

Romper la burbuja: cuando la docencia se encuentra con la realidad



¿Estamos enseñando para la vida real o únicamente para aprobar el examen? Queríamos que los estudiantes fueran más allá de los contenidos del syllabus, salieran de la torre académica y se acercaran a los espacios donde la teoría se enfrenta con la escasez, la urgencia y las dificultades de cada día. Hoy vamos a compartirles cómo esta pregunta nos llevó a replantearnos nuestros supuestos, y a arriesgarlos a implementar Aprendizaje y Servicio. Esta metodología de aprendizaje transformó nuestra manera de enseñar los cursos de Pronósticos e Inventarios y Gerencia Publicitaria.

Empezamos a trabajar junto a fundaciones locales y pequeños comercios de barrio. Nuestros socios conocían profundamente su entorno y sostenían sus proyectos mediante el esfuerzo diario, muchas veces en condiciones económicas complejas. Su experiencia permitió que los estudiantes comprendieran mejor el contexto y reconocieran el

valor del conocimiento que nace fuera de la universidad.

A partir de las oportunidades de mejora identificadas junto a la comunidad, construimos soluciones sencillas y prácticas. En algunos casos, los estudiantes organizaron cocinas comunitarias de los albergues para reducir los tiempos de espera y facilitar el trabajo de quienes preparaban y distribuían alimentos.

En otro proyecto, ordenaron el sistema de inventarios de una floristería local, con el propósito de evitar pérdidas y mejorar sus oportunidades de venta.



Buscamos retar a los estudiantes para que escuchen, se adapten y conecten la teoría con el servicio comunitario.



¿Estamos enseñando para la vida real o únicamente para aprobar el examen?

Desde el área de comunicación, desarrollaron estrategias ajustadas a la identidad y las condiciones de cada organización. También incorporaron códigos QR para que los donantes pudieran conocer con precisión el destino de sus aportes. La transparencia se convirtió así en una herramienta concreta para fortalecer la confianza.

Uno de los momentos que más recordamos ocurrió al observar a los estudiantes dentro de una pequeña tienda, conversando de igual a igual con las personas encargadas. Habían dejado atrás las propuestas genéricas inspiradas en grandes empresas y estaban creando materiales pensados para la identidad particular de cada negocio.

En ese momento, la educación adquirió un sentido distinto. Los estudiantes entendieron que el marketing puede visibilizar y pro-

teger el sustento de una familia. Salir de las cuatro paredes de la universidad les permitió romper la burbuja.

Descubrieron que sus conocimientos podían convertirse en herramientas de utilidad inmediata para personas concretas. Además, experimentaron la satisfacción de colaborar activamente con sus vecinos y comprobar que su trabajo tenía consecuencias reales. Si la universidad no sirve para democratizar el conocimiento y dignificar el trabajo de la comunidad, perdemos la oportu-

nidad de potenciar el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Como docentes, aprendimos que una clase limitada a la pizarra y a las simulaciones pierde oportunidades valiosas.

Ahora buscamos incomodar a los estudiantes, plantearles retos y llevarlos a contextos donde deban escuchar, adaptarse y responder con responsabilidad, para así conectar el aprendizaje teórico con el servicio comunitario.

A quienes deseen implementar una experiencia similar, les aconsejamos asumir el riesgo y dejar de lado el miedo. La meta puede ir más allá de aprobar un examen. Podemos formar profesionales capaces de comprender su entorno y reconocer que detrás de cada estrategia implementada existe una vida que puede cambiar.



En ese momento, la educación adquirió un sentido distinto. Los estudiantes entendieron que el marketing puede visibilizar y proteger el sustento de una familia. Salir de las cuatro paredes de la universidad les permitió romper la burbuja.