

EDICIÓN 25

NO TODO ES

TINTA y PÍXEL

1 Cuatrimestre 2019



ISSN: 2215-5376



CRÉDITOS

EDICIÓN **25** REVISTA ACADÉMICA DE LA ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN

EDITOR

Jonathan Monge Araya

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Elena Matus Batres
Judith Varela Jiménez

SUPERVISIÓN DE DISEÑO

Esteban Solano Umaña

PORTADA

Valeria Segura Pérez
Kevin Cordero Segura

FOTOGRAFÍA PORTADA

Yendry Guadamuz Rojas
Valeria Segura Pérez
Esteban Solano Umaña

CONTRAPORTADA

Valeria Segura Pérez
Kevin Cordero Segura

FOTOGRAFÍA CONTRAPORTADA

Valeria Segura Pérez
Paula Somarriba Chaves
Valery García Fallas
Kevin Cordero Segura
Enmanuel Ulate Sánchez
Yendry Guadamuz Rojas

ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN

Jonathan Monge Araya

I CUATRIMESTRE

Universidad Americana

CLÁUSULA DE RESPONSABILIDAD

Las publicaciones que se realicen en la revista Volados no obedecen necesariamente a la línea de pensamiento o investigación de la revista o de la Universidad Americana, por lo que la responsabilidad de su contenido es exclusiva del autor. Esta revista es un espacio para divulgar algunos proyectos de los estudiantes de la Escuela de Diseño y Comunicación de esta universidad. Se publican solo los ejemplos más representativos de un cuatrimestre.

El uso ilegal e indebido de su contenido será responsabilidad exclusiva de quien lo realice.

EDITORIAL

En nuestro día a día estamos rodeados de diseño, arte y comunicación. Muchas veces pasamos desapercibidos ante este hecho y es por eso que en diseño y comunicación no todo es tinta y píxel.

El diseño y la comunicación tienen **campos muy variados y desarrollados** que maximizan nuestra cultura y generan un cúmulo de **oportunidades creativas y comerciales** que podemos desarrollar.

Desde el pequeño artesano que tiene un **taller y desarrolla sus productos**, hasta el arte del graffiti o arte visual callejero, que viene de los tiempos desde el antiguo Impero Romano, con sus antiguas inscripciones satíricas conocidas como graffito. Y es que si hablamos de diseño, **estamos bajo un mar de opciones**, desde el diseño arquitectónico, moda, industrial, interactivo por cuanto nos permite proyectar el potencial según donde nos sintamos cómodos para aprovechar al máximo nuestras capacidades creativas y de comunicación, **parte fundamental de todo diseño**.



JONATHAN MONGE ARAYA

DIRECTOR DE ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN

La **importancia socioeconómica del diseño es fundamental**, pues grandes marcas han basado su éxito, entre otros aspectos, en el **diseño de productos y experiencias de usuario**.

Apple es un ejemplo claro de ello, sus productos venden ambas cosas: **diseño y experiencia**; y no es casualidad que sus usuarios sean de los más fieles, que hagan filas durante días afuera de las tiendas para tener **de primeros sus productos**.

Es parte vital que nuestros diseños comuniquen y sean la voz de la marca ya que un **empaque de producto bien desarrollado** da valor al distintivo, rotulación, un mural, incluso el diseño del espacio interior de un punto de venta **influye en las percepciones y actitudes del consumidor**, el posicionamiento y refuerzo de la marca se hace vital. Esto lo entienden las marcas y cada vez invierten más



en el diseño de experiencias, en Costa Rica un buen ejemplo de esta sinergia de diseño arquitectónico, espacios interiores, branding y comunicación es Oxígeno, centro comercial moderno y que busca que sus consumidores vivan una experiencia diferente cuando lo visitan, lleno de vida nocturna y entretenimiento.

Si buscamos en nuestro entorno, encontraremos al artesano del barrio que **con sus propias manos** crea juguetes de madera para mantener la tradición. Todos conocemos alguna persona que desarrolla joyería, el amigo que tiene un estudio de tatuajes, y por medio del arte plasmado sobre la piel, **proyecta los deseos y sueños de sus clientes**. Igualmente la persona que por medio del reciclaje realiza esculturas increíbles, y aquel que por medio de una cámara nos regala imágenes asombrosas.

La generación de procesos creativos es como **esa lluvia de ideas y técnicas** que tenemos a disposición y que en conjunto representan parte de nuestra historia.

Es lo que el autor desea proyectar y transmitir, ya sea de orden personal o comercial, y es por eso que en diseño y comunicación sabemos que **no todo es tinta y píxel**.

Contenidos

07 ARTÍCULOS EDUCATIVOS

23 PROYECTOS DESTACADOS

39 VOLADOS UAM

45 DESDE LA DIRECCIÓN

Artículos

EDUCATIVOS

En **Vola2 edición 25** se explicará, de diferentes maneras, el tema del Diseño **fuera de la impresión y del entorno digital**, se hablará de otros tipos de diseño, como textil o de joyas, entre otros.

Por medio de esta edición, se pretende que los lectores comprendan **la complejidad de la creatividad**, la cual se incrementa cuando varias personas se unen con el fin común de dar forma a un concepto por medio de una idea.

Nuestros profesores, mediante el relato de sus experiencias laborales, demuestran **la importancia del trabajo en equipo**, principalmente en la rama del diseño, la publicidad y la comunicación.

Si es usted profesor de otra Escuela de la Universidad Americana y desea escribir en Vola2, escríbanos a jonathan.monge@uam.cr



EL arte DE LA TINTA EN piel

ANA PIÑERO ALBERTAZZI

Desde tiempos inmemoriales el tatuaje ha sido parte del hombre contando su historia, su pasado, presente, y hasta por qué no, su futuro.

