

CUADERNOS DEL CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN **ECONOMÍA CREATIVA (CIEC)**

Gestión de Proyectos: el Reality Programa creado por Otto Poncelis para CENTRO

centro.

Dirección general

Kerstin Scheuch

Subdirección académica

Gabriela Traverso

Coordinación editorial

Karla Paniagua

Asesor de Diseño

Uzyel Karp

Edición

Vania Policanti

Coordinación y diseño editorial

Ana Paulina Ríos

ISSN 2448-8054

CUADERNOS DEL CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN ECONOMÍA CREATIVA (CIEC), Año 5. núm. 48, abril 2017, editada por Centro de Diseño y Comunicación S.C., con domicilio en Av. Constituyentes 455, Colonia América, Delegación Miguel Hidalgo, C.P. 11820, Ciudad de México, T. (55) 2789 9000, centro.edu.mx, http://www3.centro.edu.mx/cuadernos_investigacion/ Editor Responsable: Karla Paniagua Ramírez, Centro de Diseño y Comunicación S.C., Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No. 04-2016-052014385000-203, ISSN: 2448-8054, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor; persona responsable de la última actualización de esta publicación: Karla Paniagua Ramírez a través del Centro de Investigación en Economía Creativa de Centro de Diseño y Comunicación, S.C. con domicilio en el antes indicado, fecha de última modificación 05 abril de 2017. El contenido y las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación. Se autoriza cualquier reproducción parcial o total de los contenidos o imágenes de la publicación, siempre y cuando sea sin fines de lucro o para usos estrictamente académicos, citando invariablemente la fuente sin alteración del contenido y dando los créditos autorales.

centro.edu.mx/ciec

Gestión de Proyectos: el Reality

Otto es creador de narrativas y estrategias. En su trayectoria como estratega publicitario, como consultor independiente y profesor universitario siempre ha buscado la forma de llevar a las marcas y los negocios hacia el futuro; cambiar los paradigmas de las industrias, retar los modelos de negocio y crear nuevas expresiones culturales que adopte el consumidor.

Fiel creyente de que el mundo está construido a través de narrativas que nos dan tranquilidad, orden y sentido, apasionado por las narrativas, reales o ficticias, siempre busca diseñar experiencias que transgredan las capas más superficiales del usuario y busquen retar los conceptos tradicionales y las sensaciones más básicas.

Otto es un agente de provocación en esta era en que la subjetividad ha extendido sus tentáculos, convencido de que “la única forma de sobrevivir a esta nueva postmodernidad es mutar, adaptarnos a la velocidad y tener la capacidad de abrir la mente para simplificar todo el caos en una poderosa singularidad”.

La clase de gestión de proyectos fue un curso que empezó en el febrero 2018. Duró ocho semanas. Aunque existía antes este curso, el profesor que le antelaba, [Otto Poncelis](#), lo tomó como oportunidad de crear un experimento social. Este experimento aplicó la teoría de la narrativa lúdica en una materia específica (la gestión de proyectos) y en un ambiente controlado (la clase). Así se creó la idea del curso como una serie televisada en formato de Reality Show. Cada clase era un episodio y el curso entero se podía ver como una temporada.



Locaciones en CENTRO. Foto | CENTRO

¿Por qué se decidió hacer un reality show en vez de una clase universitaria tradicional? Cuando Poncelis fue invitado por el director de la carrera de [Comunicación y Mercadotecnia](#) de CENTRO, Miguel Torres, notó las quejas generales en el mundo académico a nivel universitario respecto a la falta de atención y de responsabilidad por parte de los estudiantes. Esta indignidad hacia los estudiantes que ya no desean seguir las dinámicas culturales tradicionales le llevó a preguntar si este cambio era una [barbaridad](#) (parafraseando a [Alessandro Baricco](#)) o solamente una expresión de los tiempos en que vivimos.

Poncelis eligió asumir la segunda posición, lo cual planteó la pregunta “¿qué llevó a este cambio cultural?”. Con esta pregunta no se pretendía hacer un juicio respecto a si este cambio es algo positivo o negativo para las generaciones futuras, sino reflexionar y retratar el presente y sus nuevos mecanismos de interés en los jóvenes.

