

# Prácticas situadas como espacio para el ensamble de saberes

EJE N° 5

## Relato de experiencia pedagógica

Damián Demaro; María Florencia Vendramin  
Facultad de Artes, Universidad Nacional de La Plata  
[damalde@gmail.com](mailto:damalde@gmail.com); [florvendramin@gmail.com](mailto:florvendramin@gmail.com)

### RESUMEN

El presente artículo relata una experiencia de intercambio a partir del método conocido como práctica situada, realizada en mayo de 2024 por un grupo de estudiantes, egresados y docentes de la Universidad Nacional de La Plata con la comunidad de Santa Ana, en la provincia de Jujuy.

El proyecto, denominado Trocar pretende generar valor en comunidades que practican Turismo Rural Comunitario (TRC), a partir de la implementación de prácticas situadas de diseño, cine, comunicación y marketing; para cocrear estrategias de comunicación a través del intercambio de saberes que permitan posicionar a dichas comunidades como una alternativa competitiva para el turismo, aumentando el interés y la captación de turistas.

Trocar es un ensamble de miradas y prácticas que toma el abordaje de la extensión universitaria, a partir de una propuesta de viaje de estudio, que resignifica las ferias de trueque de los pueblos andinos y la construcción en comunidad.

**PALABRAS CLAVE:** práctica situada; viaje formativo; intercambio; territorio; comunidad

### INTRODUCCIÓN

Trocar es un intercambio de saberes. Se inspira en la práctica andina de esos grandes mercados del trueque, como hecho político de intercambio, donde los que participan llevan

lo que mejor saben hacer, pensando en ese hacer como el involucramiento de su recorrido, su historia. Por ejemplo, cuando una familia campesina ofrece su producción de papas, con ellas comparte su saber ancestral, los nutrientes de su tierra, su tiempo, sus días de sol.

Actualmente, esta experiencia forma parte de un proyecto de extensión denominado “Trocar para transformarnos” de la Facultad de Artes de la Universidad Nacional de La Plata. Busca explorar un formato experimental de enseñanza y aprendizaje a partir del encuentro, por medio de un viaje formativo y de intercambio para estudiantes y docentes de las carreras de Diseño en Comunicación Visual, Artes Audiovisuales, Comunicación Social y Comunicación Digital; que permita unificar el recorrido académico/docente y los desafíos profesionales, con una mirada integralista.

De esta manera, la experiencia se enmarca en el concepto de “aprendizaje situado”, propuesto por los autores Lave y Wenger (1991), el cual se desarrolla en un contexto social, requiere la pertenencia al mismo y se fundamenta en tres elementos de una comunidad de práctica: pertenencia, participación y praxis.

Los conceptos de “prácticas situadas” y “prácticas integrales” implican un tipo particular de vivencia de aprendizaje y enseñanza, donde se articula la investigación y la extensión.

Según Humberto Tomassino (2009), estas prácticas aportan a la construcción de una universidad mucho más comprometida con las transformaciones sociales, que apuntan a la integralidad de una forma sincrónica y armónica. Se trata de generar implicancias con la población destinataria en la búsqueda de problemáticas y soluciones, y de propiciar que los docentes integren la investigación y la enseñanza con las discusiones y aprendizajes surgidos de esas implicancias. Además, invitan a crear lazos entre la universidad y la sociedad para generar una construcción popular, abierta y nómada.

Al mismo tiempo se toma la experiencia de campo producida por Maria Bonicatto (2023)<sup>1</sup> buscando interpelar el hacer universitario en el territorio, lo que conlleva a sistematizar las prácticas universitarias y a proponer un diseño metodológico y estratégico para la intervención en ellas de manera integral.

---

<sup>1</sup> La autora produce su abordaje desde la conducción del equipo de Políticas Sociales de la Universidad Nacional de La Plata. Durante más de una década cientos de proyectos de extensión de las 17 facultades interactuaron con el objetivo de generar una metodología de intervención entre el hacer universitario y el territorio.

