

Think Tank como parte de metodología didáctica basada en la multidisciplina

R. M. Torres Valdés

*Departamento de Comunicación y Psicología Social
Universidad de Alicante*

Alumnos de cuarto curso de Grado en RRPP participantes

Álvarez Yaiza; Beltrán Julio; Beyrouthy Teresa; Blanco Sebastián; Callejas Paula; Carbonell Sandra; Chaves David; De la iglesia Carlos; Fernández Sandra; León Claudia; López Alba María; Lumbreras Ricardo; Montejano Marina; Ortiz Érica; Pérez Álvaro; Roca María; Rodríguez Teresa; Rubio Mercedes; Sánchez Eva.

RESUMEN (ABSTRACT)

Se presenta una experiencia puesta en práctica en la asignatura “Protocolo y eventos en instituciones y empresas”, que se imparte en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Esta consiste en la utilización de Think Tank como recurso didáctico para abordar la asignatura desde un enfoque multidisciplinar, y que motive a los alumnos a indagar, combinar e interiorizar conocimientos de una manera práctica. La originalidad radica en que los propios alumnos organizan las dinámicas con estudiantes y docentes de otros ámbitos de conocimiento así como con actores relevantes en el desarrollo territorial, de modo que los alumnos en este proceso además de estudiar y practicar inician un proyecto de desarrollo de carrera profesional aplicable a multitud ámbitos y sectores productivos. Los resultados muestran que la puesta en marcha de Think Tank convierte el aula en un espacio creativo para mejorar la relación enseñanza-aprendizaje y favorecer la inserción laboral de los egresados universitarios.

Palabras clave: Think Tank, enseñanza-aprendizaje, diálogo de saberes, eventos, innovación social.

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Problema/cuestión

Se describe un problema de estudio sobre la idoneidad de las dinámicas Think Tank como metodología didáctica, que estimule el deseo por la indagación multidisciplinar en alumnas y alumnos matriculados en la asignatura optativa "Protocolo y eventos en instituciones y empresas", de cuarto curso del grado en publicidad y relaciones públicas.

Los alumnos y alumnas, que están preocupados por su futuro laboral, han sido ilustrados en nuevas corrientes de pensamiento como el diálogo de saberes e ignorancias, y orientados sobre el desarrollo local y los agentes de desarrollo local como uno de los actores o públicos más importantes que las organizaciones privadas y públicas deben tener en cuenta. En este contexto ellos y ellas proponen hacer encuentros cara cara, dando prioridad a la relación interpersonal, para establecer dinámicas conversacionales, en las que la libertad de pensamiento fluya para idear posibles soluciones al problema de fuga de talentos, y con ello buscar nuevas oportunidades de inserción laboral y desarrollo de carrera profesional.

1.2 Revisión de la literatura

La literatura profesional y académica sobre el problema de estudio muestra el enorme interés por innovar en la docencia. En efecto, es una realidad que en el marco del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) se buscan soluciones mediante nuevas formas para fomentar en los estudiantes la visión crítica y multidisciplinar que les permita, a partir de las nociones recibidas y su aplicación práctica en un caso real, construir nuevos conocimientos y ampliar su campo de visión en relación con el grado que estudian, de modo que descubran nuevas oportunidades de desarrollo de carrera profesional (Torres, 2014).

El protocolo y la organización de eventos, pese a lo que pueda parecer a profanos en la materia, constituyen una disciplina y una actividad respectivamente de gran complejidad debido a la influencia más que probable de variables políticas y socioeconómicas. Así, Otero (2002) identifica el protocolo como elemento normativo en proceso de comunicación responsable de crear correspondencia entre la identidad del estado y la imagen pública conformada a partir de la ordenación de sus autoridades e instituciones en acontecimientos especiales, públicos y privados; y Torrents (2005) por su parte, afirma que los eventos de empresa constituyen el poder de la comunicación en

vivo, que busca trasladar un mensaje y provocar una respuesta o generar una actitud. Por ello es preciso entrenar al alumando en tres formas de pensamiento: sistémico, estratégico y dialógico (Corredor, 1997).