Estos dos componentes son consecuencia del internet cuya penetración causa la proliferación de una cultura global, los medios de comunicación y una relación con el tiempo, que estaba yendo más rápidamente con cada avance tecnológico. Estos dos pilares de velocidad y entretenimiento han conquistado diversas dimensiones de la producción cultural y las narrativas

Nuestra modificación
del comportamiento social
y de los conceptos
de vida ahora están
basados en la velocidad
y el entretenimiento.

sociales. La televisión, el internet y las narrativas de las empresas generan discursos temporales y lúdicos que conectan con las emociones de las personas, causando que se identifiquen con ciertas marcas, productos o preferencias culturales.

Esta nueva generación está acostumbrada a una forma más rápida y horizontal (más extensa que profunda) de procesar información; se encuentra enfrentada con un modelo educativo que data de los años 50. En este modelo de proceso de información más vertical (de más profundidad que extensión) el profesor es el transmisor de conocimientos y los estudiantes deben absorber esta información preparada y presentar sus propia capacidad de aprender y entender lo que les van enseñando sin necesariamente interactuar con ellas, de una forma más independiente y crítico.

Como consecuencia de ello, se ha evidenciado el desfase que existe entre los intereses de los estudiantes que provienen de estos cambios culturales y sociales, y los actuales modelos educativos.

Poncelis identificó tres dimensiones que convierten el modelo educativo tradicional en poco eficiente y resolutivo, para lograr su cometido:

- 1 Se considera que el profesor es el dueño absoluto del conocimiento.
- 2 Es responsabilidad del alumno mantenerse interesado por el aprendizaje y por la clase.
- 3 Los temas en la clase buscan la especialización y no se abren a otras disciplinas.

Cada dimensión acumula una falta de transmisión de saberes, en un modelo cuyos principios e ideales ya no impactan a sus estudiantes, por su forma de procesar la información o por obviar los talentos que los estudiantes no pueden aplicar en el mundo real. El estudiante no solo pierde un interés legítimo en la forma en como la escuela está transfiriendo el conocimiento, sino que convierten al sistema educativo en un freno para el potencial hiper-textual, multi-dimensional y multi-referencial de los jóvenes. Eso les hace poco participativos y poco preparados para una economía emocional, veloz y en constante cambio.

El sistema educativo no sabe cómo reconciliarse con la creciente necesidad de una aplicación más espontánea y emocional de conocimientos. No obstante, los estudiantes también deben ser capaces de reflejar su talento y sus conocimientos de una manera justa y crítica sobre su contexto cultural actual. En la nueva forma de enseñar y aprender que implementó Poncelis, se trata de enfocarse en la naturaleza inseparable de la realidad actual con la realidad virtual para las generaciones a las que pertenecen los estudiantes.

Hoy más que nunca, la universidad tiene que ser un reflejo de los modelos de producción, pensamiento y comportamiento de la sociedad actual. Se debe abordar desde una perspectiva y un análisis críticos, no dependientes, por complejo y exótico que nos parezca. Este nuevo pensamiento es de suma importancia porque los estudiantes, recién graduados, se enfrentan a modelos de generación de negocios, narrativas sociales, problemas personales y dilemas creativos, que la escuela nunca tomó en cuenta y para los que nunca les dio un marco conceptual que permita a los estudiantes moldearlo o ser capaces de encontrar su propio rol.

La clase de gestión de proyectos que ha implementado Poncelis, utiliza el concepto de la narrativa lúdica. Este concepto toma la forma y estructura de un reality show en el que los estudiantes deben equilibrar un personaje ficticio, manejar su rol virtual y aplicar sus conocimientos de una forma instintiva y espontánea. La razón por la que se hace un reality show no es solamente porque replica la realidad a la que se enfrentan los alumnos cuando salen de la universidad: a pesar de que a fin de cuentas un reality es una documentación de la realidad, hoy en día somos una sociedad emocional y una sociedad emocional necesita intercambios emocionales para actuar, comprometerse y progresar. La forma en que se cuentan las ideas, los eventos o las teorías tiene más valor que la acción misma; la narrativa nos arropa y no podemos evitarla en nuestras realidades actuales.