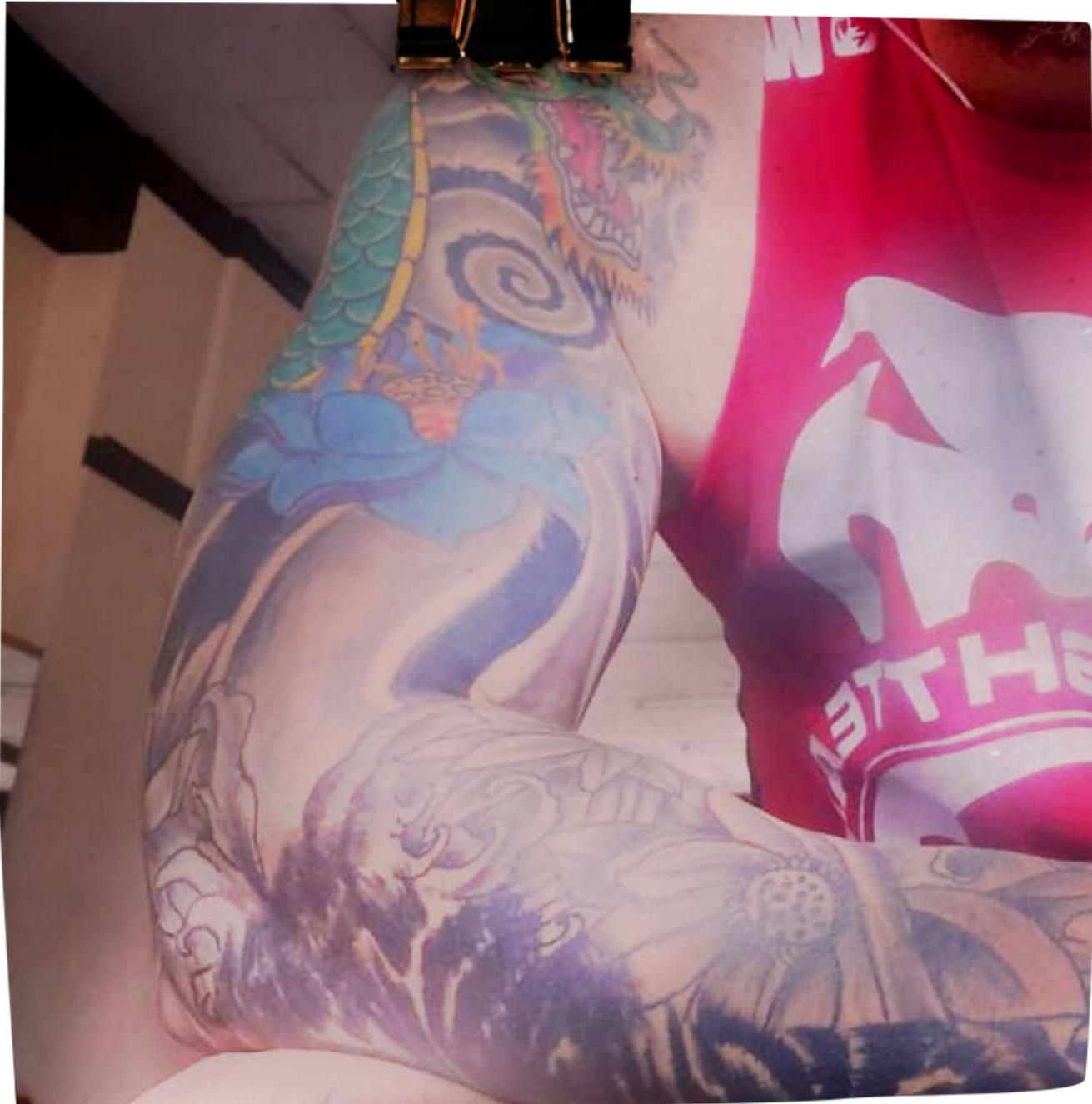
Nunca visto con buenos ojos por las personas nobles y de buenas costumbres, fue **sinónimo de ladrones, asesinos y prostitutas**. Pero los tiempos han cambiado y se ha ido introduciendo cada vez más en el común del pueblo, literalmente se ha quedado en la piel y el alma de muchas personas, y al parecer cada día va ganando centímetro a centímetro terreno en el cotidiano.

Porque no todos los hombres que están tatuados son presos, asesinos y maleantes a destajo, sino que son maestros, abogados o doctores, y las mujeres no son las prostitutas de hace años, sino amas de casa, hábiles cirujanas o futuras arquitectas. **El tatuaje se ha ido desmitificando** para convertirse en una expresión más artística y hasta en un referente visual del alma. Y como los portadores de tatuajes **ya no son la última línea social del pueblo**, también sus creadores han mutado, ya dejaron de ser "el reo de la celda de al lado" para convertirse en profesionales que no solamente son buenos dibujando, sino que se especializan

"No hay tutorial en internet que en minutos enseñe a armonizar todos estos elementos como si fueran una receta de un queque".

en diferentes técnicas y estilos, que brindan asesoría para situarlos en los mejores lugares, usar las formas y combinar los colores idóneos para **satisfacer las almas deseosas de su arte**, y que buscan en sus establecimientos el diseño que represente un todo o la nada, según sea el caso.