Por otra parte, la educación como proceso formal debe orientarse a “la creación de aprendizaje de los procesos de generación de conocimiento” (Martínez, 2008), y la creación de comunidades de práctica, (como es el caso)

“es un reto necesario a asumir por todos los profesionales de la educación y la formación, dado que a través de ellas se puede, por una parte, transferir y generar nuevo conocimiento y por otra, lograr mejores prácticas en el campo de la investigación y la docencia”. (Bozu & Imbernon, 2009, p.1).

El hecho de buscar nuevas fórmulas docentes, que guíen y “profesionalicen” a los estudiantes, no está reñido con la orientación sobre la importancia de la investigación y su aplicación a los diversos sectores productivos con rigor científico, más bien al contrario. Co-crear espacios de pensamiento y creatividad entre docentes y estudiantes, en el aula, y compartir ese espacio con otros actores sociales sobre la base del “diálogo de saberes” (Robles Castrillo, 2005) como “una práctica hermenéutica colectiva” (Ghisso, 2000) y diálogo de ignorancias (Cerón, 2011) como oportunidad de “reflexión para politizar la acción pedagógica y pedagogizar la acción política” guían y motivan la multidisciplina desde una perspectiva de cuarta cultura (Lehrer, 2010). Más aún la tansdisciplina *que en términos de Morín, padre del pensamiento complejo*, puede considerarse producto de la inadecuación “de saberes desunidos, divididos, compartimentados” (Morín 1999) lo que supone un reto docente de reorganización de pensamiento y educación.

En este sentido, autores como Gallego y Salvador (2002) o Zabalza (2011) coinciden en su visión sobre el proceso de aprendizaje y lo consideran condicionado por factores de habilidad o competencia de los estudiantes, que a su vez tiene que ver con el proceso, más que con el resultado final. En definitiva se trata de la forma en que alumnas y alumnos se enfrentan a la tarea de aprender, qué capacidades ponen en práctica en el desarrollo de dicha tarea, y cómo las utilizan. (Torres, Campillo y Lorenzo, 2015), y cómo desarrollan estas capacidades en equipo y las exponen a la sociedad.

El momento actual, caracterizado por su criticidad en lo socioeconómico, por tanto con influencia en la empleabilidad de universitarias y universitarios, se hace necesario que los y las docentes se planteen orientar para “aprender en la

incertidumbre” (González & Tiscar, 2011), pero además ese aprendizaje debe incluir valores de responsabilidad social en el ámbito estudiado. Por ello, los eventos, en el caso que nos ocupa, vienen a ser a una estrategia de dinamización de públicos, una técnica de relaciones públicas basada en la reunión de colectivos con tácticas para construcción de capital relacional, que actúe como embajador de la marca territorio y favorezca la eficacia y la eficiencia de programas de desarrollo local sostenible, mediante la transferencia de conocimiento y la gestión del talento universitario, desde la ética y la responsabilidad social.

Trabajar en un proyecto práctico, participativo como lo es la organización real de un evento Think Tank, requiere un importante grado de madurez y responsabilidad no sólo por parte de los estudiantes, sino también de los docentes y profesionales de protocolo y organización de eventos. Como experiencia similar cabe citar la aplicación de la Teoría U en el proyecto Innovación multi-agente (implica varios grupos de interés), llevada a cabo en el campo de la salud en Alemania, en el estudiantes, pacientes y médicos dialogaron para promover cambios en el sistema de salud regional. (Scharmer, 2007).

Son innumerables las definiciones sobre Think Tank, y a pesar de las diferencias, la mayoría coinciden en el objetivo: actuar como espacios para el debate y reflexión sobre problemáticas diversas, como un laboratorio de ideas, siempre desde una perspectiva de participación de los más diversos actores sociales. En el campo de las relaciones públicas y la comunicación política, los Think Tank pueden definirse como entidades que hacen propuestas de acción política sobre realidades concretas (Esparcia, 2009).

Desde un punto de vista relacional, de transferencia de conocimiento y gestión del talento, estos espacios de pensamiento requieren de la visión “experta” que va más allá de la visión academicista de los temas. Fieles a la filosofía de diálogo de saberes e ignorancias que persigue nuestro proyecto, entendemos que cada actor social aporta su saber, y revela su ignorancia, a este laboratorio para la construcción colaborativa de nuevos conocimientos y propuestas, que sirvan como “Vía de traducción entre evidencia científica y decisión política” (Pinilla 2012).

