# El aprendizaje colaborativo como técnica didáctica

# Cowper, Evelyn

**Introducción**

Esta experiencia pedagógica tiene lugar en la Asignatura Diseño de Interiores I de la Carrera de Diseño de Interiores.

Se muestra cómo se lleva a cabo este método de enseñanza durante el transcurso de un cuatrimestre, específicamente durante el abordaje del Proyecto Integrador.

Se presentan las diferentes estrategias que se utilizan para lograrlo, desde las puestas en común, el poder de justificación de una idea, la generación de debates, entre otros.

Y cómo finalmente esta implementación llevada a cabo en el aula taller eleva la calidad de las producciones de los estudiantes.

# El porqué de su aplicación

Tras haber dictado clases en diferentes asignaturas dentro de la carrera de Diseño de Interiores desde materias en las que participan alumnos ingresantes hasta asignaturas en donde el alumnado se encuentra culminando su carrera, es que se decide incorporar este método de enseñanza dentro de la dinámica áulica.

Esta asignatura no solo la cursan los alumnos ingresantes de Diseño de Interiores sino que puede ser elegida por estudiantes de otras carreras como materia electiva. Es decir, alumnos que se encuentren cursando las carreras de Comunicación Audiovisual, Textil e Indumentaria, Producción de Moda, Diseño Industrial, Diseño Gráfico, podrán cursarla a fin de que la misma resulte de gran complemento.

Este método de enseñanza intenta construir un paralelismo con las prácticas laborales que el día de mañana les tocará enfrentar, donde cada vez se vuelve más necesaria la integración de conocimientos multidisciplinarios para el desarrollo y la concreción de una tarea.

El alcance de la asignatura Diseño de Interiores I es desarrollar una propuesta integral de un escaparate comercial.

# Acerca del Diseño de Interiores y su incumbencia dentro del diseño comercial

El diseño de interiores es una disciplina en donde quienes diseñan han de tener en cuenta que la identidad de las personas se crea a partir de los espacios y objetos que los rodean. Cumplen con una función social ya que crean el entorno en el que una persona vive, trabaja, estudia. El diseño de interiores busca crear espacios confortables y funcionales para el usuario.

Uno de los objetivos principales en el diseño de espacios comerciales es lograr un impacto visual de modo que la persona recuerde el espacio de forma positiva y desee volver.

El diseño de locales comerciales tiene un fin específico, el de vender. El cliente es una empresa, la cual tiene como finalidad vender un producto, es decir, tener en cuenta a qué público apunta la marca, el target, su edad, sexo, clase socioeconómica.

Así se debe construir una transmisión clara del mensaje, pues la marca pone al local como su carta de presentación ante sus potenciales clientes.

A la hora de diseñar un local comercial, lo fundamental es captar la atención de los posibles consumidores. La vidriera es un eslabón esencial, es el primer punto para atraer la atención de los clientes.

Planteado este escenario se vuelve imprescindible la coparticipación y la colaboración de todos los alumnos provenientes de las diferentes carreras que se detallaron anteriormente.

Partiendo de la base que se tiene un grupo tan heterogéneo de alumnos, desde sus formaciones, sus bagajes y sus niveles de capacitación, desde alumnos ingresantes hasta alumnos próximos a culminar sus carreras, es que se decide fomentar el aprendizaje colaborativo, tratando de aprovechar las habilidades y recursos que tiene el otro. Es decir poder lograr que el aula taller se reconozca como un lugar de aprendizaje, en el que todos sus integrantes puedan ayudarse formativamente.

Se entiende al aprendizaje colaborativo cuando dos o más personas intentan aprender algo de manera conjunta, de lograr mancomunadamente una construcción de conocimiento, donde unos aprenden de otros potenciando las habilidades de cada miembro del grupo.