El tatuaje como arte **tiene muchas variantes** en lo que se refiere al estilo, cada una de ellas representada por sus formas, los colores que lo caracterizan y la composición en sí de sus elementos. Estas particularidades específicas ayudan a reconocerlos. Tal vez los estilos que han permanecido y desarrollado a través del tiempo serían el tatuaje realista y el acuarela, así como el tribal, vieja escuela, nueva escuela,



gótico y japonés; pero las nuevas tendencias han empezado a mezclar estilos y mostrar variantes que tratan de complacer el gusto de una sociedad en sí más ecléptica.

Entonces el diseño, la conceptualización, la escogencia del color, la tipografía y el grosor de línea, así como el estilo que sea elegido, **cobran preponderancia.**

No hay tutorial en internet que en 20 minutos enseñe a armonizar todos estos elementos como si fueran una receta de un queque; pero **la práctica, la repetición y la corrección** de otros profesionales allanan el terreno y definitivamente hacen que el tatuador / diseñador logre trabajos de mejor calidad.

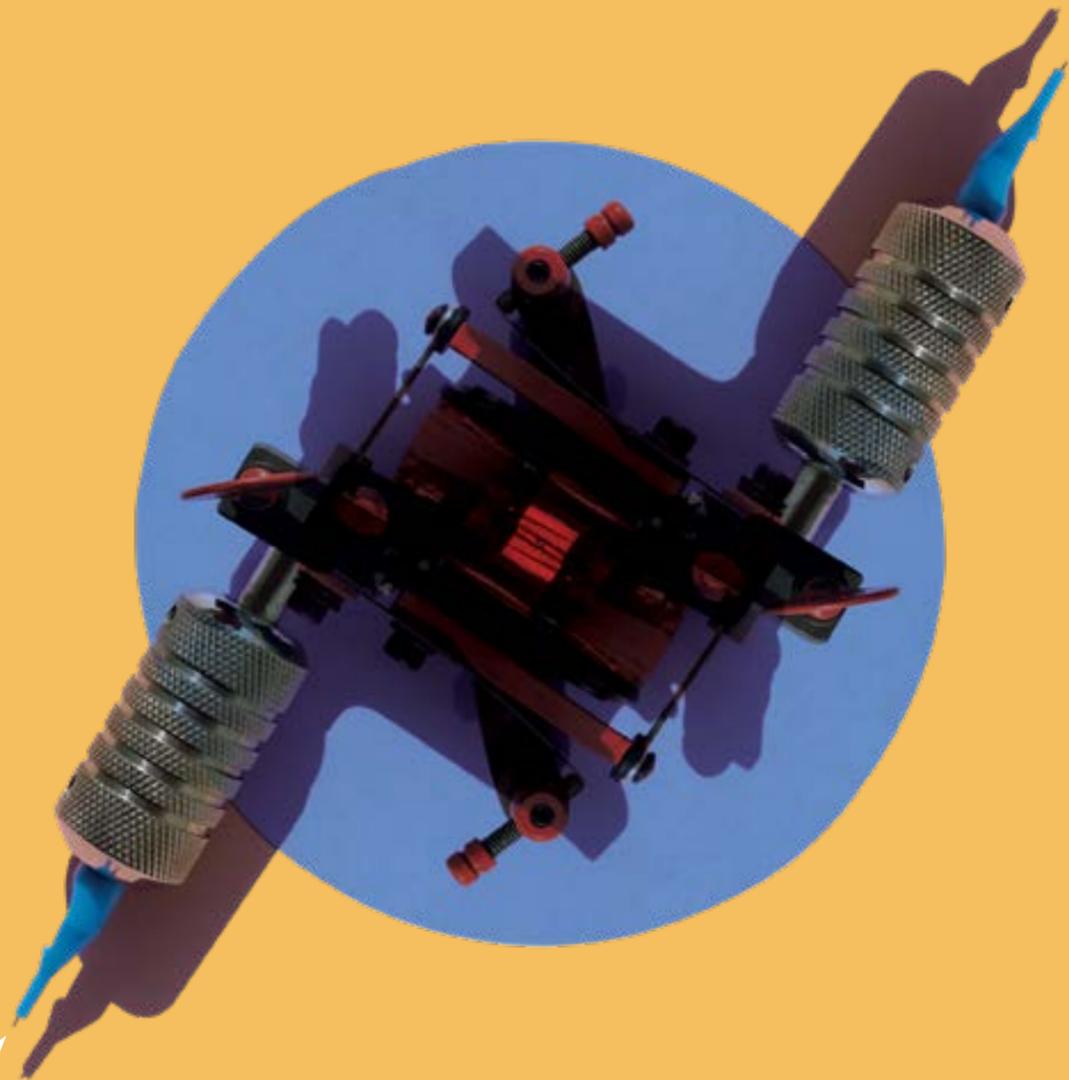
Claro que como cliente final no se toma en cuenta nada de esos aspectos, pues debería ir implícito en lo que ofrece el artista elegido. Quien está del otro lado de la aguja tiene que contar con la experiencia de conocer todos estos elementos y hasta la anatomía humana **ya que recomienda dónde se colocará el tatuaje para que luzca mejor**, que tenga la dimensión correcta y la posición ideal para ser lucido. Todos estos componentes son conceptos los cuales tienen que ser pensados antes de comenzar con el diseño en el estencil.

Pero en lo personal no puedo deshacerme de mi formación profesional y entonces pienso en los que como yo, en algún momento **hemos tomado un lápiz, un mouse o una pluma digital en nuestras manos** y se han tenido que enfrentar a muchos retos de comunicación gráfica. Hemos tenido que

dar a conocer un mensaje específico a un grupo meta, manteniendo las guías de un manual de marca y un análisis de elementos; y aquí se enfrenta de una u otra forma a lo mismo: **básicamente dar a conocer un mensaje que puede ser muy profundo** o muy trivial a su grupo meta formado irónicamente de una sola persona, y además plasmar ese diseño en la piel; pero en este caso lleva algo más crítico que es la **permanencia atemporal del mismo**.

