

2020 - 2021

**EXPERIENCIAS
DOCENTES
INNOVADORAS
EN CONTEXTO
DE SARS-COV-2**

RECTOR:

Federico Valdés Lafontaine

VICERRECTORA DE PREGRADO:

Florencia Jofré Manieu

CENTRO DE INNOVACIÓN DOCENTE (CID)

UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO

ISBN 978-956-374-060-8

©2022 Universidad del Desarrollo, derechos reservados.

DIRECTORA CID:

Ana María Borrero Patiño

SUBDIRECTORA DE INVESTIGACIÓN DOCENTE:

Rocío Vélez Rivera

COORDINADORAS DE PROYECTOS

DE INNOVACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE LA DOCENCIA:

Priscila Leal Orellana (Concepción)

Alejandra Ruíz Garrido (Santiago)

EDICIÓN DE TEXTOS:

Paloma Rivera Godoy



18

UNA MANERA DIFERENTE DE HACER CINE

DOCENTE RESPONSABLE:

Niles Atallah Gonzalves.

DOCENTE COLABORADOR:

Claudia Rojas Noce.

FACULTAD Y/O PROGRAMA:

Facultad de Comunicaciones.

CARRERA Y/O TRACK:

Cine.

ASIGNATURA:

Taller de Realización Cinematográfica V.

IMPLEMENTACIÓN:

2020 - Primer Semestre.

INTRODUCCIÓN

Los Talleres de Realización Cinematográfica de la Carrera de Cine son asignaturas prácticas en las que los estudiantes salen a terreno y realizan sus producciones cinematográficas. La pandemia impidió que los estudiantes pudieran pasar por esta experiencia, lo que fue sumamente frustrante para ellos. ¿Cómo aprender Cine sin filmar?

Esta realidad llevó a ver una oportunidad: hacer Cine de una manera distinta.

OBJETIVOS

Permitir que los estudiantes encontraran sus propias fortalezas creativas con una manera diferente de hacer Cine.

Sacar adelante el principal objetivo de aprendizaje del curso, “elaborar un cortometraje de ficción, con altos estándares cinematográficos, que den cuenta de una visión autoral y expresiva desde todos los departamentos”, pese a las restricciones de la pandemia.

Sacar a los estudiantes de su realidad de *confort* y desde ese “lugar desorientado”, llevarlos a la creación.

Llevar a los estudiantes al cuestionamiento de las formas tradicionales de realizar una película: que se situaran en otro contexto a la hora de filmar, que fueran capaces de “desaprender” para lograr nuevos aprendizajes.

DESCRIPCIÓN INNOVACIÓN

Se buscó un modelo de producción que permitiera a los estudiantes filmar pese a las restricciones de la pandemia y, en esa línea, se diseñó un curso de cortometrajes hechos en pandemia.

Los alumnos fueron invitados a filmar con sus teléfonos (sin cámaras ni lentes especiales y sin iluminación profesional), a utilizar imágenes de archivo y a buscar maneras creativas de sacar adelante el desafío de hacer un cortometraje con los recursos disponibles en casa.

RESULTADOS

Los resultados fueron sumamente satisfactorios. Se lograron cortos de gran calidad, que fueron presentados a una comisión de docentes. En general los cortos reflejaron fuertemente la subjetividad de sus autores, transmitiendo en ocasiones gran intimidad. Así lo hizo un corto que abarcó el tema de identidad de género y la comunidad trans, el cual fue seleccionado en el festival de Cannes.

Lo especial de esta innovación es que convirtió a Cine UDD en la única escuela de cine del país que filmó en pandemia.

CONCLUSIONES

El aprendizaje obtenido es que hay que atreverse a sacar a los estudiantes de su zona de *confort*, a desafiarlos, a perseguir los objetivos de aprendizaje por caminos alternativos y siempre velar por el cumplimiento de altos estándares académicos.

Los estudiantes lograron confiar en sus capacidades, ya que todo dependía de su creatividad. Además, se desarrolló una fortaleza que les permitió entender que contar historias depende de ellos, no del contexto que los condiciona.