# Propuesta pedagógica

Esta experiencia pedagógica se desarrolla a lo largo de todo el cuatrimestre, en las sucesivas clases, donde se van configurando los perfiles, los intereses particulares de cada estudiante pero se plasma concretamente en el desarrollo del Proyecto Integrador, que engloba todos los requerimientos y los objetivos de la cursada.

Se presentan tres trabajos prácticos a lo largo del cuatrimestre, el primero es un trabajo de análisis, relevamiento, observación y representación de escaparates ubicados en la vía pública. El segundo trabajo es el análisis de marca, una marca ya conocida, ya establecida en el mercado, analizando su filosofía, público, publicidad de la misma, líneas de producción, para finalizar con el último trabajo práctico, es decir el Proyecto Integrador donde se realiza el diseño y la representación de un escaparate.

Donde se presentarán propuestas de diseño sobre un espacio de vidriera perteneciente a un local comercial. Se buscará la aplicación de conceptos e ideas sobre el diseño y se valorará el aspecto creativo manifestado en las propuestas.

El trabajo práctico se divide en varios puntos y es aquí donde el aprendizaje colaborativo empieza a cobrar sentido. Ya que según se vayan desarrollando los diferentes ítems a lo largo de las ocho semanas aproximadamente que se disponen para el desarrollo del mismo, cada alumno va a adquirir un rol significativo.

Es importante destacar que el producto que vayan a mostrar en ese escaparate en la mayoría de los casos suele ser del interés del alumno, pudiendo también indagar en algo no conocido por él, tomándolo como un verdadero desafío o bien si ha desarrollado en otras asignaturas algún proyecto personal, tiene aquí la posibilidad de continuar y perfeccionar el mismo.

Al pasar a explicar cuáles son los requerimientos del trabajo, es importante aclarar que aquellos relacionados al tema y al producto a comercializar, involucra transversalmente a todos los integrantes del grupo.

Cuando se desarrolla el contexto del escaparate, es decir su posible ubicación ya sea en la vía pública o dentro de un shopping comercial, el tema, es decir la idea de partido del escaparate, la definición de los limites, es decir si el escaparate es abierto, cerrado, semi cerrado y la concreción de esa idea en planos se hará especial hincapié en los aportes de los alumnos cursantes de la carrera de Diseño de Interiores ya que cuentan con una metodología integral de resolución de los diversos espacios combinando soluciones funcionales, estéticas, comunicacionales y tecnológicas.

A continuación de esto se propone al grupo la creación del nombre de la marca, cartelería, resolución de isotipo y logotipo. Filosofía del producto. Así un alumno que esté cursando sus últimos años en Comunicación Audiovisual aportará su conocimiento a la hora de poder transmitir mejor la idea y el concepto de marca, ayudar a que otros alumnos logren ese nivel de comunicación, ya que su carrera le permite la dirección de toda clase de proyectos audiovisuales para canales, productoras, agencias de publicidad.

Una vez definida esa etapa se piensa en el público al cual se apunta y la promoción en redes sociales, vía pública. Así aquellos alumnos que se encuentren cursando la carrera de Producción de Moda podrán potenciar en la cursada el aspecto más importante, el fin último de ese escaparate que es vender, atraer al cliente, fomentando esa comunicación, las ventas y la relación que hay entre diseñador, marca y empresa con su público y consumidores.

De lo que se trata es crear un escaparate que sugiera, asombre, impacte visualmente que llame la atención y que por fin se produzca el intercambio entre cliente y empresa, siendo el fin último vender el producto que allí se está ofreciendo.

Una vez culminada esa etapa se deberá definir la composición del escaparate. Temas como punto, línea, plano, volumen. Criterios de composición, unidad, armonía, equilibrio, punto focal, color. Y es aquí donde el cursante de la carrera de Diseño Gráfico aportará su entendimiento a la clase, ya que son ellos quienes tienen un dominio integral del diseño, de la imagen, con un amplio conocimiento en campañas publicitarias así como también en comunicación digital.