El internet y las redes sociales no han dejado escapar a esta vertiente artística de sus garras y han asumido una cuota de propagación de profesionales, técnicas y diseños, y los clientes o posibles clientes han aprovechado para usar y contactarlos, o lo han usado de inspiración o crítica. La inmediatez que se tiene con estas herramientas hace que los trabajos, como sus creadores, estén a la vista del público en fracciones de segundo de su realización y hasta nos llevan con ellos en el viaje creativo desde el momento de su partida o boceteo, pasando por el drama de las lágrimas y los gritos hasta las sonrisas de felicidad al verlo terminado.

Al final, **un tatuaje es una señal iconográfica con un significado** que deberá ser decodificado por un receptor para dar a conocer un



mensaje el cual puede ser explícito o mantenerse implícito, y partiendo de esa comprensión, dependerá de si el mensaje se transmite o no.

Por ser esto un principio básico en publicidad, afrontamos estos retos de forma muy diferente sin dejar de lado la esencia que es la **COMUNICACIÓN DE UN MENSAJE**. En publicidad contamos, para realizar una campaña, con una serie de estudios, pruebas, análisis y la participación de un equipo que con formación interdisciplinaria crea una estrategia.

En el caso del tatuaje, el artista está solo con el cliente, igual se ha realizado todo un estudio de formas, colores y estilos para comunicar el mensaje y se parte de un concepto, de cómo debería quedar el tatuaje una vez finalizado, pero del concepto puede cambiar mucho desde su inicio hasta que se culmine, y en esta brecha de tiempo que se abre pueden pasar muchas situaciones, y es aquí donde el cliente toma una cuota magistral de confianza y valor dejando que la tinta, el dolor y el placer fluyan. Todo lo anterior para que al final el diseño, arte, concepto, líneas, estudios y confianza **se unan en un mensaje** el cual quede grabado de por vida en un lienzo vivo.



Diseñamos
— NUESTROS —
SUEÑOS

ERICKA MUÑOZ QUIRÓS

Erzengel Arts...
Arte en Moda

Erzengel Arts nació hace más de dos décadas **diseñando y produciendo bisutería personalizada** para nuestra familia y amigos; contando su propia espiritualidad con materiales que relatan nuestra historia por medio de piedras semipreciosas y materiales europeos que se fusionan para dar lo mejor de dos mundos.

Hemos estudiado y admirado detalladamente tanto la belleza de nuestras flores, **así como el arte de donde nacemos como identidad costarricense**, agradeciendo y honrando a nuestros indígenas utilizando sus mismas piedras semipreciosas como el jade y los cuarzos que ellos trabajaron, pues tenemos la dicha de poder encontrarlos hoy.

Por otro lado, también **queremos ser una expresión de moda espiritual** produciendo una línea especializada de bisutería religiosa (a través de medallas únicas con reliquias) que nos permite acercarnos de manera especial a nuestros queridos Santos que admiramos tanto.

El diseño de nuestros sueños expresando **"arte en moda"** nos ha hecho también ayudar a las Pymes desarrollando actualmente proyectos de responsabilidad social que nos permitan dar un legado tangible e intangible cultural.





DE LOS - - - - -
PÍXELES
& LA **TINTA** A LA
MADERA
& EL **color**

GUSTAVO MURILLO CABALLERO

A todos nos pasa alguna vez que reflexionamos acerca de lo que estudiamos, y en diseño es muy común y parece que todos lo hacemos, alguna vez en silencio y de manera individual, y otras, en discusiones acaloradas, pero lo cierto es que trabajar y estudiar en diseño **trae implícita la reflexión como parte del paquete.**

Una de las meditaciones más comunes, y sobre todo en estos tiempos, es el campo de acción del diseño gráfico, y conforme pasan los años es cada vez más complicado definirlo ya que abarca desde un código (para páginas web y otras aplicaciones), hasta disciplinas relacionadas con arte, **abriéndonos una gama de posibilidades**, desde medios digitales hasta técnicas artísticas manuales.

Les voy a contar un poco de mi experiencia que se remonta hasta cuatro de los trabajos que tuve en mi experiencia laboral los cuales marcaron mi vida: **la primera fue la más romántica** haciendo escenografía para el teatro; fue una práctica increíble cargada de emotividad y creación, totalmente artística; nada de medios digitales que eran bastante escasos para ese momento, pues tenía el gran



"El diseño tiene la versatilidad de poder encontrar respuestas en el arte y viceversa."



problema de que las ganancias eran inferiores a lo que necesitaba y quería ponerle remedio a esta situación. Después de un tiempo tuve la suerte de trabajar como animador audiovisual (gracias a mis inquietudes con las computadoras) en un canal de bastante audiencia, y aunque la paga mejoraba, igualmente, **no era lo que andaba buscando**, y no se trataba de estar sentado horas a un escritorio ya que para mover un segundo de animación era bastante tedioso y no era lo mío. Pasado un año se me presentó la oportunidad de ser diseñador y arte finalista en un catálogo de ventas (toda una escuela en materia de impresión). Poco a poco caía en la cuenta de que ninguna de esas tres oportunidades era para lo que realmente me había

formado o por lo menos se acercaba a lo que deseaba de mi vida.