19

LA NUEVA TELEVISIÓN

DOCENTE RESPONSABLE:

Oscar Jara Medina.

DOCENTE COLABORADOR:

Rafael Enríquez Orellana.

FACULTAD Y/O PROGRAMA:

Facultad de Comunicaciones.

CARRERA Y/O TRACK:

Periodismo.

ASIGNATURA:

Periodismo Televisivo II y Periodismo Televisivo III.

IMPLEMENTACIÓN:

2020 - Segundo Semestre.

INTRODUCCIÓN

Tres competencias específicas son las que definen a la asignatura de Periodismo Televisivo, una de ellas es adaptación al entorno. Esto fue lo que se convirtió en un desafío en medio del distanciamiento, el confinamiento y la lejanía de los estudiantes con los recursos técnicos disponibles en las instalaciones de la Universidad durante la pandemia del COVID-19.

Los medios de prensa, afectados por las mismas dificultades, comenzaron a emplear distintos recursos, para mantener su contacto con las fuentes sin exponerse. La carrera de Periodismo observó esos cambios y decidió trasladar esa capacidad de adaptación al aula virtual. Era una oportunidad para sumar nuevas herramientas al proceso de enseñanza-aprendizaje y situar a los estudiantes en un escenario real donde se han sumado recursos como las entrevistas a distancia, que probablemente permanecerán en los procesos de los medios de comunicación.

OBJETIVOS

Generar un escenario de trabajo práctico y real en el cual los estudiantes pudieran aplicar herramientas y conocimientos adquiridos en la asignatura de Televisión, sin verse obligados a incumplir el confinamiento obligado por la pandemia.

DESCRIPCIÓN INNOVACIÓN

Una de las unidades de contenido de la asignatura, contempla la elaboración de productos periodísticos, despachos en vivo e informativos de TV. Ese entrenamiento se había desarrollado, hasta antes de la pandemia, de manera presencial. Pero en el nuevo contexto, no era posible.

Fue entonces cuando surgió la propuesta de un grupo de alumnos, liderados por Javier Louit y Lukas Jara: incorporar *StreamYard*, un estudio de televisión virtual que permite hacer transmisiones en vivo desde el navegador de un computador.

La idea fue puesta en práctica con el apoyo logístico y técnico del profesor Rafael Enríquez, coordinador del Área Audiovisual de la Escuela de Periodismo.

RESULTADOS

Primero fue un informativo basado solo en despachos en vivo desde casa. Todo manejado a distancia. Pero con el paso de los meses y el aumento en los aforos, la innovación fue tomando fuerza.

A finales de 2020, se logró trabajar con algunos estudiantes en la universidad y otros desde su casa. Empleando únicamente su computador o su teléfono celular, pudieron sumarse a una emisión en vivo y en directo, que fue transmitida por *Facebook* y por *YouTube*.

Se realizaron seis informativos donde los estudiantes pusieron en práctica aprendizajes relacionados con la estructura del mensaje informativo, lenguaje verbal y no verbal ante la cámara.

CONCLUSIONES

Lo que pudo parecer una improvisación, se acercó mucho a los procesos que los medios han estado desarrollando en sus productos informativos.

No solamente se cumplió el objetivo de desarrollar una asignatura práctica. También, que los estudiantes se desarrollaran en un recurso técnico que llegó para quedarse. Una herramienta que quedará incorporada en los procesos de enseñanza y que, combinada con los elementos técnicos de nuestro estudio de TV, permitirá situar a los alumnos en un escenario más real y cercano al medio laboral.

Empleando teléfono celular, podrán hacer despachos en vivo desde cualquier lugar y momento, aumentando el grado de exigencia y haciendo aún más desafiante el proceso de enseñanza-aprendizaje.



20

LOS LECTORES A TU ENCUENTRO

DOCENTE RESPONSABLE:

María Cristina Silva Méndez.

FACULTAD Y/O PROGRAMA:

Facultad de Comunicaciones.

