



Universidad Nacional de Cuyo
Facultad de Artes y Diseño
Secretaría de Investigación y Posgrado
Proyectos Internos 2020-2021

Denominación del Proyecto: “Análisis Sistemático de estrategias de visibilización de la producción de los estudiantes en contexto de carreras de diseño. Su potencialidad como medio de motivación y afiliación estudiantil.”

Directora: Molina Ana - anapaulamolinalopez@gmail.com

Codirector: Gallerani Stefano - stefanogallerani@outlook.com

Resumen:

Este proyecto surge de la detección de deficiencias a la hora de comunicar el trabajo de los estudiantes. Basado en la experiencia desarrollada en Diseño de Producto III, donde se implementó una estrategia de difusión a través de redes sociales, como resultado, se identificó un aumento en la motivación para llevar a cabo y mostrar los proyectos entre los estudiantes. Analizar propuestas de visibilidad y requisitos para la presentación del trabajo de los estudiantes sobre diseño industrial, además de conocer la opinión de los estudiantes sobre esta problemática, permite determinar estrategias de visibilidad y los parámetros básicos de presentación y formación necesaria para lograrlos.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Estado actual de conocimientos sobre el tema.

La motivación, es el deseo que energiza y dirige el comportamiento hacia un objetivo o meta dada (Kleinginna y Kleinginna, 1981). Según Pintrich, (1994) la motivación es un elemento esencial para entender el rendimiento académico en el ámbito universitario. Existen diversas teorías sobre la motivación basadas en las necesidades del individuo. Dentro de las teorías humanísticas, una de las más aceptadas es la propuesta por Abraham Maslow (1943, 1954). Quien propone una escala de las necesidades humanas que se dividen en necesidades primarias y de orden superior. Según Anaya-Durand (2010), a primera vista parece lógico trabajar con las necesidades de orden superior: cognitivas, de autoaprendizaje y de trascendencia, ya que estas están directamente relacionadas con el ámbito académico. Sin embargo, la autora destaca la importancia de considerar las necesidades primarias de los alumnos (seguridad, afiliación, reconocimiento), ya que estas muchas veces no se encuentran satisfechas y es por eso que requieren de motivación extrínseca para continuar con sus estudios. Algunas de estas necesidades pueden ser satisfechas, como desarrollaremos a continuación, por estrategias de comunicación y divulgación.

En este marco, en el ámbito internacional Montaya y Duque (2018) a través de encuestas



determinaron el interés de los estudiantes en la difusión de sus trabajos no solo a la comunidad educativa sino también en el ámbito profesional. Miralles et al. (2015) en la carrera de ingeniería en diseño industrial y desarrollo de producto de la universidad de Jaume (España) generaron actividades como conferencias y workshops, invitando a profesionales del área a compartir sus experiencias laborales, a la vez que se realizaron exhibiciones de los trabajos de los estudiantes e incentivaron a los alumnos a participar de concursos con empresas locales. A partir de estas experiencias se formularon encuestas donde los resultados destacan la importancia para los estudiantes del desarrollo de estas actividades, donde sus trabajos se ven expuesto fuera del aula. Y generan lazos de interacción con el medio. Verduzco y Gil (2016) también afirman la importancia que tiene para los alumnos el saber que su trabajo trasciende las fronteras del aula. Además, destacan las competencias que los estudiantes adquieren, de manera informal, a la hora de desarrollar contenido para la difusión de su trabajo.

En el ámbito nacional, la Facultad de Arte, Diseño y Urbanismo de la UBA, consta con redes sociales individuales en todas sus cátedras (Sanguinetti, C. 2020; Naso, C. 2020). La Universidad de Palermo por otro lado optó por blogs para cada cátedra, además cuenta con una galería de diseños premiados. La Universidad de La Plata tiene una galería institucional dentro de su página web, pero no para la carrera de Diseño Industrial.