La idea de un viaje formativo atraviesa la extensión, investigación y docencia en las problemáticas que suceden en los territorios, y genera otra dimensión de la enseñanza-aprendizaje para los diversos actores que propician esta práctica multiactoral. La experiencia permite repensar el rol de los futuros profesionales, y más allá de la referencia a diseñadores, Frascara (2000) propone que los mismos:

“...deben reconocer las situaciones sociales en que trabajan y a las que contribuyen, y tomar posiciones conscientes para definir el futuro de la profesión. Para que esto suceda, deberán en cierto modo cambiar su rol, desarrollar nuevas herramientas, integrarse en grupos interdisciplinarios, iniciar proyectos y actividades, generar nueva información y diseminarla. Este proceso extenderá la base de conocimientos de la profesión y permitirá que más diseñadores se ocupen de proyectos socialmente importantes. Como resultado se puede esperar un fortalecimiento de la importancia de la profesión para la sociedad, una apertura de nuevas oportunidades de trabajo y un alza del valor percibido de la profesión.” (p.28)

## DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

### **Etapas de diagnóstico y planificación**

Para la primera edición de este proyecto se eligió la comunidad de Santa Ana, Jujuy; un poblado de unos 600 habitantes aproximadamente que desde hace unos años implementa experiencias de Turismo Rural Comunitario y se emplaza en la ruta denominada “De la Quebrada de Humahuaca a las Yungas”, en el norte argentino.

Uno de los grandes desafíos a enfrentar era el escaso tiempo disponible para la vinculación con el territorio, lo cual determinó la estrategia de generar previamente diferentes tipos de contactos con la comunidad.

El primer modo de contacto fue telefónico y se realizó por intermedio de Margarita, una de las guías del lugar. El vínculo permitió trabajar conjuntamente un mapa de actores con los principales referentes a contactar, entre los que se encontraban emprendedores, artesanas, dueños de comedores y hospedajes.

Una vez realizado este mapeo, se comenzó la etapa de análisis de contexto. Para ello se llevaron a cabo sondeos de opinión pública de los prestadores de servicios y se coordinaron

las entrevistas en profundidad con miembros de la RATuRC (Red Argentina de Turismo Rural Comunitario), agencias de turismo y funcionarios del Estado.

Por otro lado, se realizó un relevamiento mediante la técnica “mystery shopper” para tener información previa y valiosa del cuadro de situación e identificar los puntos sensibles a mejorar. Para ello, se construyeron arquetipos de turistas a partir de 4 perfiles detectados como visitantes de Santa Ana: académico extranjero, deportista brasilero o de país limítrofe, motoquero argentino y joven que viaja con amigas/os a lugares nuevos. Un grupo de estudiantes y docentes llevó adelante la implementación de esta técnica, que implica actuar como cliente fantasma o cliente misterioso. Cada integrante tomó el rol de simular ser uno de estos perfiles de viajeros, y escribir a los distintos hospedajes y contactos de turismo para pedir información.

De esta primera acción surgieron varios puntos, tanto positivos como negativos, que permitieron delinear la estrategia a realizar en la práctica situada: la confección de respuestas preestablecidas, con la finalidad de acortar tiempos, cuidar las faltas de ortografía y contar con un texto inicial que atienda las principales consultas de los turistas; y la necesidad de contar con una galería de imágenes de buena calidad de los diferentes productos: visitas guiadas, gastronomía, hospedaje y artesanías.

### **Primer viaje de acercamiento**

En la etapa siguiente, previa al viaje grupal, el coordinador (quien tomó el rol de interlocutor inicial), realizó un primer viaje de acercamiento a Santa Ana. El objetivo fue generar una primera aproximación al territorio y al vínculo con los actores.

Se realizó una reunión que contó con la presencia de unos 25 vecinos, que sirvió para conocer a los actores involucrados en el proyecto, contar la propuesta y generar el espacio de invitación a participar. Se propuso una dinámica de intercambio para detectar en conjunto las necesidades de comunicación existentes y definir la agenda de problemas. Esto permitió también observar la vinculación entre los actores, los intercambios y conflictos entre ellos, además de concluir en un diagnóstico general.

Con respecto a la detección en conjunto de las necesidades y problemáticas de comunicación, se listaron, entre otras: la necesidad de capacitación en el uso y generación de contenidos para redes sociales; la creación de contenido con el objetivo de posicionar a Santa Ana como destino turístico; el diseño de una marca gráfica para representar la

identidad turística de Santa Ana; la provisión a cada emprendedor de fotos y textos de presentación, para luego convertirlos en flyers (con una estética compartida) y que puedan ser difundidos por Whatsapp y otras redes sociales; además de la incorporación a Google Maps de los emprendedores que aún no estaban ingresados.