A la hora de definir cuáles serán los accesorios, es decir, los elementos que le sirven de apoyo al producto, los materiales utilizados y su justificación tanto para el frente, los laterales, el piso y el techo del escaparate, el alumno que esté cursando Diseño Industrial sabrá aportar ideas de confección de accesorios, montajes, teniendo una idea más acertada del manejo y del comportamiento de diferentes materiales, ya que son alumnos que poseen una mirada y una metodología innovadora capaces de resolver todo tipo de productos aportándole soluciones funcionales, estéticas y tecnológicas.

Así cuando esté perfectamente pensada cada una de las partes que componen este trabajo, se tendrán que vincular montándolas en el escaparate comercial. En esta instancia tendrá mayor relevancia el aporte de un alumno de Diseño de Indumentaria y Textil quien brindará sus conocimientos acerca del mercado y del producto, poseerá ideas vinculadas al marketing, a la imagen, a su comunicación en las redes sociales, ideas que se ven en la cursada haciendo especial hincapié en la figura del Visual Merchandising, herramienta que vincula el producto con la estrategia de venta del mismo.

Hay muchas cosas que no somos capaces de aprender individualmente y si se puede conseguir de forma más efectiva si todos aportan sus conocimientos.

Se trata entonces de fomentar la existencia de una tarea común, en este caso, el diseño de un escaparate, para todos los implicados en el proceso de aprendizaje, los alumnos.

Todo este aporte de conocimiento se realiza simultáneamente con el dictado de módulos teóricos por parte del docente como apoyatura a los temas que hacen al diseño de escaparates comerciales.

# Estrategias para llevar a cabo este aprendizaje

Este aporte de contenidos intrínsecos a cada estudiante se da en la clase de diversas maneras. Existen varias estrategias para lograr esta transmisión de conocimiento, algunas de ellas se detallan a continuación.

# Puestas en común

La metodología detallada más arriba se lleva a cabo a través de las puestas en común constantes que se hacen a lo largo de la cursada, aumentando las habilidades de comunicación, mejorando también la relación entre los diferentes integrantes del grupo.

Lo principal aquí también es lo que se logra, los nuevos conocimientos y aprendizajes de los otros estudiantes como aportantes.

Hay un esfuerzo por parte de todo el grupo para que tanto el propio aprendizaje como el de los otros se potencie, ya que el fin es el cumplimiento de los objetivos descriptos anteriormente.

# Análisis de casos. Justificación de las ideas

El proceso de mayor aprendizaje es cuando un alumno tiene que poder justificar sus ideas frente a sus compañeros, el preguntarse el por qué y el para qué a todo lo que está haciendo. Acerca de la elección de la paleta cromática, materiales utilizados no solo en el interior del escaparate sino en la fachada del local, dispositivos lumínicos, generales y focales, de acento. Los letreros, vinilos, cartelería, tipo de escaparate, si es abierto, cerrado, o una combinación de ambos, hacia el interior del local comercial. Qué tipología están eligiendo para mostrar mejor ese producto y contar así de la mejor manera la historia, en fin todo lo relacionado a la confección del mismo. Todas estas exposiciones y fundamentaciones ayudan a elevar la autoestima del alumno.

Es decir, el desarrollo de la oralidad, el fomento de la misma. Y poder poner en tela de juicio la justificación de una idea por parte de un alumno, poniéndola en crisis, motivando a los demás alumnos al razonamiento.

# Debates de la actualidad.

Se hacen muchos debates en relación a temáticas vinculadas con la actualidad, temáticas que preocupan a los alumnos siendo ellos mismos en muchos casos los que los proponen.

Un ejemplo que se pone sobre la mesa es la campaña que organiza una ONG llamada Pro Infirmis, una organización que defiende los derechos de las personas con discapacidad, que crea una serie de maniquíes tomando como modelo a personas reales que padecen de algún tipo de limitación física. Una iniciativa para generar una mayor inclusión. El título de la campaña lleva a romper con los prejuicios: “Por qué, ¿Quién es perfecto? Acércate”.