1.3 Propósito

El trabajo presenta una experiencia didáctica, realizada en la Universidad de Alicante, en el marco de la asignatura optativa “Protocolo y eventos en instituciones y empresas”.

Se parte de dos hipótesis; H1: “La asignatura de protocolo y eventos suscita curiosidad pero se percibe como algo de poca complejidad que no requiere gran esfuerzo”. Y H2: “Organizar un evento real de metodología Think Tank, motivará a los estudiantes a investigar multidisciplinariamente y poner en práctica los conocimientos globales de la carrera y de la asignatura produciéndose un cambio de percepción sobre la misma e incrementando su capital relacional”.

A través de esta experiencia de investigación-acción, se pretende explorar nuevas formas de estimular en alumnas y alumnos, la visión crítica y multidisciplinar, dotar de competencias técnicas, sociales, y personales para el ejercicio de las relaciones públicas en general y en el ámbito de protocolo y organización de eventos en particular.

2. METODOLOGÍA

2.1. Descripción del contexto y de los participantes

La actividad práctica consiste en la organización de un Evento de carácter específico en modalidad de dinámicas Think Tank, con el objetivo académico de “aprender haciendo” y comprobar la eficacia de los Think Tank como recurso didáctico.

En este contexto cabe citar a Tobón (2007, p. 20) quien reflexiona sobre la formación basada en competencias en la educación superior, planteando que “las competencias vienen a ser procesos complejos de desempeño ante actividades y problemas con idoneidad y ética, buscando la realización personal, la calidad de vida, el desarrollo social y económico sostenible, en equilibrio con el ambiente [...] para lo que se aplica una metodología de análisis de procesos e investigación en acción pedagógica”.

Al tratarse de una investigación en curso, desarrollando una acción concreta –el evento Think Tank tanques de pensamiento- como caso único desarrollado por los alumnos matriculados en la asignatura, la población objeto de estudio ha estado conformada por 22 alumnos, 6 agentes de desarrollo local de la Provincia de Alicante (1 de Alcoy, 2 de Alicante, 1 de Petrel, 1 de Villena, 1 de Santa Pola), cubriendo así diferentes sectores productivos.

2.2. Diseño metodológico: justificación, procedimientos e instrumentos

A fin de alcanzar los objetivos enunciados, se recurre a la Investigación-Acción o *Action Research* (AR). “La adecuación de la investigación-acción como forma de entender la educación y no sólo de indagar en ella ha sido recogida en la literatura pedagógica” (Romera-Iruela, 2011). En este sentido, por su naturaleza comunicacional y de “investigación-intervención-observación participativa” la AR nos ha permitido abordar la experiencia desde el pragmatismo teórico-activo, a través del trabajo en equipo entre docentes y estudiantes orientado a la organización de un evento que engloba dinámicas de Think Tank simultáneas, y para cuya elaboración el aula se transforma en laboratorio.

Este trabajo, dentro de su sencillez, tiene como objetivo metodológico la prudencia en la aproximación analítica de carácter cuali-cuanti, que se lleva a cabo con el ánimo de ajustar y garantizar el cumplimiento de los requisitos y necesidades de rigor científico y técnico, a pesar de las limitaciones que pueda presentar la metodología AR y el análisis de caso de estudio único (una actividad práctica de una asignatura, no contemplándose e momento otros casos de asignaturas y/o universidades).

En este sentido Neiman y Quaranta (2006, p. 220) explican que “El caso es definido como un sistema delimitado en tiempo y espacio de actores, relaciones e instituciones sociales donde se busca dar cuenta de la particularidad del mismo en el marco de su complejidad” y expresan que “en el caso único la muestra es intencionada en función de los intereses temáticos y conceptuales” y citan a (Stake 1995) en la consideración de que el estudio de caso consiste en el abordaje de lo particular priorizando el caso único, donde la efectividad de la particularización reemplaza la validez de la generalización.