Luego de una votación entre todos, se acordó que los objetivos principales del proyecto giraran en torno a dos temas que constituyeron el Producto Mínimo Viable (PMV): la creación de fichas de presentación para cada uno de los emprendimientos (incluyendo tres a cinco fotos y un texto), y la generación de una pieza publicitaria a modo de spot que tenga como fin el posicionamiento de Santa Ana como destino turístico. Las piezas incluyeron a los emprendedores de seis hospedajes, tres comedores, dos grupos de artesanas y cinco guías que realizan tres visitas guiadas diferentes.

### **El viaje grupal**

Luego se programó el viaje grupal. La dinámica planificada para la experiencia consistía en destinar los primeros dos días para conocer la comunidad y sus actores; y vivenciar como “turistas” los diferentes productos que ofrece la comunidad: alojamientos, casas de comidas, talleres de artesanía y recorridos con guías. Los cuatro días restantes estarían dedicados al trabajo de creación de estrategias, piezas de diseño y procesos de comunicación surgidas a partir de los intercambios obtenidos, con el objetivo de entregar el material producido antes del regreso.

La primera dificultad fue que en los dos primeros días se había sumado una actividad de restauración en una parte del sitio Arqueológico Qhapaq Ñan, en el marco de la celebración de los 10 años de su declaración como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. La dinámica de trabajo involucraba a hombres y mujeres de Santa Ana, que salían muy temprano y volvían con la caída del sol. Esta contingencia obligaba a repensar la organización de la práctica situada, ya que esos días se contaría con la mitad de los emprendedores. A esto se sumaban dos eventos que estaban considerados previamente en agenda: la ExpoFeria de la Papa y los festejos del 25 de mayo. Fue clave organizar una grilla de trabajo flexible para adecuar las actividades propuestas día a día, en función de los eventos de la localidad.

Estos dos primeros días fueron difíciles para el grupo de trabajo, ya que el contacto con los actores se vio reducido. El grupo estaba dividido en tres alojamientos distintos y sin buena

conexión a internet en el pueblo. A esto se sumaba que los integrantes de la comunidad no llegaban a dimensionar el proyecto en su totalidad.

Aún así, con el calendario más flexibilizado, y un poco más de paciencia en los tiempos previamente pautados, se logró coordinar las distintas actividades y contactos con los grupos de emprendedores.

Se organizaron actividades con los dos grupos de bordadoras que son parte de los productos turísticos que ofrecen a los visitantes de Santa Ana. Con el grupo Flor de Altea se generó un taller de bordado en Abra del Valle al atardecer, en el que se produjo una demostración del proceso de trabajo y técnicas de bordado en sus típicos rebozos. Con el grupo Warmi Pura se visitó un campo cercano al pueblo, donde desplegaron su producción de rebozos, mantas y prendas. En este caso no se realizó ninguna demostración de bordado en vivo pero sí se generaron charlas con las mujeres donde se permitió conocer con mayor profundidad la idiosincrasia y origen de la comunidad. El desafío fue lograr que todas las mujeres tengan protagonismo, ya que había algunas que solían tomar el dominio de la palabra y generaban inhibición en el resto. Fue un trabajo grupal el de detectar estas cuestiones e intentar equilibrar la participación de todas.

Otra de las actividades fue una reunión con todos los emprendedores (que inicialmente estaba pautada para el primer día, pero las actividades extras lo habían dificultado), en la que participaron unas 25 personas. Esto permitió repasar cuáles eran los objetivos del proyecto, qué se esperaba hacer en Santa Ana, entre otros aspectos. Además, permitió conocer a quienes no se habían contactado aún, generando cercanía y confianza para la realización de entrevistas y fotografías.

La dinámica del grupo cambió al tercer día cuando se pudo unificar el alojamiento en el mismo lugar, y a la vez disponer de un espacio físico de trabajo que emulaba un aula o un estudio de diseño. Contar con un espacio que permitiera estar frente a una computadora dio confianza, relajación y una mayor productividad; por tratarse de espacios similares a los habitados por el grupo.

La división de equipos y roles fue clave: se coordinaron tres pequeños grupos con actividades y funciones concretas para cada uno. Uno de ellos comenzó con la producción de diseño; el segundo culminó la realización de los reportajes; y el tercero finalizó la producción de fotografías y videos. Además, una dupla comenzó a redactar el texto para el spot publicitario y seleccionar las imágenes para el mismo.