Aquí comienza la cuarta experiencia que tuve para incorporarme al mercado laboral, y fue aquí donde **tomé una de las decisiones más fuertes en mi vida**. Comencé a emprender (situación complicada en este país) primero como freelance, aplicando todo el conocimiento que había adquirido a través de los años desde impresión hasta páginas web, pasando por un poco de animación digital (que en ese momento era muy bien cotizada). Digamos que no podía quejarme de la paga, pero igual, **existía un descontento que no lograba solventar** y poco a poco comencé a dar un giro y a abandonar los medios digitales, dejando la tinta y los píxeles para convertirme en artesano. Era la única opción que nunca había contemplado y de pronto me vi rodeado de juguetes a los cuales cortaba y pintaba a mano aplicando mucho del conocimiento que había adquirido en la universidad en la escuela de artes plásticas. Los diseñaba de una manera muy fluida y los promocionaba en mi página hecha por mí y con diseño gráfico de primera. **Pero ¿Qué estaba ocurriendo?** Fue entonces cuando me percaté de algo que desde ese día traté de comunicarle a mis alumnos y a algunos colegas dado que los problemas de diseño no siempre tienen respuesta en el diseño; el diseño tiene la versatilidad de poder encontrar respuestas en el arte y viceversa, el arte puede encontrar respuestas en el diseño.

Hoy, después de muchos años y más experiencias laborales sobre las que he relatado, me puedo considerar un diseñador completo y un artista feliz con su trabajo; y siempre que puedo invito a quien lo necesite y esté inmerso en este mundo de diseño y arte **a que busque respuestas fuera de su campo**. La única contestación acertada siempre está en el conocimiento y ampliar nuestras fronteras como diseñador o como artista siempre será un recurso válido y enriquecedor.



MURALES

que

embellecen

KARLA VEGA VARGAS

En un país como Costa Rica, donde los estilos de vida, caos vial, el ajetreo por poner check en la mayor cantidad de tareas por realizar en un día, ha hecho que los y las costarricenses no se percaten y disfruten de los diseños que nos rodean en edificios e infraestructuras por donde se transita. Es a partir del 2017 aproximadamente cuando se ha dado un giro en cuanto a cómo embellecer a Costa Rica, con una de las técnicas que desde graffiti, cerámica y pintura se puede también tener una mayor cercanía con el diseño: **los Murales**. Este tipo de iniciativas incentivan a los comercios no solamente para dar una pincelada fresca en renovación de sus fachadas;

sino que **promueven en conjunto al conocimiento de artistas** especializados en el área, que con su talento, embellecen rincones del país dónde dar a conocer otra cara de la zona ofrece mayor apertura de turismo y tránsito en los públicos. Los efectos activadores que el diseño en murales provoca **han permitido una réplica positiva** y de alta demanda en variadas zonas del país, tales como en San José a través de **"Buscando el Gato"**, como la nueva cara del Hotel Presidente,

ubicado en Avenida Central. Esta apuesta, según lo comentó **Mauricio Herrera**, director de San José Lab, la ciudad necesita el arte y el arte genera conexiones en cualquier lugar.

Como todo proyecto, se empieza soltando una línea: esta que apunta hacia una serie de bocetos y propuestas que en un viaje de montaña rusa van transformándose en lo que será el producto final que en el país han encontrado un **escape pasando así del papel al muro**, en el que podrán ser contemplados una y otra vez por los y las transeúntes.

De esta manera, los retratos comunales se vuelven de pronto **en una brocha a la mano** y que ayude a transformar espacios que están marcados por acontecimientos no positivos, **pasando así a ser áreas vivas**, llenas de intensidad y colores, radiando emociones y relatando vivencias que aporten un mayor enamoramiento hacia nuestro hogar:

Costa Rica.



*“La ciudad
necesita el arte
y el arte genera
conexiones en
cualquier lugar.”*

≡ Proyectos ≡ DESTACADOS

Este espacio es un reconocimiento bien merecido de parte de la Dirección de la Escuela.

¡Felicidades, muchachos, por su aporte y calidad académica!

Ustedes hacen grande esta Escuela.

Profesora
KARLA
VEGA VARGAS

Marca

SYLVANIA

Curso

**TEORÍA DE LA
COMUNICACIÓN**

Equipo

Jefferson Cabrera Picado
Julián Calvo Zúñiga
Paola Jiménez Matamoros
Diego Mejía Arce
Rosa Ruiz Obregón
Roger Solano González
María Jesús Ugalde Vargas



OBJETIVO DEL PROYECTO FINAL

Desarrollar un concepto en comunicación de la marca seleccionada, mismo que se reflejara en distintos medios de comunicación.