Las técnicas específicas de investigación utilizadas han sido:

1. Revisión documental relacionada con metodología didáctica, metodología de investigación, Think Tank, diálogo de saberes y de ignorancias, multidisciplinaria, así como relaciones públicas, organización de eventos y protocolo y el instrumento de recogida de información ha sido la ficha bibliográfica.
2. Entrevista Agentes de desarrollo local cuyo instrumento de recogida de información ha sido guión semi-estructurado de aplicación telefónica y/o postal (off-line) según disponibilidad del informante clave. en la que se preguntaban dos cuestiones fundamentales:

- a. Desde su conocimiento del territorio en virtud de su experiencia como agente de desarrollo local (ADL), que temáticas considera importantes abordar en una dinámica Think Tank.
 - b. Desde su conocimiento del sector productivo y servicios del territorio en el que opera, ¿Qué empresas u organizaciones en general propondría invitar a las dinámicas Think Tank?
3. Encuesta a los alumnos matriculados en la asignatura Protocolo y eventos en empresas e instituciones, siendo el instrumento de recogida de información cuestionario diseñado *ad-hoc* y de aplicación online

3. RESULTADOS

En relación con la entrevista a ADL encontramos los siguientes resultados:

1. *Desde la experiencia sobre el territorio los ADL proponen abordar las siguientes temáticas:*

- ✓ La comunicación sobre el territorio –Marca territorio- no solo desde el punto de vista turístico, sino también como elemento tractor de inversores y creadores de empresa.
- ✓ La dinamización del pequeño y mediano comercio de las localidades.
- ✓ La estacionalidad: medidas para desestacionalizar la afluencia de visitantes al territorio
- ✓ Identificación de las nuevas generaciones con los sectores productivos de pesca y agricultura.
- ✓ Repensar según zonas, espacios de ocio para la juventud.

2. *Desde el conocimiento del sector productivo y del territorio, los ADL proponen como informantes clave en una primera ronda:*

Presidente de Entidad de conservación de Polígono Industrial El Rubial en Villena, aglutinando más de 80 industrias y comercios minoristas.

Presidentes de asociaciones de comerciantes y servicios de las poblaciones en las que se celebrarán las dinámicas.

Concejalías de fomento correspondientes.

Relación de 30 empresas y sus representantes como participantes de diversos sectores que son considerados influyentes en el desarrollo socioeconómico del territorio.

En relación con la encuesta a los alumnos participantes (Agrupamos primero las respuestas sujetas a porcentajes):

1. Significado de Protocolo y eventos

El 59 % estima que tras cursar la asignatura ha cambiado el concepto de Protocolo y Eventos en empresas e instituciones.

El 40,9% manifiesta que no ha cambiado el concepto pero sí ha podido profundizar en todo lo que significa e implica.

2. Aprendizaje de nuevos conceptos

Diálogo de saberes: el 59,1% lo desconocía. El 36,4% lo conocía pero no sabía bien que se refería. El 4,5% lo conocía y sabía su significado.

Diálogo de ignorancias: el 86,4% lo desconocía. El 13,6% Lo conocía pero no sabía bien a qué se refería.

Cuarta cultura: El 63,6 % lo desconocía. El 31,8% Lo conocía pero no sabía bien qué se refería. El 4,5% lo conocía y sabía su significado.

Think Tank: El 63,6% no lo conocía. El 31,8% Lo conocía pero no sabía bien qué se refería. El 4,5% lo conocía y sabía su significado.

3. Qué ha supuesto para el alumnado la realización u participación en las dinámicas Think Tank

Relaciones con empresas: El 90,9 % manifiestan estar entre bastante y totalmente de acuerdo con que la experiencia le ha aportado relación con empresas. El 9,2 está poco de acuerdo con la afirmación.

Relaciones con instituciones: El 100% manifiesta estar entre bastante y totalmente de acuerdo con que la experiencia le ha aportado relación con Instituciones.

Conocimiento multidisciplinar: El 95,5% manifiesta estar entre bastante y totalmente de acuerdo con que la experiencia le ha aportado conocimiento multidisciplinar. El 4,5% manifiesta estar poco de acuerdo con tal expresión.

Motivación al estudio: El 86,4% manifiesta estar entre muy y totalmente de acuerdo con que la experiencia le ha aportado motivación para el estudio. El 13,6% manifiesta estar poco de acuerdo con esta expresión.

