

Microclase: la oralidad planificada

Abelando, Laura (*) y Ninomiya, Andrea (**)

Fecha de recepción: agosto 2020

Fecha de aceptación: octubre 2020

Versión final: enero 2021

Resumen: Las épocas de pandemia y de cibercultura nos obligan a generar propuestas que optimicen los tiempos y potencien las estrategias de enseñanza y aprendizaje y a su vez, resulten motivadoras y dinámicas. Un dispositivo conocido en ámbitos didácticos llamado *microclase* se reformula en estos contextos de prácticas docentes en línea. La microclase, como toda presentación, es un acto creativo que será planificado para transmitir un mensaje en otro escenario: el video, pensando en la narrativa y su estructura y en la importancia del lenguaje no verbal, en pos de mantener al auditorio atento de principio a fin. Esta propuesta analiza la planificación de la comunicación para concretar producciones óptimas y eficaces como herramientas del docente que enseña en este contexto y estudiantes que aprenden mediante dispositivos en línea.

Palabras clave: Comunicación - lenguaje - oralidad - planificación

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 73]

Introducción

El acto de presentar es un acto de comunicación humana que implica a una persona hablando ante una audiencia sobre un tema en particular y con un propósito determinado, por ejemplo: una clase, una reunión de negocios, una rueda de prensa, una exposición en un congreso, entre otros. Toda presentación tiene uno o más propósitos. Javier Reyer (2006), periodista especializado en comunicación, postula ocho posibles propósitos que toda presentación persigue: informar, entretener, educar, emocionar, motivar, amonestar, inspirar o persuadir. La clase de un docente, ya sea presencial o virtual, persigue varios de estos propósitos.

En estas épocas, atravesadas por la pandemia y las medidas que a nivel nacional son de público conocimiento y nos permiten trabajar desde nuestros hogares con las clases en línea, las exposiciones orales se ven afectadas y como docentes nos hemos visto en la necesidad de grabar nuestras clases. Y este pasaje de la clase presencial a la clase *online* no es automático: requiere revisión, reformulación y transformación. Para ello es necesario considerar los factores que se ponen en juego, como el tiempo, el uso de imágenes para graficar o ilustrar la presentación, la dinámica, el ritmo, el uso del lenguaje verbal y no verbal, la postura frente a la cámara, el nivel atencional, entre otros factores.

Históricamente y en el contexto de la didáctica, la *microclase* contribuye en la formación de docentes a la construcción de un quehacer reflexivo, con posibilidades permanentes de revisión/resignificación a partir del ejercicio de autoevaluación y de la consideración de un espacio de intercambio con los compañeros que oficiaron de estudiantes ficticiales, a fin de tomar conocimiento del desempeño y capitalizar los logros tanto como modificar errores.

En el contexto de la educación en línea, reformulamos el concepto de microclase como una transformación de la clase presencial que se ha mudado a la virtualidad y por lo tanto se comparte en formato audiovisual, es así que debe ser repensada para que genere oportunidades para aprendizajes plenos de los estudiantes y que a su vez promueva autonomía en los aprendizajes asincrónicos.

La Microclase: la oralidad planificada

Hay una impresión general de que la mayoría de las presentaciones filmadas son aburridas, inútiles, se extienden más allá del tiempo adecuado o no se entienden. El nivel atencional de cualquier persona frente a una pantalla es menor que frente a una clase en contexto áulico. Por eso, el primer ajuste que deberá hacer el docente que presente una microclase en el formato de video, deberá ser justamente el tiempo. Es recomendable que una microclase, como formato audiovisual, se maneje entre el rango de 6 a 9 minutos de duración aproximadamente. Pero lo más importante es reflexionar en la estructura de la narrativa y planificar el acto comunicativo.

Las clases grabadas que llamaremos microclases tienen varias ventajas: el estudiante puede ver el material las veces que lo necesite hasta apropiarse del contenido, en cualquier dispositivo, en cualquier momento y lugar. Sin embargo, una microclase también puede ser un obstaculizador del aprendizaje si no logra mantener la atención del estudiante.

El nivel o la curva atencional tiende a decaer en los primeros minutos de una microclase. ¿Cómo sostener esta curva? ¿Cómo lograr que una presentación transmita un mensaje y, a su vez, mantenga al público o auditorio pendiente de principio a fin? Las dotes del buen orador no se adquieren genéticamente, son producto de la planificación, es decir, que se puede llegar a ser mejor comunicador de lo que se es en la actualidad. Como toda actividad humana es perfectible.

El arte de presentar puede compararse con un viaje: el orador guía al auditorio de un estado actual a otro según sus necesidades. La narrativa ideal de una exposición oral tiene tres momentos básicos: inicio, desarrollo y desenlace.

Las exposiciones orales se desarrollan en una línea que va desde un punto A hasta un punto B. En su recorrido, se observan diferentes momentos que, si son planificados adecuadamente, pueden sostener dicho recorrido manteniendo la máxima atención del público. El punto A es el momento problematizador, motivador y cautivador. El momento en donde se capta la atención del receptor y del mensaje. El desarrollo cobra expresivi-

dad en la presentación de los contenidos a enseñar a través de los puntos de giro que corresponden a la presentación de complejizaciones y problematizaciones, que implican una dinámica ascendente en la intensidad dramática alcanzando el clímax en el nodo central del contenido. El punto B seguramente será el punto de llegada de una trayectoria que comenzó en el punto A.