Otra de las actividades postergada por los trabajos de restauración, fue la realización de dos de los circuitos guiados. Se partió a las 6:30 hs. hacia Abra del Valle a esperar el amanecer; uno de los puntos turísticos por los que se conoce a Santa Ana. Luego, se realizó una caminata de los 2,9 kilómetros del Qhapac Ñan, más conocido como Camino del Inca. Al igual que en el caso de las artesanas, las guías mujeres no se animaban a hablar a cámara y el único guía masculino era el que tomaba el rol protagónico. Nuevamente, el equipo trabajó en el incentivo de las mujeres a participar, a partir de la escucha de los motivos de sus inseguridades, con el objetivo de acompañar esos miedos y buscar balancear los protagonismos.

Para el último día, se generó una convocatoria a la comunidad para la participación en un encuentro en el que propuso compartir la producción comunicacional que se dejaría como parte del intercambio. Esta vez la convocatoria fue mucho mayor: más de 50 personas se acercaron a la reunión.

Luego de una breve introducción, comenzó la presentación mostrando el spot: la pieza más representativa del paso de Trocar por Santa Ana. Se hizo un gran silencio mientras se proyectaba el video y al finalizar, todos aplaudieron con alegría.

La devolución del pueblo fue cercana y emotiva. La mayoría destacó que el video ilustraba el espíritu de Santa Ana, y algunas mujeres se sorprendieron al reconocer en la voz en off alguna frase que habían dicho en las charlas. Además, destacaron que lo que se mostraba inspiraba y motivaba a seguir trabajando en el turismo rural comunitario.

La jornada culminó con una capacitación con los emprendedores, donde se hizo entrega del material (fichas y fotografías) y se trabajó en la mejora del uso de la herramienta Whatsapp, a partir de cómo enviar imágenes, responder mensajes, etc.

Esta última jornada provocó en la comunidad una transformación en el vínculo. Se manifestaron formas de agradecimiento e intercambio que no eran esperadas. Muchos se acercaban a compartir lo que sabían: un vecino preguntó si podía recitar un poema, su hija cantó una coplita que había aprendido en la escuela y un grupo de artesanas trajo un regalo bordado a cada integrante del equipo. Se recibieron invitaciones a cenar esa noche y a desayunar al día siguiente; y toda la comunidad hizo hincapié en que el grupo era bienvenido a Santa Ana cuando se desee.

## VALORACIÓN ANALÍTICA - LOGROS Y DESAFÍOS FUTUROS

La experiencia logró cumplir con los objetivos planteados en varios niveles. En cuanto al Producto Mínimo Viable que se había establecido, se entregaron las piezas en tiempo y forma, además de dejar a la comunidad lineamientos de cómo utilizar esas herramientas de forma eficaz. El pendiente durante la estadía fue la producción de las fichas para los comedores, ya que no se logró coordinar a tiempo el registro de los platos por las demoras que tuvieron los actores dadas las circunstancias de actividades locales que tuvieron los integrantes de la comunidad.

Otro de los logros para mencionar fue la generación de un vínculo de confianza con la comunidad a pesar de que el tiempo en el territorio fue acotado. Esto fue posible gracias al contacto previo al viaje, a la búsqueda de acuerdos, al armado del mapa de actores, a la aplicación de la técnica de mystery shopper para generar diálogos por Whatsapp; solo por mencionar algunos aspectos. Encontrar otras alternativas de interrelación con el territorio sin estar de forma física fue una premisa necesaria para alcanzar el resultado.

Un hito significativo fue la posibilidad de articular con otros entes educativos en la búsqueda de potenciar el proyecto y estimular la mirada comunicacional sobre el turismo del pueblo. Por un lado, se realizó una visita a la Escuela Secundaria N°31, que tiene orientación en Comunicación, donde se trabajó con estudiantes de la materia “Comunicación y medios digitales” a partir de una serie de actividades lúdicas, en las que se propuso despertar la valoración de su rol como futuros comunicadores y su vínculo con la práctica del turismo en el pueblo.

La segunda articulación surgió a partir de una reunión con la coordinadora de la Licenciatura y Tecnicatura en Turismo de la Universidad de Jujuy y su equipo; quienes mostraron gran interés por generar actividades en común. Ese contacto derivó en la invitación a un conversatorio con estudiantes de Turismo, que se realizó de forma virtual al regresar y donde se compartió la experiencia en Santa Ana, debatiendo la importancia de este tipo de acciones en el territorio.