Capacidad de gestión de equipos: El 95,5% manifiesta estar entre bastante y muy de acuerdo en que la experiencia le ha aportado capacidad de gestión de equipo y el 4,5% manifiesta estar en total desacuerdo con esta afirmación.

Aburrimiento: El 100% descarta el aburrimiento.

Desmotivación: El 95% descarta la desmotivación, y el 4,5 % manifiesta que la actividad le ha proporcionado aburrimiento.

4. *En términos generales, la realización de la actividad Think Tank como parte de la metodología didáctica le ha aportado (selección múltiple de respuestas):*

- ✓ **Una visión realista de la organización de evento** 90%
- ✓ **La aplicación práctica de los conocimientos teóricos de la materia** 40,9%
- ✓ **Apertura de miras hacia otras ramas de conocimiento** 36,4%
- ✓ **Capacidad para diseñar estrategias relacionales** 31,8%

5. *Como parte de la metodología docente, ¿Después de realizar esta actividad has percibido diferencias en tu modo de coordinarte con equipos de trabajo?*

El 9,1% no percibe diferencias, el 13,6% percibe diferencias en algunos aspectos, el 45,5% sí que ha percibido algunos cambios con respecto a la forma de trabajar en equipo que conocía, y el 31,8% afirman sin duda, haber percibido una gran diferencia con la forma de trabajar en equipo en anteriores ocasiones.

6. *Tras la experiencia realizada, ¿Consideras que tu visión sobre las posibilidades de empleo en publicidad y relaciones públicas se ha ampliado?*

El 31,8% manifiesta estar totalmente de acuerdo con que su visión de empleo en publicidad y relaciones públicas se ha ampliado. El 45,5% está muy de acuerdo con esta visión. El 18,2 está de acuerdo con esta visión sobre sus posibilidades de empleo en el ámbito, y el 4,5% está poco de acuerdo con esta visión.

7. *Tras la experiencia realizada, ¿Consideras que tu visión sobre las posibilidades de investigación en publicidad y relaciones públicas se ha ampliado?*

El 31,8% manifiesta estar totalmente de acuerdo con que su visión de posibilidades de investigación en publicidad y relaciones públicas se ha ampliado. El 40,9% está muy de acuerdo con esta visión sobre sus posibilidades de investigación en el ámbito. El 13,6% está bastante de acuerdo con esta visión, y el 13,6% está poco de acuerdo con que su visión sobre oportunidades de investigación en el campo de la publicidad y relaciones públicas se haya visto ampliado con esta metodología docente.

8. Preguntas abiertas

- a. *Otros aportes que ha proporcionado la experiencia Think Tank no recogidos en la pregunta de selección de respuesta en base a grado de conformidad con algunas dimensiones.*

A continuación se exponen las declaraciones de alumnas y alumnos.

“Esta experiencia me ha aportado el conocimiento necesario para comunicarme con entidades o personalidades importantes de la manera más correcta posible, ya sea de manera escrita como oralmente.”

“Posibilidad de realizar un evento, con todo lo que ello conlleva. Al escoger este asignatura pensaba que el aprendizaje sobre la misma, iba a ser puramente conceptual y con ejemplificaciones de casos reales. Sin embargo, el método de aprendizaje ha sido mucho más efectivo, puesto que aparte de abordar conceptos teóricos, hemos tenido varias charlas de profesionales que desde puntos de vista muy distintos nos han mostrado la relevancia de una buena organización de eventos.”

“Creo que ha habido un poco de des-organización y mala comunicación entre los departamentos.”

“Gracias a este proyecto, por mi parte, he aprendido como es el entramado de una organización de equipo. Además, lo importante que es la labor de los coordinadores y del resto de los participantes. Labores muy importantes y que deben estar conectadas con una amplia comunicación entre departamentos para no provocar el caos.”

“Otra de las aportaciones de esta experiencia es la motivación de emprender y buscar nuevos nichos de mercado a los cuales pensaba que no podría acceder con mi formación.”

“He aprendido a comunicarme con diferentes colectivos tanto de manera oral como escrita, por lo que he aumentado mi capacidad de relaciones públicas e institucionales.”

“Planificación y gestión de las labores relacionadas con el departamento de comunicación, ya sea tanto la cartelería, folletos, redes sociales, envío de *newsletter* y todo lo relacionado con la imagen que se transmite en el evento hacia los públicos.”