Cuando una narrativa es lúdica, eso significa que es circunscrita por el juego y la ficción de una forma empática y emocional. Esta actitud hacia situaciones e informaciones permiten a los participantes percibir la realidad de forma más espontánea y original. Es decir, la ficción (el Reality y los papeles ficticios de los estudiantes) da más relevancia y posibilidades a la realidad (los conocimientos aprendidos en la clase). La narrativa lúdica causa en los estudiantes

La ficción (el Reality y los papeles ficticios de los estudiantes) da más relevancia y posibilidades a la realidad (los conocimientos aprendidos en la clase).



Locaciones en CENTRO. Foto | CENTRO

el sentirse más conectados con la realidad actual de la clase, ya que deben interactuar con su ambiente —la audiencia real y la virtual. Contrario a la estructura tradicional de una clase universitaria, la dinámica de esta innovadora clase reposa sobre los estudiantes, lo cual les implica esforzarse para ser constantemente más responsivos, responsables e independientes, porque su personaje ficticio y su performance siempre son juzgados por los otros.

El meta-relato de los estudiantes como “Trend-Hunters” crea dos territorios relativos que se presentan en la clase: el relato que se focaliza sobre el método de búsqueda académica de los “Trend-Hunters”, su eficiencia y su progreso, y el relato real que se enfoca en la creatividad, la originalidad y la innovación de cada participante. La máscara de un personaje inventado por una narrativa lúdica crea un deseo muy fuerte en el participante de hacer un performance de muy alta calidad porque esta máscara está expuesta a potencialmente miles de personas.

El deseo de tener su personaje ficticio amado o admirado por una audiencia invisible en las redes sociales (tras el reality) además de la audiencia real en la clase, refleja la experiencia dia-

ria de los estudiantes afuera de la clase; el balance entre el escenario real y el virtual requiere una disciplina y una creatividad que está manejada con gran eficacia. Del mismo modo, el profesor debe mantener este equilibrio entre las dos narrativas para que, como cualquier otro estudiante, mantenga un balance entre lo ficticio y lo real. No se puede perder uno por el otro, sino que la clase debe reflejar perfectamente cómo la gente de la misma generación de los estudiantes maneja estas dos narrativas en su vida diaria. Son dos narrativas que son separadas pero nunca pueden existir de forma independiente.

¿Cómo se mantiene este equilibrio? El primer trabajo del profesor es distribuir el trabajo con el propósito de mantener a cada participante en los dos planos narrativos. En una clase de alrededor de 20 alumnos, 14 participan en el experimento y 6 son encargados de la grabación y la producción. Los 14 participantes son organizados en 7 duplas a quienes se distribuyen temas que deben investigar, aplicar a su vida y experimentar en carne propia. Esta investigación es documentada por los participantes mismos en *stories* de Instagram. Asimismo, los participantes son parte de la narrativa lúdica del reality pero su performance y creatividad siempre son monitoreados por ellos mismos, iniciando una forma de aprender auto-reflexiva, lo que anima a los participantes a evaluar constantemente su performance y desear mejorarlo.

Las clases se estructuran en dos partes: la teoría y la práctica. La teoría expone conceptos y los temas como propuestas de valor, tono de comunicación y narrativa para impactar a una audiencia. En esta parte de la clase se escuchan también las dificultades que han tenido los alumnos con sus proyectos, los retos a lo que se han enfrentado y las áreas de oportunidad detectadas para mejorar tanto la narrativa como el proyecto.

Durante la parte práctica del programa se documentan, mediante cámaras de video, las opiniones de los alumnos sobre la clase, los otros alumnos, sus preferencias y gustos en los conceptos aprendidos, así como ciertas ideas que pueden mejorar sus proyectos.