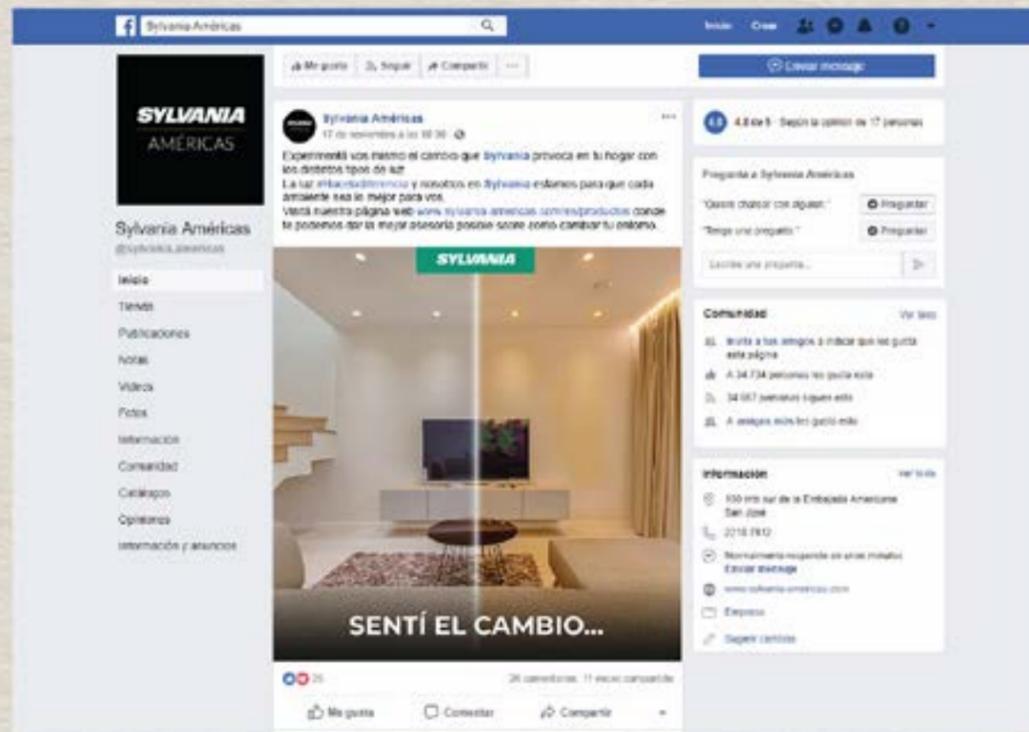




INSIGHTS

LA LUZ HACE LA DIFERENCIA
y
NO MÁS GOLPES NOCTURNOS

Desarrollaron un BTL en el que es un recorrido a ciegas estilo Escape Room.



Profesora
KARLA
VEGA VARGAS

Marca

HACIENDO ALSACIA

Curso

**TEORÍA DE LA
COMUNICACIÓN**

Equipo

Nery Artavia Abarca
Angélica Delgado Salas
Jonathan Jácame Núñez
Candy Padilla López
Alejandra Ríos Jiménez



**OBJETIVO DEL
PROYECTO FINAL**

Desarrollar un concepto en comunicación de la marca seleccionada, mismo que se reflejara en distintos medios de comunicación.





COSTA RICA
HACIENDA ALSACIA
 — STARBUCKS COFFEE FARM —

**VISITÁ HACIENDA ALSACIA
 STARBUCKS COFFEE FARM**

Te esperamos pronto para que re-descubras el café a través de una experiencia totalmente nueva.

La gira incluye un recorrido que tarda cerca de una hora y media y una degustación de café. Allí se explica desde el beneficiado del grano hasta que está servido en la taza.

Aquellos clientes que quieran disfrutar de las notas cítricas de "Hacienda Alsacia", tendrán diferentes alternativas para degustarlo. Este café será el Café del Día, y se podrá pedir en cualquier tienda Starbucks en Costa Rica de manera exclusiva. Asimismo, estará disponible en paquetes de grano entero.

Hacienda Alsacia se encuentra en las laderas del volcán Poás, a menos de una hora de la capital de Costa Rica, San José. La pintoresca finca de café de 240 hectáreas se ha convertido en la sede de la agronomía mundial de Starbucks.



NACIONALES ENTRADA	ESTUDIANTES ENTRADA	EXTRANJEROS ENTRADA
₡8.000 POR PERSONA	₡7.200 POR PERSONA	₡15.300 POR PERSONA

LOS NIÑOS MENORES DE SEIS AÑOS NO PAGAN.



HACIENDA ALSACIA
 HACIENDA ALSACIA
 STARBUCKSCOFFEEFARM.COM

INSIGHTS
 EL AROMA QUE TRANSPORTA



**VIVIRÁS UNA EXPERIENCIA
 DIFERENTE DEL CAFÉ**

Te esperamos pronto para que re-descubras el café a través de una experiencia totalmente nueva.

La gira incluye un recorrido que tarda cerca de una hora y media y una degustación de café. Allí se explica desde el beneficiado del grano hasta que está servido en la taza. Hacienda Alsacia se encuentra en las laderas del volcán Poás, a menos de una hora de la capital de Costa Rica, San José.

2X1 MARTES

HACIENDA ALSACIA
 HACIENDA ALSACIA
 STARBUCKSCOFFEEFARM.COM

Profesora
KARLA
VEGA VARGAS

Marca

TOSTY

Curso

**ESTRATEGIA
PUBLICITARIA**

Equipo

Sergio Borge Torres
Valentina Campos Jiménez
Viviana Cascante Guzmán
Evelyn Santana Brenes
Santiago Zúñiga Delgado



OBJETIVO DEL PROYECTO FINAL

Desarrollar un concepto en comunicación de la marca seleccionada, mismo que se reflejara en distintos medios de comunicación.

INSIGHTS

EL SNACK QUE DA ENERGÍA

Primer producto nutritivo, fit y totalmente saludable de la línea Tosty.

NUEVAS + 

BOLITRONAS



POR SÓLO
₡400

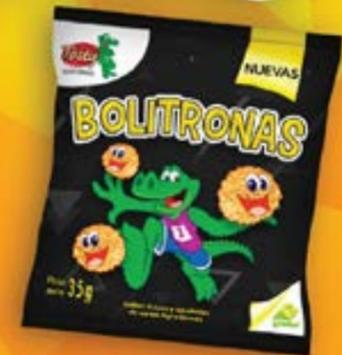
! ACOMPAÑÁLAS CON YOGURT DOS PINOS
PARA UN SABOR VIGORIZANTE !



¿YA TE ENTERASTE DEL NUEVO PRODUCTO TOSTY?

BOLITRONAS

! El snack
que te da
ENERGÍA!