Lo que se hace en clase es, una vez presentada la temática del debate, dividir al alumnado en dos grupos, uno que defienda y otro que se oponga al tema escogido, con el fin de generar una discusión y finalmente analizar ambas posturas teniendo en cuenta aspectos positivos y negativos, esto se desarrolla de manera oral.

El aprendizaje colaborativo preparara a un alumno para el desempeño de su vida y esto se logra no solo proporcionando conocimientos, sino desarrollando métodos y estrategias de aprendizaje que le permitan la búsqueda del conocimiento a partir de situaciones problemáticas tomadas del entorno.

# El rol del docente

Se han detallado de qué manera cada integrante del grupo adquiere un rol protagónico y en qué instancia y de qué forma se logra este aprendizaje, a través de las estrategias enunciadas aquí arriba, pero es muy importante el rol que adquiere el docente.

Pasa a tener un rol de mediador, de guía. Este tipo de aprendizaje reduce la dependencia que tienen los alumnos para con el profesor, ya que ante cualquier duda a resolver, una inquietud o un problema, son los compañeros los que ofrecen este tipo de asistencia, tarea que antes era exclusiva del profesor. Con esto se logra el fortalecimiento del grupo. La individualidad queda de lado, ayudando así a estimular el razonamiento.

El profesor deja de ser quien transfiere conocimientos inobjetables, se toma conciencia de que su función es crear las posibilidades para que el alumno produzca y construya el conocimiento. El docente no debe en ningún momento suplantar el pensamiento del alumno. Él solo se convierte en alentador de la actividad intelectual del alumno en el proceso de realización de la actividad. El alumno es el protagonista de su propio aprendizaje.

# Conclusiones

Se puede concluir que lo más valioso es poder evaluar la experiencia, el resultado. La resultante es un trabajo individual que frente a este aprendizaje colaborativo, grupal, de comunidad, se logran trabajos con un sello propio, personal, bien diferentes unos de otros, desde su temática, concepto, composición, producto, manera de mostrarlo, pero surgido todo en base a un trabajo en equipo, en conjunto pero más vinculado con su lugar de interés o zona de exploración. Trabajos de una alta calidad ya que son la consecuencia de una experiencia multidisciplinar.

Un aprendizaje común. Ya que se consigue aprovechar la variedad de experiencias pero permitiendo la evolución del pensamiento individual.

El intercambio de información, las reflexiones grupales, la interacción entre sus miembros, favorece el pensamiento de cada estudiante, le permite confrontar ideas, completarlas, variarlas e incluso llegar a nuevos planteamientos. Es decir, el trabajo del grupo contribuye al desarrollo de cada uno de sus integrantes.

# Referencias bibliográficas

Repositorio Institucional U.C.A. (2016). El aprendizaje colaborativo. Bases teóricas y estrategias aplicables a la enseñanza universitaria. Argentina.

Recuperado de https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/6195

Enseñanza de la Matemática. (1994). Documento curricular del Profesorado de Enseñanza básica. Programa de Transformación de la Formación Docente. Argentina.

Recuperado de https://cdn.educ.ar/dinamico/UnidadHtml get 000db192-88e4-49cf-a014- d708f8e07960/index.html

Pontificia Universidad Javeriana. Aprendizaje cooperativo para la Universidad. Recuperado de https://[www.javeriana.edu.co/prin/sites/default/files/Arango\_J.\_et\_al.\_Aprendizaje\_cooperat](http://www.javeriana.edu.co/prin/sites/default/files/Arango_J._et_al._Aprendizaje_cooperat) ivo\_en\_la\_universidad.pdf

Pro Infirmis. ¨Because who is perfect?¨. (2013). Suiza.

Recuperado de https://[www.youtube.com/watch?v=E8umFV69fNg](http://www.youtube.com/watch?v=E8umFV69fNg)