Esta naturaleza auto-reflexiva y auto-crítica sobre las realidades actual y virtual de los individuos es reforzada por los temas distribuidos por el profesor durante la clase. Estos son:

- 1 La realidad virtual como herramienta de trabajo
- 2 Kindness is the future attitude
- 3 Monocromáticos y make-up free
- 4 Poligamia, amor libre y gender fluid
- 5 Sin redes sociales, sin eco chambers, sin fuentes de información
- 6 El misticismo con única respuesta hacia la inteligencia artificial
- 7 La supresión de la individualidad y el reinado de la opinión pública en la esfera privada

En el programa dirigido por Poncelis, las duplas experimentan con un escenario futuro además de investigar sobre el tema. Deben auto-criticar sus experiencias vividas como personaje ficticio. La documentación de esta investigación puede venir en diversos formatos mediáticos tales como una historia en Instagram, mensajes de Whatsapp, gifs, tuits, mensajes de voz, un video montaje o posts en Facebook. Esta forma de documentación, adicional a los episodios de telerrealidad, se reúnen en una presentación final hecha por los estudiantes mediante la cuenta de la clase Instagram; se hace un takeover además por cada dupla, teniendo su propio canal de historia en Instagram. De esta manera se enriquece poco a poco la presentación, permitiendo a los estudiantes analizar de forma crítica cada entrega de su trabajo y les lleva a ver cada tarea como un paso construyendo su presentación para el final del semestre.

En dicha forma tradicional de enseñanza, el estudiante cumple sus tareas desde una visión limitada a lo inmediato. En cambio, con la narrativa lúdica, el estudiante percibe cada tarea como una etapa de un gran proyecto, lo cual les implica valorar su trabajo y visionar mucho más adelante. La narrativa debe ser no solo con el propósito de crear una narrativa completa sino que también tiene una relación con el tiempo. Los estudiantes deben proyectarse hacia el futuro y trabajar en un periodo definido para lograr una narrativa con éxito. No solo deben manejar su propia relación con el tiempo, sino también la de la audiencia, si quieren mantenerla interesada en la narrativa de sus personajes ficticios y sus proyectos.

Esta forma de enseñanza requiere mucho más de sus estudiantes que el formato tradicional en que el profesor es el único con una perspectiva suprema del trabajo del estudiante durante todo el semestre.

Las historias de Instagram son un buen ejemplo: la documentación de la investigación se hace durante un tiempo propio al estudiante pero la información compartida sobre este tiempo es difundida sobre un tiempo relevante para la audiencia. Semanas de investigación están comprimidas en una “Insta story” de 1 minuto máximo. Semejante a ello, las conclusiones de los estudiantes se limitan a seis paneles de información en la galería de Instagram que tiene cada dupla.

Esta forma de pensamiento se acerca más a la realidad del ambiente profesional. Gracias a esta técnica los estudiantes deben aplicar los conocimientos recientemente adquiridos para crear la mejor narrativa que sea posible. En vez de aprenderlo del profesor, lo van aprendiendo de las otras duplas. Así se forma un sistema de aprendizaje constante porque los estudiantes deben analizar el feedback de las audiencias y determinar por su propia cuenta cuáles son los factores determinantes de una buena historia.

Cada clase se entrega a los estudiantes una hoja con preguntas de formato semejante a un examen. Estas preguntas son:

- A** ¿Cómo te has organizado para hacer el proyecto?
- B** ¿Qué recursos has empleado?
- C** ¿Cuál es el objetivo de esta semana?
- D** ¿Cuáles son los aprendizajes de la semana?
- E** ¿Cuáles son los elementos que están aportando valor a la audiencia?

Las preguntas se responden mediante entrevistas filmadas estilo confesionario de los realities, lo cual ofrece una respuesta supuestamente espontánea desde los estudiantes. Al final de cada capítulo se reúnen todas las entrevistas y se presenta cómo el alumno ha ido aprendiendo conceptos de gestión de proyectos.

Desde este nuevo formato de enseñanza se califica de forma distinta el aprendizaje del estudiante: en lugar de calificar únicamente el nivel en el que este ha aprendido y entendido el contenido pre-preparado en la clase, se evalúan la profundidad con la que se experimenta



el escenario del futuro, la calidad de reflexiones que se tienen, el diseño original del material subido a Instagram y la investigación sobre el escenario futuro.

El profesor no centraliza el poder de la toma de decisiones respecto al trabajo de los estudiantes. El curso tiene una bitácora donde se registran la personalidad de cada alumno y el número de retroalimentaciones positivas y negativas que cada uno ha tenido por parte de la audiencia.