- b. *Propuesta de definición propia de protocolo y organización de eventos*

Los alumnos contestan su propia definición, pero todas convergen y mencionan aspectos claves que un buen profesional formado universitariamente siempre debe tener presentes. Resumimos a continuación lo que manifiestan entender por

Protocolo:

“Protocolo como elemento o reglas formales de carácter jurídico, que imprimen orden espacio-temporal de presencia e intervención de autoridades o instituciones públicas en actos o ceremonias, eventos y acontecimientos especiales, también ordena símbolos como la bandera y permite nombrar a las autoridades con tratamiento específico, como por ejemplo, Excelentísimo Señor (...) determina uso correcto de espacio, tiempo, modales y conductas(...)Se sitúa en el ámbito de conocimiento de las ciencias sociales, jurídicas y de la comunicación.”

Resumimos a continuación lo que manifiestan entender por **organización de eventos:**

“El procedimiento de dirección, gestión, organización y toma de decisiones así como la recopilación de información y recursos con un determinado objetivo organizativo, que mediante el uso de determinadas herramientas y la intervención de Relaciones Públicas, que hacen posible la comunicación entre la organización y los grupos de interés, permite que una idea o proyecto de carácter social cobre vida. (...) Planificar, organizar y gestionar los recursos disponibles para crear un evento. (...)una actividad ligada a las RRPP, donde se concentran diferentes colectivos para comunicarse entre ellos con una finalidad social y/o política (...) reunir a agentes que comparten interés sobre alguna temática concreta, proceso estratégico (donde incluimos el protocolo) (...) es la gestión de actos que tienen un objetivo, un público y una metodología a aplicar (...) cúmulo de todas las actividades que se realizan para poner de acuerdo, todos los elementos que formarán parte del evento (...) herramienta empleada por las relaciones públicas que permite conectar una organización en un espacio/evento (como congresos, jornadas, ferias, etc.) con sus públicos para crear o afianzar los vínculos que les unen o podrían unir (...).el proceso de la organización de un evento es muy extenso; empezando por la investigación y la selección del tema en concreto que se va a tratar, así como la finalidad y los objetivos específicos que se quieren alcanzar. A esto le sigue la recopilación de recursos económicos u de otra índole para poder llevar a cabo la actividad. A continuación, la contratación de espacios y la organización de los recursos y materiales necesarios. Y, por último, la comunicación de dicho evento a los diferentes públicos a los que queremos dirigirnos. Después de la realización del evento, siempre se debe llevar a cabo una evaluación de resultados para comprobar el cumplimiento de objetivos y proponer mejoras de cara a años posteriores (...) reunión de diversos públicos y antagonistas cooperantes donde se negocia para crear

vínculos positivos y alcanzar un bien común, previniendo conflictos potenciales (...) tiene una función social, pretende llegar a acuerdos, generar vínculos positivos, establecer una coherencia comunicativa y conciliar intereses (...) una técnica de RRPP que busca la difusión, dinamización y la presencia social para la empresa, organización, asociación o ente.”

c. Observaciones y comentarios adicionales

“Organizar un evento entre toda la clase es un gran método de aprendizaje pero creo que sería más efectivo si tuviéramos más tiempo del que nos da un cuatrimestre para hacerlo.”

“Protocolo y Organización de Eventos ha sido la única asignatura dónde hemos trabajado en el campo de los eventos y también una de las pocas que nos han brindado la posibilidad de llevar a cabo un proyecto real con diferentes empresas y colectivos. Por ello, el proceso que se ha llevado a cabo ha sido realmente satisfactorio y la experiencia real ha merecido la pena.”

“La realización de un Think Tank en la asignatura de Protocolo y Organización de eventos ha sido una grata experiencia como alumna. Sin duda alguna ha sido una actividad muy satisfactoria que nos ha motivado para aprender más sobre la asignatura y en general sobre la actividad profesional de la organización de eventos. Una buena experiencia.”

“Poder cursar esta asignatura mediante un caso práctico y empleando una metodología tan innovadora como lo es un Think Tank ha sido de gran satisfacción y motivación para aprender y emprender.”

