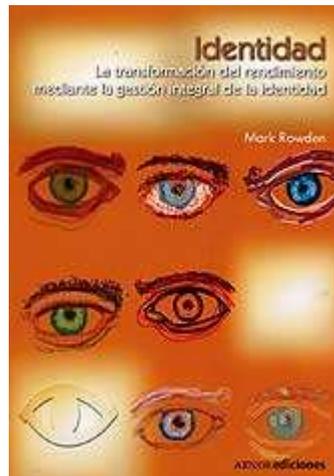


Aprendizaje basado en proyectos y transformación de la identidad



Lorena de la Paz Carrete Lucero
Profesora de profesional
ITESM Campus Toluca

Objetivos de la presentación

Compartir una reflexión sobre si la participación de los estudiantes en los proyectos de campos ha dado lugar a transformación alguna en su identidad, de acuerdo a lo sugerido por E. Wenger (1998) en su propuesta sobre las Comunidades de Práctica.

¿Qué es la
transformación de
la identidad?



La transformación de la identidad resulta de un proceso social, en el sentido de que se desarrolla y se modifica en la interacción cotidiana con los otros.

*Nuestra identidad determina con quien interactuaremos en una actividad compartida de conocimiento, y en ese espíritu, la transformación de la identidad es definida como el **aprendizaje** resultante (Wenger , 1998).*

Área de conocimiento donde opera la transformación del estudiante

Mercadotecnia

Los proyectos representan la gran oportunidad de poder atender y aportar soluciones viables a problemas muy puntuales, además de generar *expertise* en la aplicación de conceptos y teorías.

Pero además del impacto positivo de los proyectos de campo, en el desarrollo de conocimientos y competencias propias de la disciplina en cuestión, es la gran oportunidad para cambiar formas de pensar, de hacer las cosas, y más aún, de ser de la persona.

Indagación sobre la transformación del alumno de Mercadotecnia

Se les pidió a los estudiantes reflexionar sobre todo el proceso del proyecto de campo en el cual estuvieron involucrados, de las actividades y conocimientos manejados, de la interrelación con sus compañeros en el trabajo en equipo, de su interacción con la empresa y de su sentir con el tema de análisis. Se les pidió específicamente observarse e indicar si lo anterior había modificado su forma de hacer las cosas, de pensar (en general), de trabajar, y de ser como personas. En pocas palabras, si el proyecto desarrollado había modificado de alguna manera su cultura personal.

Marco en el cual se ubican los testimonios

De 60 testimonios de los alumnos de las Licenciaturas en Mercadotecnia y Administración del ITESM Campus Toluca, que cursaron las materias de *Seminario de Mercadotecnia, Inteligencia de Mercados, Investigación Cualitativa de Mercados y Mercadotecnia* entre Negocios, en el semestre académico enero-mayo de 2009, a continuación se presentan algunos de ellos que representan el pensar y sentir del total de testimonios.

Transformación en la manera de hacer y de analizar las cosas

“Creo que un aspecto importante que aprendí a lo largo del curso es el significado de hacer las cosas a conciencia y con pasión y el impacto que esto tiene en nuestra formación como profesionistas... Cambió mi forma de pensar y de ser porque ahora me exijo más a mi misma para hacer las cosas.”

“Más que modificar mi manera de hacer las cosas, ha cambiado mi perspectiva o visión de la manera de cómo debo de hacer las cosas para encontrar mejores resultados... Aprender conocimientos es diferente a hacer bien las cosas. Considero que si se cambia la forma de hacer las cosas, se cambia la mentalidad y por consiguiente la manera de trabajar”.

Conti...

“Primero que nada (desarrollé) confianza, ya que en muchas ocasiones dependimos no solo de los integrantes de nuestro equipo, sino de otros equipos por lo que teníamos que confiar en que entregarían su parte. Otro aspecto fue la responsabilidad, pues debíamos entregar el trabajo asignado para no afectar a los demás...”

“Me transformó en el hecho de trabajar de forma colaborativa ya que así trabajaremos en la vida real y es sumamente importante que aprendamos a manejar ciertas situaciones, aprender a liderar y a ser liderados, a valorar lo que hace el resto del equipo y saber designar tareas...”

Transformación en la manera de ser del alumno

“El proyecto del consumo ecológico me puso a reflexionar sobre las actividades que hacemos para mejorar nuestro entorno. Desafortunadamente los mexicanos tenemos la teoría pero no la práctica, ..., sin embargo lo que yo logré modificar, junto con mi familia, es nuestra forma de actuar (ante este tema).

“... El hecho de hacer la investigación sobre consumo ecológico si cambió la forma en que yo compraba ya que ahora no compro solo por comprar sino que leo etiquetas y busco que no sean tan dañinos para el medio ambiente...”

Conti...

“El proyecto me hecho más responsable y mejor hecho ya que mis equipos están conformados por personas exigentes y trabajadoras; además me ayudó a ver un lado de la mercadotecnia que no conocía y que me agrada mucho. Me ha vuelto una persona más tolerante y considerada. Tolerante porque a veces al encuestar uno no recibe el trato que uno espera o hay personas difíciles de llevar, y considerando, porque ya me da más por apoyar o hacer caso a los entrevistadores.”

Conclusiones

- la transformación de la identidad se observa más en la forma de hacer las cosas que en la manera de ser.
- No obstante, una gran parte de los estudiantes vincula la transformación en la forma de hacer las cosas con su manera de ser.

Conclusiones

De los principales hallazgos en relación con la transformación de la identidad se tienen:

- la forma de ver la materia después de la experiencia con el proyecto,
- el mejoramiento del trabajo en equipo,
- la importancia de la responsabilidad con el rol asignado,
- el desarrollo de confianza y tolerancia con los otros,
- la manera de organizarse,
- el ser más éticos,
- el desarrollar un comportamiento ecológico, entre otros.

Inquietudes pendientes

Aunque los testimonios expresados en este trabajo ponen en evidencia que efectivamente el estudiante se transforma de alguna u otra manera a partir de la realización del proyecto de campo, quedan todavía muchos vacíos respecto de:

- cómo se va estructurando esa transformación,
- de si la transformación se da solo a nivel de la teoría o alcanza el nivel de la práctica,
- de si es posible impactar de manera más decisiva a nivel de la transformación del ser,
- y de ser esto posible, qué tendría que contener el diseño de un proyecto de campo para impactar de manera más decisiva este nivel de identidad del individuo.