CARRERA Y/O TRACK:

Periodismo.

ASIGNATURA:

Lectura Crítica (DCP).

IMPLEMENTACIÓN:

2020 - Segundo Semestre.

INTRODUCCIÓN

El curso “Lectura Crítica”, de primer año, tiene como propósito que los estudiantes aprendan a leer en tres niveles distintos: recopilación, interpretación y evaluación. Para lograr este propósito se realiza lectura de textos en conjunto, ejercicios y puesta en común de experiencias y apreciaciones lectoras. Todo lo anterior se dificultó en el contexto de la pandemia, ya que las clases *online* obstaculizaron la creación de un clima de confianza e intimidad propio de la sala de clases, tan necesario para desarrollar destrezas de lector crítico.

OBJETIVOS

El objetivo de la innovación fue generar un clima de cercanía, confianza e intimidad en el aula virtual, de tal manera de crear un ambiente propicio para desarrollar óptimamente las competencias y resultados de aprendizaje propios de la asignatura. A su vez, generar incentivos para que los estudiantes participaran de procesos de diálogo fundamentado para emitir y recibir puntos de vista que enriquezcan el ejercicio lector analítico.

DESCRIPCIÓN INNOVACIÓN

Cada sesión de clases comenzó con un video testimonial de un lector aficionado, quien se dirigió a los estudiantes contándoles su propia experiencia como lector. Entre los lectores había mujeres y hombres, de distintas edades y ocupaciones. Además de referirse a cómo se fue dando su interés y motivación por la lectura, y a los beneficios que le ha reportado esta actividad, cada lector tenía libertad para abordar distintos aspectos. Por ejemplo, algunos hicieron recomendaciones concretas de libros y autores, otros se refirieron a problemas de desmotivación puntuales que habían vivido y otros dieron recomendaciones muy concretas.

Los objetivos de aprendizaje de cada sesión del curso se vincularon con uno de los videos testimoniales, de tal manera que este sirviera de “gancho” motivador para iniciar la conversación. Por ejemplo, el testimonio de una ingeniera civil de 27 años que recomendaba revisar atentamente las dedicatorias y los prólogos abrió la clase en la que se abordaron algunas de las estrategias de interpretación.

RESULTADOS

Los estudiantes demostraron interés y empatía hacia los testimonios de los lectores. La conversación en torno a los videos fue fluida y natural, emulando en gran medida una conversación presencial. Efectivamente, se cumplió el objetivo de generar un clima de confianza e intimidad que facilitara el trabajo de las competencias de lectores críticos. Los estudiantes evaluaron el curso en el rango de excelencia.

CONCLUSIONES

La innovación fue acertada para un contexto de pandemia y la consiguiente virtualidad de las clases. De seguir en modo en línea o híbrido, el recurso de los videos testimoniales puede seguir usándose, seleccionando los testimonios que generaron diálogos más interesantes y tributaron más directamente a los resultados de aprendizaje del curso, e incorporando otros nuevos para poner una nota de actualidad. En caso de que las circunstancias permitan volver a una mayor presencialidad, se podría hacer una combinación de testimonios grabados y otros presenciales.



21

USO DE *TURNITIN* PARA PREVENCIÓN DE PLAGIO DE ALUMNOS DE PRIMER AÑO DE PERIODISMO Y CAMPAÑA PREVENTIVA SOBRE EL TEMA

DOCENTE RESPONSABLE:

Gloria Aguilera Barrientos.

DOCENTES COLABORADORES:

Karim Gálvez Velásquez y María Cristina Silva Méndez.

FACULTAD Y/O PROGRAMA:

Facultad de Comunicaciones.

CARRERA Y/O TRACK:

Periodismo.

ASIGNATURA:

Lectura Crítica.

IMPLEMENTACIÓN:

2020 - Segundo Semestre.