“Protocolo y organización de eventos ha sido una de las pocas asignaturas que van más dirigidas hacia las RRPP, así como, también una de las únicas que nos ha brindado la posibilidad de llevar a cabo un proyecto real. Por ello, considero que la organización de este evento ha enriquecido mi formación como profesional de publicidad y ante todo de relaciones Públicas.”

“Es la primera vez que yo, personalmente, estoy ante un caso práctico de esta tesitura. Esto provoca en mí respeto y me intimida, lo que despierta un miedo que me desmotiva. Me queda grande pero tiene que ver con mi personalidad. No obstante, premio la iniciativa y la proactividad de la tutora, que siempre busca las mejores oportunidades para sus alumnos. Esto debería de servir de ejemplo para el

resto de docentes. Si se llevaran a cabo más casos reales desde el principio del grado, no habría miedos ni inseguridades.”

“La asignatura era justo lo que necesitaba, un nuevo modelo de educación que se acerca más al Plan Bolonia, el cual apuesta por una metodología combinada de teoría y práctica, pero mejorando lo habitual y convirtiendo la práctica en un acto real y tangible.”

4. CONCLUSIONES

En relación con las hipótesis de partida planteadas, concluimos que ambas se confirman. La H1 *“La asignatura de protocolo y eventos suscita curiosidad pero se percibe como algo de poca complejidad que no requiere gran esfuerzo”*, queda confirmada pues los alumnos reconocen la complejidad de la organización de eventos y el esfuerzo que requiere, tras la actividad Think Tank. Su motivación inicial era hacer alguna asignatura más próxima a las RRPP, y esperaban teoría y casos prácticos en aula.

La H2 *“Organizar un evento real de metodología Think Tank, motivará a los estudiantes a investigar multidisciplinariamente y poner en práctica los conocimientos globales de la carrera y de la asignatura produciéndose un cambio de percepción sobre la misma e incrementando su capital relacional”* Se acepta pues los alumnos participantes reconocen la utilidad de la metodología Think Tank para establecer relaciones con empresas e instituciones, y la necesidad de documentarse en materias diversas para dar un enfoque multidisciplinar y original al evento, y poder relacionarse con actores clave en su futuro desarrollo profesional.

El desarrollo de actividades como Think Tank resulta interesante y motivador para el aprendizaje activo y multidisciplinar por parte de los alumnos. El problema fundamental radica en la escasez de tiempo de un semestre, aunque alumnas y alumnos por esta razón han aprendido a optimizar su tiempo para alcanzar objetivos y a trabajar bajo presión para ofrecer resultados profesionales.



5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bozu, Z., & Ibermon Muñoz, F. (2009). Creando comunidades de práctica y conocimiento en la Universidad: una experiencia de trabajo entre. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 6(1-10). Recuperado el 21 de Mayo de 2016, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78011179004&idp=1&cid=4407472>
- Castillo Esparcia, A. (2009). Relaciones públicas y "think tanks" en America Latina. *Razón y palabra*(70). Recuperado el 22 de Mayo de 2016, de http://www.razonypalabra.org.mx/Castillo_revisado2.pdf
- Cerón Villaquirán, E. (Julio de 2011). Del diálogo de saberes al diálogo de ignorancias. Reflexiones para politizar la acción pedagógica y pedagogizar la acción política. (U. d. Chile, Ed.) *Sustentabilidad (es)*(4). Recuperado el 22 de Mayo de 2016, de <http://www.sustentabilidades.usach.cl/numero-4-ano-2-julio-2011>
- Corredor Ruiz, J. (1998). Legitimando decisiones. *Segundo Foro Iberoamericano de Relaciones Públicas* (págs. 11-21). Lima-Perú: Facultad de ciencias de la comunicación, turismo y psicología de la Universidad San Martín de Porres.
- Gallego Ortega, J.L., & Salvador Mata, S. (2002). Enfoque didáctico para la globalización y la interdisciplinariedad. En A. M. Medina Revilla, & F. Salvador Mata, *Didáctica General* (págs. 221-2246). Madrid: Prentice Hall.
- Ghiso, A. (Febrero de 2000). *Potenciando la diversidad. Diálogo de saberes, una práctica hermneutica colectiva*. Recuperado el 21 de Mayo de 2016, de Centro de Investigaciones Fundación Universitaria Luis Amigó-FUNLAM:

http://bibliotecadigital.conevyt.org.mx/colecciones/documentos/potenciando_diversidad.pdf