Profesora
KARLA
VEGA VARGAS

Marca

BMW

Curso

ESTRATEGIA
PUBLICITARIA

Equipo

Cindy Sáenz Salazar
Fredy Martínez Vargas
Vivian Martínez Tenorio
Yendry Céspedes Solano

OBJETIVO DEL PROYECTO FINAL

Desarrollar un producto nuevo y un concepto publicitario personalizado para la marca seleccionada.



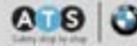
INSIGHTS

SAFETY STEP BY STEP

La creación de una silla tecnológica, didáctica y más segura para infantes de los 0 a los 12 años.



SE APRENDE Y SE COMPARTE



Desde su pequeño mundo también aprende y conduce un BMW.



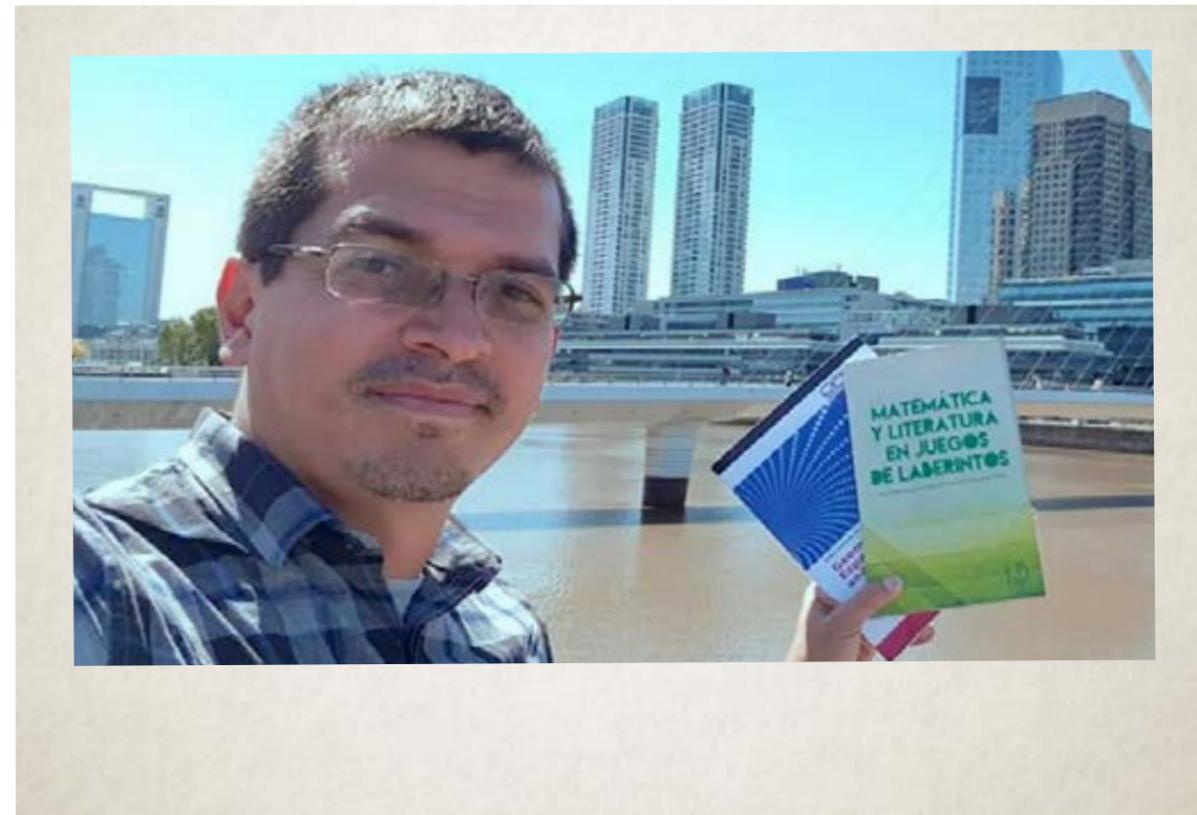
Volados
UAM

UAM SE ENGALANA EN X Congreso Iberoamericano DE EDUCACIÓN CIENTÍFICA

PROF. HECTOR HERNÁNDEZ

*"Cuanto más alto
estamos, más debemos
bajarnos hacia
nuestros inferiores."*

CICERÓN



El docente e investigador de la Universidad Americana, **Edwin Gerardo Acuña Acuña**, ha sido invitado honrosamente para participar en el X Congreso Iberoamericano de Educación- Enseñanza y Aprendizaje de las Ciencias en debate.

La Cátedra EDUCALYC es coordinada por la Universidad de Alcalá, España, e integrada por diversas universidades iberoamericanas, y **organiza cada dos años este Congreso** al cual son invitados académicos, investigadores y docentes de todos los niveles educativos de los países iberoamericanos preocupados por la formación científica de los estudiantes interesados por el quehacer científico.

Para la Universidad Americana, Escuela de Matemática y de Educación; así como para la misma Costa Rica, es un orgullo tener la invitación y la participación del destacado docente Edwin Acuña Acuña **representándonos tan dignamente durante las fechas del 25 al 28 de marzo del 2019** en Uruguay, Montevideo. Nuestro representante lo hace con su ponencia

acerca del "Taller geometría del espacio ilusiones y análisis ópticos: la belleza y la observación de la Geometría del espacio euclidianos y no euclidianos en lo cotidiano".

El profesor Acuña es un inquieto, humilde y silencioso investigador preocupado por el quehacer académico buscando el crecimiento de nuestra Universidad, y por tales razones **se le ha otorgado esta distinguida misión académica** para su honra y crecimiento profesional, así como la UAM, centro de estudios superiores al que se le tributa para que escriba una página más en su historial trascendente, atendiendo al siguiente latinismo: "**Ad augusta per angusta**", pues a los grandes resultados se llega mediante un camino estrecho.