INTRODUCCIÓN

En un mundo hiperconectado en el que información de la más variada naturaleza está al alcance de cualquiera que tenga a mano un dispositivo con acceso a internet, y en un contexto de pandemia y clases a distancia en el que la totalidad de las evaluaciones eran en línea, era fundamental que los estudiantes entendieran que atribuir la autoría de una producción intelectual es lo que corresponde hacer por responsabilidad y justicia. Se esperaba que los alumnos tuvieran, además, una comprensión profunda del fenómeno del plagio, comprendieran la gravedad de cometer esta falta y se sintieran disuadidos a incurrir en ella.

OBJETIVO

Sensibilizar, a los estudiantes de primer año de Periodismo, en torno a las prácticas personales en la construcción de textos que podrían constituir plagio.

DESCRIPCIÓN INNOVACIÓN

La innovación consistió en la aplicación de la herramienta de prevención de plagio *Turnitin* en trabajos escritos del curso Lectura Crítica. Dicha herramienta permite detectar similitudes entre los textos entregados por los estudiantes y otros, textos disponibles en la web o entregados por otros alumnos con fines académicos.

A partir del porcentaje de semejanza detectado por el *software Turnitin* en el trabajo del estudiante fue posible contar con evidencia sobre la falta de originalidad de su producción textual. Esto permitió generar una reflexión sobre el respeto a la propiedad intelectual, actuando como disuasivo contra el plagio.

Periodismo UDD quiso contar de manera piloto con esta herramienta para ayudar a sus estudiantes a tomar conciencia de que algunas prácticas en las que incurrían constituían plagio, ejemplos de ello son: incluir en sus trabajos extractos de textos de distintos sitios web sin mencionar las fuentes, incluir citas textuales de autores sin atribuirlos adecuadamente, copiar párrafos textuales de medios de comunicación sin mencionar al medio en cuestión y elaborar textos sin ideas de elaboración propia, solo a partir de reflexiones tomadas de distintos textos o plataformas, sin darles crédito.

Además, la innovación incorporó un conversatorio sobre plagio y respeto al derecho de autor, con una expositora invitada.

RESULTADOS

La aplicación de *Turnitin* permitió demostrar con evidencia irrefutable que la mayoría de los estudiantes de primer año del periodo académico 2020 no incurrió en plagio en sus trabajos de la asignatura Lectura Crítica (ensayos y análisis literarios). En los casos puntuales en que se detectó un porcentaje de similitud importante entre el trabajo del alumno y otros textos, se dio lugar a una conversación reflexiva con el estudiante.

CONCLUSIONES

El uso de *Turnitin* fue beneficioso para la Carrera de Periodismo, ya que permitió contar con evidencia sobre la baja similitud entre los textos de los estudiantes de primer año y otros escritos. Como sugerencia para próximas experiencias se recomienda que los docentes de los cursos que cuenten con *Turnitin*, ejerciten en la plataforma antes del inicio del periodo académico. Si bien la capacitación ofrecida es pertinente y los profesionales responsables ofrecen acompañamiento a los docentes, la práctica previa es necesaria.

22

RECOLECTANDO IDEAS

DOCENTE RESPONSABLE:

Carmen Luz Sarroca Villalón.

DOCENTE COLABORADOR:

Pía Benoit Harris.

FACULTAD Y/O PROGRAMA:

Facultad de Comunicaciones.

CARRERA Y/O TRACK:

Publicidad.

ASIGNATURA:

Taller VII.

IMPLEMENTACIÓN:

2021 - Primer Semestre.

INTRODUCCIÓN

Durante la pandemia la UDD abrió la posibilidad de poder realizar intercambios virtuales con universidades en el extranjero y la Dirección de Relaciones Internacionales de la UDD impulsó con más fuerza un programa de colaboración a distancia llamado COIL (Collaborative Online International Learning).

Este impulso motivó a la carrera de Publicidad de la UDD a la realización de una experiencia colaborativa, internacional e interdisciplinar en conjunto con la facultad de comunicaciones de la Universidad del Espíritu Santo en Ecuador (UEES) a través de un proyecto desarrollado en con equipos de ambos países.