- González, A., & Tíscar, L. (2011). Aprender en la incertidumbre. Nuevos valores y métodos para formar a los profesionales. *Revista de economía industrial*, 27-34. Recuperado el 22 de Mayo de 2016, de <http://www.minetur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/381/Alfonso%20Gonz%C3%A1lez.pdf>
- Lehrer, J. (2010). *Proust y la Neurociencia: Una visión única de ocho artistas fundamentales de la modernidad*. Madrid: Paidós Ibérica.
- Martínez García, B. (2008). El aprendizaje de la cultura y la cultura de aprender. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*.(48), 287-307. Recuperado el 21 de Mayo de 2016, de <http://www.redalyc.org/pdf/105/10504811.pdf>
- Morín, E. (1999). *Los 7 saberes necesarios para la educación del futuro*. París: Santillana Unesco. Recuperado el 22 de Mayo de 2016, de <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001177/117740so.pdf>
- Neiman, G., & Quaranta, G. (2006). Los estudios de caso en la Investigación sociológica. Capítulo 6. En I. Vasilachis, *Estrategias de Investigación cualitativa* (págs. 213-237). Barcelona: Gedisa.
- Otero Alvarado, M.T. (2002). Identidad estatal y constitución: protocolo e imagen pública en el siglo XXI. *Laurea Hispalis: Revista internacional de investigación en relaciones públicas, ceremonial y protocolo*(1), 71-86.
- Pinilla, J.P. (2012). Think Tanks, saber experto y formación de agenda política en el Chile actual. *Polis. Revista Latinoamericana*(32). Recuperado el 22 de Mayo de 2016, de <https://polis.revues.org/6521#quotation>
- Robles, R. (2005). *Dialogo entre saberes científicos y artísticos*. Cali , Colombia: Feriva.
- Romera-Iruela, M.J. (Octubre-Diciembre de 2011). La investigación-acción en la formación del profesorado. *Revista Española de Documentación Científica*, 34(4), 597-614. Recuperado el 22 de Mayo de 2016, de <http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/viewFile/718/796>
- Scharmer, C.O. (2007). *Abordando el punto ciego de nuestro tiempo. Un resumen ejecutivo de la Teoría U*. (P. Institute, Ed., & Z.P. Ruiz, Trad.) Recuperado el 25 de Mayo de 2016, de <http://www.presencing.com/sites/default/files/page-files/TU-ExecSum-Spanish.pdf>

- Tobón, S. (Enero-Diciembre de 2007). El enfoque complejo de las competencias y el diseño curricular por ciclos propedéuticos. *Acción Pedagógica*, 16(1), 14-28. Recuperado el 05 de Mayo de 2016, de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2968540>
- Torrents Fernández, R. (2005). *Eventos de empresa. El poder de la comunicación en vivo*. Barcelona: Deusto.
- Torres Valdés, R.M. (2014). Metodología didáctica en el marco del EEES. Adaptación, problemas y soluciones para la asignatura optativa de protocolo y organización de eventos en turismo. En E. Bernard Monferrer, *Actualización de los nuevos sistemas educativos* (págs. 513-532). Madrid: ACCI.
- Torres Valdés, R.M., Campillo Alhama, C., & Lorenzo Álvarez, C. (Septiembre de 2015). G20- Experiencia y aprendizaje. Encuentro internacional de jóvenes para la simulación de una reunión del G20. (I.I. Juventud, Ed.) *Revista de estudios de juventud*(109), 177-198. Obtenido de <http://www.injuve.es/observatorio/demografia-e-informacion-general/109-juventud-global-identidades-y-escenarios-de-actuacion-en-clave-cosmopolita>
- Zabalza Beraza, M.A. (Octubre-Diciembre de 2011). Metodología docente. *REDU. Revista de docencia Universitaria*, 9(3), 75-98. Recuperado el 22 de Mayo de 2016, de <http://red-u.net/redu/files/journals/1/articles/302/public/302-627-1-PB.pdf>