienen unos márgenes continuos	Los elementos están separados de una forma jerárquica, lo que mejora el entendimiento gráfico	El espacio en blanco (vacío) es tomado en cuenta como un elemento más y juega un papel muy importante en la composición de la infografía

3. Uso del color

Se evalúa el uso correcto del color: saber qué color emplear, cómo establecer las combinaciones así como la cantidad en la que debe usarse para reforzar la comunicación de la infografía.

Puntuación del uso del color				
0-3 puntos	3-5 puntos	5-7 puntos	7-9 puntos	10 puntos
El uso del color	El color aunque	El color se ha usado	El color está aplicado	El color transmite lo

confunde al espectador, normalmente debido al exceso y a una mal combinación	cumple cierta función distrae del mensaje principal, guiando al espectador donde no es lo principal	de una forma correcta, sin molestar a la comprensión	de manera que el espectador sabe qué es lo principal y secundario	que el emisor necesita, y además ayuda y mejora el entendimiento de la infografía
--	---	--	---	---

4. Identidad de la imagen

Se evaluó el correcto uso de todos los elementos, así como sus disposiciones, en forma, tamaño, color, uso tipográfico, para llegar a que la infografía comunique no solamente el contenido, si no quién la crea, quién es el emisor.

Puntuación de la identidad de la imagen				
0-3 puntos	3-5 puntos	5-7 puntos	7-9 puntos	10 puntos
No se sabe quién es el emisor, no hay rastro de identidad corporativa y todos los elementos no guardan ningún tipo de coherencia	La identidad corporativa está muy poco visible, no existiendo concordancia entre los elementos dispuestos	Se reconoce al emisor, pero los elementos dispuestos no guardan relación	Tanto la identidad corporativa como los elementos dispuestos tienen absoluta coherencia, y sin lugar a dudas se reconoce al emisor	Aplicación de la identidad corporativa de forma creativa y con una coherencia máxima entre todos los elementos.

CONCLUSIONES

Una vez más hemos podido constatar el efecto positivo que tiene la introducción de cambios en el proceso de enseñanza-aprendizaje, centrados en el diseño de metodologías que aumenten el nivel de implicación del estudiante, tanto en su formación, como en la del grupo. Además, la interacción con otros públicos, de perfiles diferentes, cuya formación es complementaria, ayuda a desarrollar nuevas capacidades que refuerzan las que son propias de un estudiante de Administración y Dirección de Empresas.

El empleo de la imagen como herramienta de formación ha permitido mejorar notablemente la creatividad de unos estudiantes poco habituados a enfrentarse a este modelo de comunicación. En este sentido, la colaboración con alumnos y profesores del Grado en Diseño Gráfico ha tenido gran valor para ayudarles a usar adecuadamente los elementos visuales. Además han tenido que hacer un notable esfuerzo por sintetizar la información, a la par que adaptar el discurso a un formato diferente.

Así en líneas generales, la interacción con otros públicos ha enriquecido sobremedida a los estudiantes y ha favorecido sus capacidades de comunicación.

Por otro lado se ha logrado una mejora notable de la competencia de trabajar en equipo, enriquecida por la interacción, no sólo entre estudiantes que forman el grupo responsable del trabajo a evaluar, sino con otros colectivos diferentes cuya participación esta desvinculada de la evaluación final del proyecto, como ya hemos apuntado con anterioridad.

Hemos conseguido la mezcla adecuada de ingredientes que han dado como resultado un elevado nivel de motivación de los estudiantes, derivados de la responsabilidad asumida al liderar su propio plan de marketing y de la capacidad de ayudar a otros estudiantes. Evidentemente la labor desarrollada a lo largo del cuatrimestre por parte de los estudiantes ha sido asumida de una forma claramente proactiva, anticipando problemas y proponiendo soluciones globales que compartidas con el resto del grupo han permitido facilitar el trabajo de los demás.

El uso de paneles de trabajo en grupo ha servido como herramienta de empoderamiento y participación de unos estudiantes volcados en el desarrollo de su trabajo. En esta línea, Pinterest ha constituido una herramienta de apoyo clave en el día a día del proceso de enseñanza-aprendizaje, puesto que ha permitido a los estudiantes estar en contacto continuo independientemente de su procedencia o ubicación.

Es indudable que a través del desarrollo de este proyecto hemos contribuido a mejorar la empleabilidad de los estudiantes, que han aprendido a manejar la imagen como forma de presentar una información de forma breve y con mayor capacidad de impacto, de una forma diferente. Esta destreza puede servirles de aplicación en su proceso de búsqueda de empleo por ejemplo a través del diseño de un curriculum vitae en gran medida visual y, por ende, diferente y con mayor capacidad de impactar en un proceso de selección.

FUTURAS LÍNEAS DE ACCIÓN

La apuesta por encargar al estudiante trabajos en condiciones reales de mercado ayuda a tangibilizar su proceso de aprendizaje y lo hace más útil a sus ojos. Si este encargo se complementa adecuadamente con actividades de extensión universitaria se logra un efecto ilusionante en el estudiante que entiende que su esfuerzo merece la pena y aporta valor a la sociedad. En esta línea pretendemos sacar provecho de los trabajos de los estudiantes que serán objeto de exposición y debate en una jornada diseñada al efecto, a la que acudirán empresarios y profesionales que podrán debatir con los alumnos acerca de las diferentes partes de su trabajo.

Por otro lado queremos dar continuidad a este tipo de proyectos que ayudan a generar sinergias educativas entre centros, mejorando así la formación de unos estudiantes que cada vez necesitan ser más proactivos, con mayor capacidad de adaptación a diferentes circunstancias y con más elementos para diferenciarse en un mercado de trabajo cada vez más competitivo.