OBJETIVOS

Pensar en problemáticas globales con impacto local que aporten a la sociedad desde distintos puntos de vista para realizar propuestas innovadoras, con una mirada interdisciplinar que desafía las fronteras físicas y que permite interacción y generación de lenguajes comunes.

DESCRIPCIÓN INNOVACIÓN

El desafío era encontrar un caso de importancia global y con impacto local, por ello, en este caso se trabajó con los recolectores de basura y su realidad en los distintos contextos, el cual fue nombrado “Recolectando Ideas”. Los estudiantes se dividieron en seis grupos y trabajaron en torno a ideas innovadoras y conceptos comunicacionales con base en los hallazgos descubiertos luego de un proceso de investigación inicial. Es en conjunto, con equipos de 48 alumnos y seis profesores internacionales. El tiempo de duración de la experiencia fue de cuatro semanas y cuatro correctores *online*.

RESULTADOS

La colaboración y el trabajo en equipo, tanto para los alumnos como para los docentes, fue bien recibido, sirvió de motivación y permitió compartir ideas, conocer otras realidades y formas de comunicarse desde plataformas *online*.

Los alumnos abordaron distintos conceptos de los recolectores, como resultado cada equipo creó una campaña: No somos basura, Soy recolector, Separemos las cosas: Recolecto tu basura, pero no me trates como tal, Recolectando palabras: Visibilización de relatos a través de sus propias voces, ReviVidrio: Revivir el vidrio; Recolector de ambos mundos y un proyecto de largometraje llamado Los restos que dejamos.

CONCLUSIONES

Los temas a abordar deberían unir a través de Proyectos en Común, para que estos sean procesos y experiencias que inviten a los estudiantes a reflexionar en torno a ellos y a sus realidades, siendo temas tan profundos que no puedan desconocerlos.

Hay que atreverse a pensar y a soñar en grande, siempre hay alguien que quiere hacer cosas, hay más en común de lo que se imagina. Este tipo de experiencias enriquece el aprendizaje de los alumnos, hay que hacerlo teniendo siempre la actitud de que las cosas se pueden hacer, humildad para aportar, escuchar y voluntad de llegar a un resultado que pueda aportar a nuestra sociedad.



23

LA VIRTUALIZACIÓN CÓMO APRENDIZAJE EXPERIENCIAL

DOCENTE RESPONSABLE:

Luciano Gougain Orellana.

FACULTAD Y/O PROGRAMA:

Facultad de Comunicaciones.

CARRERA Y/O TRACK:

Publicidad.

ASIGNATURA:

Innovation and Seed Capital.

IMPLEMENTACIÓN:

2020 - Segundo Semestre.

INTRODUCCIÓN

Durante el inicio de la cuarentena, en el contexto del COVID-19, se evidenciaba gran tensión y nerviosismo en el alumnado. El programa de carrera incluía el curso “*Innovation and Seed Capital*” dictado por primera vez en inglés y en un formato *full online*. Un doble desafío que significó un cambio de forma y contenido a nivel docente.

OBJETIVOS

Mantener el interés y la motivación de los alumnos, de manera que el idioma no fuese un obstáculo para exponer sus ideas, generando una experiencia de aprendizaje relevante. A su vez, implementar una metodología que permitiera diagnosticar y monitorear los avances de cada alumno en un entorno virtual, además de fortalecer la seguridad y autoconfianza de los alumnos para comunicar persuasivamente una idea de negocio a una audiencia en inglés.

DESCRIPCIÓN INNOVACIÓN

Para motivar la participación de los alumnos se escogieron casos de éxito inspiradores y cercanos. La plataforma *TikTok* fue el tema inicial de una serie de debates en inglés. La utilización de la plataforma *Nearpod* permitió realizar *quizzes* rápidos sobre un video expuesto y la posibilidad de revisar los resultados *online* en tiempo real. Esto le imprimió agilidad al curso, alentando a los estudiantes a participar sin importar su nivel de inglés, sino el contenido de lo expresado. Además, los alumnos debieron desarrollar una idea de negocio hasta llegar a la realización de un video final donde debían convencer a un potencial cliente-inversionista de las ventajas y el potencial de sus propuestas.