A partir de una retrospectiva e intercambio sobre los resultados del primer encuentro con la comunidad, se concluye que el desafío del proyecto es encontrar nuevos mecanismos para pensar algún tipo de continuidad. Si bien el plan originalmente implicó una práctica situada que inicie y termine con el viaje en sí mismo, desde el regreso se continuó el contacto con la



comunidad, acompañando la implementación de las piezas, respondiendo consultas e inquietudes, y generando nuevas piezas a partir del material producido.

La continuidad y el regreso a visitar el mismo destino permite fortalecer y profundizar el camino iniciado a partir de este viaje. Sin embargo, se debe destacar que el espíritu del proyecto no considera que la comunidad se vuelva dependiente de estas prácticas, para que puedan promover el desarrollo de sus propias gestiones. Por ello, un objetivo emergente es tomar como un nuevo eje la creación de talleres de formación, por ejemplo “fotografía desde el celular”, destinado a los emprendedores y con la participación activa de las/os estudiantes de la escuela secundaria con el objetivo de promover la apropiación de herramientas de diseño, fotografía y creación de textos, para que ellos mismos puedan administrar sus comunicaciones.

En cuanto al equipo de trabajo, el desafío a futuro será incorporar estudiantes de distintos años y diversas carreras, a modo de poder enriquecer aún más la experiencia desde la interdisciplinariedad. Además, será importante para las metas del proyecto incluir en futuros viajes a estudiantes que trabajen en la investigación previa. Por último, se contemplan otras opciones de financiamiento externo para costear pasajes y gastos; y así mejorar y potenciar el trabajo del equipo.

## CONCLUSIONES

Como caso experimental de práctica situada con modalidad de intercambio, se considera que este proyecto puede replicarse a futuro con distintas disciplinas, escenarios y componentes. Es una experiencia que permite seguir repensando el diseño y la construcción de los espacios formativos, en consonancia con la afirmación de Tomassino acerca de la reconfiguración del acto educativo a partir de los procesos de enseñanza y aprendizaje que se generan junto a la gente, lo cual permite redimensionar el poder que circula en los diferentes actores.

En este sentido, el vínculo directo con el territorio propone a estudiantes y docentes situaciones desconocidas en la vivencia áulica y resulta significativo para ambas partes. El desafío de la experiencia permitió resolver situaciones que suelen tener cierto nivel de complejidad, a partir de las herramientas vinculadas con las disciplinas implicadas, la tecnología disponible, los obstáculos emergentes y los tiempos reales con los que se contó.

Esto puede relacionarse con el concepto de educación experiencial propuesto desde el abordaje de Camilloni que implica una clase particular de aprendizajes y una estrategia de enseñanza con enfoque holístico destinada a relacionar el aprendizaje académico con la vida real. A esta vivencia se le suma la experiencia de cocrear con y para la comunidad; lo que implica trabajar con las problemáticas reales de las personas.

Por otra parte, la diversidad de miradas provenientes de las distintas disciplinas y edades, con formaciones y experiencias disímiles, logró una articulación de saberes que se vio reflejada en los resultados de la producción colectiva, e individualmente logró la apropiación en los aprendizajes a partir de las diferencias en los abordajes.

En este proceso fue clave el vínculo entre estudiantes y docentes, que se vio modificado y profundizado a partir de la convivencia, del trabajo a la par en un mismo equipo, lo cual permite reconfigurar el vínculo en múltiples direcciones.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bonicatto, M. (2023). *Prácticas universitarias integrales*. Ringuelet. Prueba de galera editoras.
- Camilloni, A. (2013). *La inclusión de la educación experiencial en el currículo universitario*. En: Integración docencia y extensión. Otra forma de enseñar y de aprender (pp.11-21). Santa Fe: Universidad Nacional del Litoral.
- Frascara J. (1997). *Diseño gráfico para la gente: Comunicaciones de masa y cambio social*. Buenos Aires. Ediciones Infinito.
- Lave, J. y Wenger, E. (1991). *Aprendizaje situado - Participación periférica legítima*, Traducción de Miguel Espíndola y Carlos Alfaro. Supervisión de la traducción: Giovanna Winckler. New York. Cambridge University Press.
- Tommasino, H. (2009). *Generalización de las prácticas integrales. Los aportes de la extensión para su implementación [Objeto de Conferencia]*. III Congreso Nacional de Extensión Universitaria, Universidad Nacional del Litoral. Santa Fé, Argentina.