

comercial, así como la convivencia civil, pues es en el espacio de vida ciudadano y sus habitantes, donde debe partir un modelo convenido de afirmación cultural.

**Juan Pablo Villegas Ramelli.** Docente de la universidad de Medellín - Programa de Comunicación Gráfica Publicitaria. Miembro del Foro de Escuelas de Diseño.

## Desarrollar contenidos... zapatero a tu zapato

Cintia Zaremsky

La demanda de desarrolladores de contenidos ha crecido. Es más, es un rol que ha adquirido nombre propio a partir de la información digital.

Sin embargo esta tarea no parece requerir de un perfil definido, una formación específica, unos saberes particulares.

Nos encontramos así con empresas de corte informático, de diseño digital y consultores de diferente tipo que “suman” este servicio a su propia especialidad como si fuese ésta fuese una tarea “menor”.

Esto supone que poseer una información es sinónimo de saber transmitirla.

Antes de la explosión informática, las organizaciones tenían la misma necesidad de producir y transformar contenidos apuntando a diferentes objetivos, aunque el soporte único era el papel.

Las herramientas digitales en cambio poseen el fenómeno de la navegación que permite estructurar la información en módulos o formatos diferentes al del papel.

Sin embargo desarrollar contenidos en cualquier época o soporte no significa simplemente ordenar la información hoja tras hoja, *link a link*.

### ¿Qué conocimientos son necesarios para desarrollar contenidos?

Por empezar, poseer la capacidad para entamar:

- Los objetivos que se persiguen,
- Las características de los destinatarios,
- El tipo de contenidos,
- La cultura de la organización en la que esas personas se desenvuelven: las formas que asume la comunicación, los valores que la atraviesan, la manera en que se

enfrentan los cambios, los paradigmas acerca de la comunicación y/o el aprendizaje y las resistencias que se manifiestan.

- El encuadre en que el proyecto se llevará a cabo,
- El contexto global en el que la organización está inmersa,

En síntesis, en primera instancia: un relevamiento, y una buena lectura y análisis de la situación.

Luego, es necesario el conocimiento acabado acerca de los procesos de incorporación de información y de aprendizaje. Es imprescindible el descentramiento para intentar ponerse en el lugar del otro: escuchar con sus oídos, entender con su experiencia y forma de pensar, hablar con su lenguaje.

La ductilidad y creatividad son fundantes al momento de seleccionar los mejores recursos para cada caso y concebir una arquitectura particular que conjugue en forma armónica todos los elementos.

Desarrollar contenidos es un trabajo complejo que en nada se asemeja a la tarea de “subir” información. El verdadero desarrollo es la creación de un puente sostenible entre unas personas determinadas y unos contenidos específicos.

Por esto no existen fórmulas predeterminadas para la comunicación, que den igual resultado en unos casos que en otros, y por eso somos necesarios los desarrolladores de contenidos “de profesión” (y pasión): educadores, expertos en comunicación, psicólogos, sociólogos, personas para quienes el eje de su trabajo pasa también por las personas y las organizaciones en las que se desenvuelven. Por eso, son necesarios esos saberes para llevar el timón a la hora de producir una herramienta, es nuestra tarea el eje rector, la columna vertebral que sostiene y moviliza la interdisciplinariedad que requiere un diseño comunicacional.

**Cintia Zaremsky.** Docente, Psicóloga Social. Dir. CZ Fábrica de contenidos.

## Interactividad no es hacer “clic”

Cintia Zaremsky

Uno de los valores que se le atribuye a la mayoría de las herramientas educativas digitales es el de poseer una “gran interactividad”: más “clic” sobre la pantalla supone mayor interacción.

### Ahora bien ¿qué es realmente la interactividad?

Es la acción recíproca entre unos objetos, elementos o personas.

Cuando hablamos de aprendizaje esa reciprocidad está dada por el intercambio entre una información y una persona: la información acciona sobre el sujeto quien a su vez la transforma según sus conocimientos previos, necesidades y posibilidades para “usarla” en su realidad.

En la educación presencial ese proceso está mediado por la relación personal dentro de la tríada que

conforman el instructor, el grupo y la tarea (objetivos, y contenidos a aprender.)

El canal que soporta esa interacción es la comunicación: las palabras, los gestos, el clima grupal, el estilo de coordinación y liderazgo que asume el instructor, en síntesis, la metodología y el paradigma de aprendizaje que la sustenta.

Si trasladamos estas ideas al aprendizaje digital podríamos pensar que interactividad es mucho más que un cúmulo de "clics" (en todas sus variantes conocidas: arrastres, avances y retrocesos, elección de opciones, etc.)

Estos recursos no son más que la parte operativa de la interactividad.

Las personas necesitamos de los otros para crecer y desarrollarnos por ello, el aprendizaje solitario frente a una pantalla requiere de la emulación de ese intercambio.

Esta posibilidad se potencia aún mucho más si dicho aprendizaje se realiza además, con el intercambio grupal (foros de discusión, tutorías, etc.)

Pero centrémonos en el desarrollo del contenido que es la etapa inicial que nos ocupa.

En primer lugar consideramos que la verdadera interactividad al desarrollar un contenido, reside en la capacidad que posee el diseñador didáctico para ponerse en el lugar del otro, el que va a aprender. Esto implica un pensamiento anticipatorio es decir: evaluar cuidadosamente sus posibles motivaciones, sus tiempos de atención, el encuadre desde el que se acercará a la información, entre otras tantas variables.

Cada usuario es único y habrá que contemplar el mayor abanico de posibilidades que atiendan a ese universo de destinatarios diferentes entre sí, con el fin de lograr un verdadero "lazo" entre el contenido y cada persona en particular.

Lograr esto requiere una cantidad de pasos previos.

Por empezar cada trabajo transita un fuerte proceso de interacción interna (consigo mismo y con el equipo.) Esto implica soportar un recorrido de avances y retrocesos.

Hacer - deshacer - contradecirse - discutir, son parte de un proceso ineludible que conlleva además de talento y conocimiento, un gran esfuerzo y una alta dosis de incertidumbre con la que se debe aprender a convivir ya que es precisamente la que da lugar a la creatividad.

Esa tarea interna nos permite trazar entre nosotros y el usuario, un paralelo que contempla los movimientos que asume el pensamiento: nunca lineales ni en un único sentido sino más bien erráticos, circulares, en redes de asociación de ideas.

Nuestra tarea consiste en plasmar nuestro propio proceso de interacción con la información, en un tejido que nunca pierde de vista al destinatario.

Esta concepción del aprendizaje como fruto de la interacción, no es privativa de los medios digitales sino que responde a una filosofía aplicable a todo medio: no hay aprendizaje si no se crea un puente entre las personas.

Es precisamente esa suerte de trama casi invisible que va desde nuestro pensamiento hasta el del usuario lo que consideramos como el primer indicio de verdadera interactividad, la acción recíproca: el usuario actúa sobre nuestra tarea desde el momento en que concebimos un desarrollo específico para él y luego es él quien percibe que antes y detrás hubo personas atendiendo a sus expectativas.

**Cintia Zaremsky.** Docente, Psicóloga social. Directora de CZ Fábrica de contenidos.