RESULTADOS

El proceso de inmersión en el curso fue gradual pero muy satisfactorio. Los alumnos sentían que podían intervenir en un ambiente de confianza y abierto a la participación. El examen final de carácter individual, materializado en la grabación de un video de cuatro minutos sin cortes, fue un desafío que exigió a los alumnos a desarrollar un *pitch* en inglés, demostrando dominio de contenidos y habilidades persuasivas.

CONCLUSIONES

El entorno virtual exige un cambio en la dinámica y en la forma de entrega de contenidos. Existen muchas aplicaciones y plataformas que pueden potenciarse y transformar la experiencia educativa en algo relevante y que debe contemplarse en el diseño y la planificación de la asignatura pensando en un formato virtual amigable, flexible, abierto y entretenido.



24

MASTER BRAND

DOCENTE RESPONSABLE:

Juan Ignacio Valdivia Infante.

DOCENTE COLABORADOR:

Paulina Díaz Alzamora.

FACULTAD Y/O PROGRAMA:

Facultad de Comunicaciones.

CARRERA Y/O TRACK:

Publicidad.

ASIGNATURA:

Taller VI.

IMPLEMENTACIÓN:

2020 - Primer Semestre.

INTRODUCCIÓN

El “Taller VI” de la Carrera de Publicidad corresponde al tercer año dentro de la malla curricular. La naturaleza de la asignatura busca crear y trabajar en equipo abordando distintos desafíos comunicacionales. Luego de un largo período de confinamiento sanitario, se abrió la posibilidad de realizar una experiencia híbrida con los estudiantes utilizando la tecnología *HyFlex* UDD, por ello, se diseñó una actividad lúdica en donde se capitaliza la posibilidad de hacer interdisciplina en conjunto a la carrera de Nutrición.

OBJETIVOS

El objetivo principal de esta innovación fue que los alumnos tuvieran que resolver de forma creativa en equipos mixtos tanto presencial y *online*, un caso sorpresa para reflexionar y aplicar el *branding* y personalidad de marca en cualquier ámbito, en este caso la creación de un plato de comida.

DESCRIPCIÓN INNOVACIÓN

Previamente a la actividad presencial, cada grupo de alumnos debía estudiar una marca (Adidas, Harley Davidson, Disney, WOM, Apple) desde todos sus ángulos para luego generar una infografía de su personalidad y rasgos particulares.

El desafío a los estudiantes fue cocinar un plato que representara una marca en particular previamente estudiada. Cada grupo tuvo que cocinar algo que fuese el fiel reflejo de la personalidad de su marca asignada y presentar una preparación que respondiera y fuera coherente a la infografía. Hubo un representante por equipo presencialmente en el laboratorio de alimentos de la universidad y el resto del equipo desde su casa buscando recetas, dando instrucciones y alentando a su cocinero. La experiencia se realizó con una charla introductoria a cargo de la carrera de Nutrición en donde entregaron los lineamientos de seguridad en la cocina, y brindaron apoyo en las distintas preparaciones.

RESULTADOS

Tanto el proceso como los resultados fueron de gran aceptación por parte de los alumnos donde pudieron trabajar en equipo para obtener un mejor resultado y experimentar empíricamente la creatividad aplicada en cualquier ámbito.

Los estudiantes se vieron sometidos a resolver un problema que no esperaban, por lo cual, debieron poner todos sus aprendizajes al servicio de su propuesta. Asimismo, tuvieron un proceso creativo de *brainstorming*, para aplicar conocimientos de dirección de arte, *branding*, personalidad de marca, manualidades, cocina, conceptualización, presentación seductora y lenguaje técnico.

CONCLUSIONES

Es importante considerar en el diseño de las clases experiencias lúdicas que permitan internalizar los contenidos disciplinares de la asignatura.