La narrativa lúdica no solo afecta a los participantes sino también a la audiencia. De esta manera, la audiencia no es solo un observador pasivo sino una parte formativa del proceso de enseñanza de la clase. Cuando un alumno no recibe elogios, se da instrucciones a la audiencia de enaltecer alguna actividad que este haya hecho. Por el contrario, cuando un alumno recibe demasiados elogios, se da instrucciones a la audiencia de ser rudos al opinar respecto a su proyecto.

Así, no solo se forma a los estudiantes sino a la audiencia también. Se enseña a la audiencia cómo juzgar de una forma crítica y precisa los proyectos de gestión. Cuando la audiencia mira a la metanarrativa de la clase, ellos también aprenden a ser más autoreflexivos y a percibir la enseñanza como actividad creativa.

La forma en que ellos evalúan el trabajo de los estudiantes tampoco sigue el modelo académico tradicional. La audiencia valora la creación y eficacia de manejar a la personalidad ficticia de los estudiantes, el carisma de los personajes tras su capacidad a de narrar una historia que les convence y su desarrollo dentro de todo el curso. Las decisiones tomadas por los estudiantes y su aprendizaje siempre fueron entendidas por la audiencia como un juego, un papel perteneciendo al reality show. Paradójicamente, los miembros de la audiencia siempre están apoyando a los participantes a los que identifican como los más sinceros.

En el racional para el curso, las dos primeras palabras que describen al experimento social son “espontáneo” y “autenticidad”, destacando una de las más grandes atracciones de los realities y personalidades consideradas “influencers” en los medios sociales. Estas formas de entretenimiento se han vuelto más y más populares por las reacciones sinceras de los participantes. Semejante a los influencers que se perciben como personas ordinarias quienes interactúan de una forma directa y sincera con su audiencia. La audiencia cree que el inmediato en las narrativas reales o virtuales es un modo de evitar la construcción de narrativas no reales que afectan a nuestra sociedad.

Los estudiantes son expuestos a los mecanismos involucrados en nuestra interacción diaria con la audiencia virtual. Exactamente como las audiencias en las emisiones de telerrealidades, los participantes y miembros de la audiencia real son manipulados por las acciones de individuos seleccionados para ello. El profesor, como el productor de una telerrealidad o los programadores de plataformas sociales, manipula su percepción con informaciones selectivas.

En suma, para cumplir con un performance de alta calidad, los estudiantes deben identificar estos mecanismos de manipulación y usarlos a su favor. No se trata de romper el sistema cultural predominante sino de analizarlo, entenderlo y utilizarlo en beneficio de un aprendizaje y

En un mundo con narrativas y personajes más y más fabricados, se busca generar reacciones sinceras y espontáneas desde los participantes.

un crecimiento propios. Esta rueda de personalidades ficticias, manipulación de información y el deseo de sinceridad, entrenan a los estudiantes a moldear y dimensionar las narrativas sociales de nuestra cultura.

Los resultados del experimento fhan sido muy positivos. El índice de asistencia es de los más altos que ha tenido esta clase en su historia (20 alumnos de diferentes licenciaturas). Los estudiantes estan fascinados por que CENTRO tenga su propio reality show.

Saberse expuestos al juicio de una audiencia real y virtual les hizo abordar los conocimientos adquiridos, de una forma original. Esta necesidad de adaptarse a situaciones imprevistas y el deseo de hacer un performance de alto nivel deriva en revelar talentos que los alumnos no sabían que tenían y otros que saben tener.

Gracias a esto se aprenden de una forma muy satisfactoria los conceptos básicos enseñados en las clases teóricas. La naturaleza autoreflexiva de la forma y la estructura del curso, obtuvo reflexiones profundas sobre la clase y su utilidad en la vida. Ahora los participantes pueden manejar de una forma eficaz y crítica las narrativas de lo real y lo virtual y, al mismo tiempo, están capacitados para aplicar los conocimientos aprendidos, en un contexto real.

centro.

CENTRO
DE INVESTIGACIÓN
EN **ECONOMÍA
CREATIVA**