UAM PARTICIPÓ EN EL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN “Metodologías para el Aprendizaje Activo” en las Ciencias Sociales y Humanidades” DEL SINAES

PROF. HECTOR HERNÁNDEZ



JESSICA AGÜERO SÁNCHEZ - ANA VIVIAN FERNÁNDEZ PERAZA - FRANKLIN MAURICIO MELÉNDEZ PIEDRA - EDWIN GERARDO ACUÑA ACUÑA

En este entrenamiento participarán expertos de la Universidad de Harvard y del Massachusetts Institute of Technology (MIT).

La Universidad Americana, participó en el programa de capacitación “Metodologías para el Aprendizaje Activo en las Ciencias Sociales y Humanidades” del Sistema Nacional de Acreditación de la Educación Superior (SINAES). En este entrenamiento participarán expertos de la Universidad de Harvard y del Massachusetts Institute of Technology (MIT).

La Universidad Americana y SINAES han suscrito una importante carta de compromiso en relación con programas de capacitación en metodologías activas para la enseñanza y aprendizaje de las ciencias sociales y humanidades en Universidades de Costa Rica. Este compromiso constituye una valiosa visión sobre la educación moderna por cuanto se requiere de modelos de calidad y de avanzada para la enseñanza tanto en la educación superior como de otras instancias.

En relación con esta cruzada de capacitaciones metodológicas, SINAES extendió una convocatoria para el comité de líderes del Programa

“Metodologías para el Aprendizaje Activo en las Ciencias Sociales y Humanidades en las Universidades de Costa Rica”. Esta actividad se halla adscrita al marco del Convenio con Laspau, ente afiliado a la Universidad de Harvard en Estados Unidos. Y fue programada para llevarse a cabo el pasado 6 de mayo, 2019, en el Hotel Crown Plaza, La Sabana, San José, en el Salón Corcovado.

Por la Universidad Americana estuvieron presentes los profesores Jessica Agüero Sánchez docente de la escuela de Administración y contaduría, Ana Vivian Fernández Peraza docente de la escuela de inglés, Franklin Mauricio Meléndez Piedra docente de la escuela de inglés y Edwin Gerardo Acuña Acuña de la escuela de matemática y de educación. La segunda jornada de trabajo está programada para realizarse del 17 al 21 de junio en el Consejo Nacional de Rectores.

Respecto de la capacitación efectuada el 6 de mayo, se detallan algunos criterios acerca del evento. Se menciona que se trató de una experiencia enriquecedora en el marco educativo, pues como docentes se debe tener la disposición para desarrollar un trabajo de aula de mayor innovación ya que es el fin de la educación. Los tiempos en la educación han cambiado

y el ser humano debe adaptarse a esos cambios. Se hace necesario mejorar la calidad de la educación a través de metodologías activas tanto dentro de la enseñanza pública como privada, pues el fin de ambas es el mismo.

Según la profesora de la Universidad Americana Ana Vivian Fernández Peraza

“En primer lugar, el programa propone un gran desafío para todos los participantes pues pretende **cambiar esquemas mentales sobre cómo debe ser el proceso de enseñanza-aprendizaje**. Segundo, el trabajo colaborativo entre profesores universitarios procedentes de diferentes centros de educación superior y diferentes áreas del conocimiento dentro de las ciencias sociales y humanísticas permitirá enfrentar este desafío desde una perspectiva inter y transdisciplinaria”

La experiencia de la profesora de la Universidad Americana Jessica Agüero Sánchez en esta primera etapa:

“Este primer acercamiento **nos pone a pensar en las metodologías implementadas actualmente**, en el ámbito de la educación universitaria y el desafío que representa para el docente, por los cambios sustanciales en el proceso enseñanza-aprendizaje, cuya pieza clave es la participación activa del profesorado en el uso de nuevas metodologías considero que el objetivo principal de esta experiencia de innovación educativa es mejorar la calidad en la docencia mediante la adopción

de metodologías activas para la satisfacción de las competencias y objetivos de aprendizaje tanto en las Universidades públicas como privadas y que juntos logremos diseñar una metodología nueva de aprendizaje logrando replantear los objetivos de las asignaturas que actualmente impartimos”

Don Franklin Mauricio Meléndez Piedra opinó sobre la primera experiencia en este taller:

“La capacitación de SINAES fue una experiencia enriquecedora desde el aspecto educativo ya que en conjunto con los talleres **se demostró que como docentes debemos ser más abiertos a la innovación en el aula** que es el fin de la educación”

Si de hacer una examinación sobre estas novedosas actividades se trata, podría concluirse que se han dado importantes avances en poco tiempo. Hoy con los desafíos de las sociedades modernas la educación actual requiere precisamente de esas cruzadas en conjunto para avanzar con éxito y buenos propósitos.

En esta primera etapa, el **cuerpo de docentes será un beneficiado directo** con las capacitaciones en estas jornadas metodológicas, porque la función de los integrantes en los comités de liderazgo que la Universidad Americana envió, será los encargados de fomentar y brindar inducción a los profesores en los campos de nuevas tecnologías para un mejor ejercicio profesional.





Cabe mencionar que desde el **01 de marzo del 2019** luego de un arduo proceso de selección, la escuela de Diseño y Comunicación de la UAM cuenta con un nuevo Director, el **señor Jonathan Monge Araya**, quien llega con gran motivación para crear una escuela referente en el campo del **diseño y comunicación en el país**.