Los docentes, en este contexto de pandemia u otra situación, deben capitalizar las tecnologías híbridas disponibles y usarlas como una oportunidad de desarrollo de nuevas formas de enseñanza. Este ejercicio permitió ser más conscientes de la importancia de la planificación docente en instancias memorables y significativas como estas, de generar acciones de interdisciplina con otras carreras, manteniendo los objetivos de aprendizaje para seguir enriqueciendo la experiencia educativa.



25

NUEVA PUBLICIDAD: CAMBIANDO ESTEREOTIPOS Y DESEXUALIZANDO LAS TAREAS DEL HOGAR EN PANDEMIA

DOCENTE RESPONSABLE:
Carmen Luz Sarroca Villalón.

DOCENTE COLABORADOR:
Roberto Micheelsen Figueroa.

FACULTAD Y/O PROGRAMA:
Facultad de Comunicaciones.

CARRERA Y/O TRACK:
Publicidad.

ASIGNATURA:
Taller 1.

IMPLEMENTACIÓN:
2020 - Primer Semestre.

INTRODUCCIÓN

La situación de la pandemia llevó a la familia a re-mirarse como núcleo. De pronto los espacios se hicieron más pequeños y los roles de cada miembro quedaron expuestos. El *home office*, *home school*, *home u*, etc. La carga se la llevaba la mamá o mujer por un tema profundo de cultura y de roles sexualizados, y la poca colaboración de los miembros del hogar.

Por otro lado, hubo alumnos deprimidos con la situación de encierro e incertidumbre, sintiendo que no podían hacer mucho en sus hogares. Integrar el *marketing* y creatividad a sus tareas diarias nos pareció una buena instancia para enseñarles que todo puede ser una oportunidad, si nos detenemos a mirar, observar y dar soluciones.

OBJETIVO

Hacer consciente a los alumnos e hijos, de la tarea que significa la labor doméstica. Creando en ellos un hábito, un ánimo colaborativo y más participativo para compartir la carga y uniendo a la familia con este ejemplo.

DESCRIPCIÓN INNOVACIÓN

Se desarrolló una campaña de un producto centrado en el beneficio emocional que entrega. Los alumnos debían organizarse en sus casas, con sus padres e integrantes de la familia para realizar el trabajo y registrar la investigación durante tres días o más, para llegar a un hallazgo con una promesa única y diferenciadora.

La ejecución superó las dos semanas en la cual los estudiantes cocinaron una receta diaria (dulce o salada), lavaron platos y utensilios y/o plancharon una docena de prendas distintas todos los días.

Los alumnos se organizaron en sus casas con sus padres e integrantes de la familia para hacer durante esos días su labor y registrarla.

RESULTADOS

Los alumnos agradecieron el examen, descubrieron habilidades que no tenían y el valor real de este tipo de tareas. Manifestaron relajación, mayor autoestima e independencia. Se dieron cuenta de la importancia de estudiar, profundizar e investigar un tema o producto y que en el uso o vivencia estaba la clave para levantar aspectos relevantes para la comunicación. Como tuvieron que registrar sus días, obtuvieron el material verídico para armar sus campañas con contenido experiencial.

Familiares felicitaron a sus hijos y a los docentes, subrayando la importancia de educar y abrirle los ojos a los chicos.

CONCLUSIONES

Traspasar el verdadero valor de la publicidad a 70 alumnos en medio de una pandemia no es fácil. Se observó que con las herramientas e indicaciones correctas se puede ampliar la perspectiva con lo que tenían a mano, las personas de su entorno y los productos existentes en el hogar. Haciendo hincapié en las habilidades de uso general para la vida, de aprender cosas nuevas y de mantener el equilibrio mental en situaciones desconocidas.

Se incentivó la colaboración de las tareas del hogar, logrando mayor consciencia con sus mamás o cuidadoras, absolutamente sobrepasadas con sus dobles cargos/turnos y permitiendo la conversación en temas de equidad, paridad, representatividad, mejoras de sueldos y cargos, y la economía doméstica mayor desarrollo femenino y familiar.