Para comenzar se deben tomar ciertas decisiones en torno a la planificación: ¿Quién es el destinatario del mensaje? ¿Qué características posee? ¿Cuál es el objetivo de la presentación oral? ¿Cuál es el propósito? ¿Cuáles son los contenidos a enseñar? ¿Cómo va a ser el recorrido/estructura de la narrativa? ¿Qué recursos se van a utilizar? Luego, tener en cuenta los factores que se ponen en juego en la comunicación más allá del contenido y su estructura comunicacional. Esto es: el lenguaje no verbal, siendo de suma importancia los recursos corporales (la voz, la postura, las manos, la mirada, las muletillas) además de los recursos tecnológicos disponibles que permitan diseñar una producción audiovisual con buena calidad de imagen y audio.

El objetivo principal de la presentación oral del docente es educar, es decir, comunicar un mensaje y que este sea comprendido por el auditorio o los estudiantes. Sin dejar de lado las otras instancias propuestas por Reyer (2006), como emocionar, motivar, inspirar o persuadir, y que forman parte intrínseca del acto de educar, el presentador debe lograr que el mensaje sea comprendido. La planificación de la presentación deberá contemplar espacios para que el expositor se asegure de que el mensaje sea entendido y recibir un *feedback* del auditorio.

Hay varios errores frecuentes: la explicación reiterativa o demasiado ambigua que alarga los tiempos del video, la velocidad de la locución o falta de claridad en la modulación, monotonía en la voz. Otros errores técnicos están vinculados con la calidad del audio, la luz, el escenario, la falta de edición. Todos estos desaciertos pueden evitarse con una buena planificación. Un error común es intentar explicarlo todo, de forma reiterada.

Para Gonzalo Álvarez Marañón, en *El arte de presentar*, toda presentación persigue tres objetivos:

1. Conectar con la audiencia es crear un puente entre lo que puede ofrecer el presentador y lo que la audiencia necesita recibir. “Solo si sientes pasión por el tema de tu charla, podrás contagiar entusiasmo a la audiencia” (Álvarez Marañón, 2012). Sentir empatía por el otro, demostrar que se está ahí por él y para ayudarlo, y evidenciar el disfrute de lo que se está haciendo. La exposición no será un acto dogmático si se manifiesta autenticidad y vulnerabilidad, por ejemplo, no solo hablar de éxitos, también de fracasos.

2. Dirigir y mantener la atención del auditorio incluyendo elementos que capten la atención y guíen a la audiencia hacia lo más importante. Es indispensable sostener el grado atencional de principio a fin, incorporando un buen diseño del material multimedia que la acompañe (transparencias, videos, animaciones, etc.), junto con anécdotas, historias, ejemplos, analogías, juegos, dinámicas de grupo y otros, son como anzuelos que ayudan para “repescar” el interés y mantenerlo.

3. Fomentar la comprensión y el recuerdo: los procesos cognitivos son complejos y hasta las personas más sabias poseen una capacidad intelectual finita. Conviene que la presentación sea fácil de seguir, digerir y recordar. La cantidad de tiempo disponible será menor al volumen de información que se posee para la disertación. Además de proporcionar la información justa y necesaria para no sobrecargar la memoria de trabajo del público, también es importante guiar la atención para que en cada momento se centre en los detalles visuales y verbales más importantes. El diseño de las transparencias o diapositivas, el agregado de las palabras claves y la inclusión de imágenes resultan cruciales para guiar constructivamente la atención de los asistentes y fomentar el recuerdo de la visualización y la comprensión. (Álvarez Marañón, 2012).

Desde hace unos años surgió una tendencia que no para de crecer y expandirse: la producción de videos educativos como materiales didácticos. Introducidos de manera adecuada pueden generar un aumento en el nivel de asimilación de conocimientos en los estudiantes, mejorar y acelerar el análisis crítico e incluso motivar a la búsqueda de más saberes. Hasta el momento los videos educativos se cuentan como un recurso más en las clases presenciales o como soporte de las mismas.

La microclase como oralidad filmada invita a una experiencia sensorial diferente a los materiales impresos y a videos educativos que complementan una clase. Escuchar y ver al docente genera una inmersión que moviliza varios sentidos a la vez, además pueden ser vistos desde cualquier dispositivo, en el lugar y el momento que se desee. Es notorio cómo los estudiantes vuelven al video una y otra vez para asimilar contenidos. En la presencialidad no pueden rebobinar la explicación del profesor. A lo sumo puede levantar la mano y solicitar que repita el tema. Sin embargo, para hacerlo hace que se presenten ciertas condiciones dentro del aula: el acompañamiento o no del docente, las características del curso y, sobre todo, las herramientas personales que pueda tener el estudiante a la hora de levantar la mano. Muchas veces la timidez, la vergüenza o la introspección obstaculizan ese momento. Sin embargo, ante un video, el estudiante puede reproducirlo tantas veces quiera.

La estructura de la oralidad planificada

Si pensamos en el diseño de las clases virtuales filmadas y la duración de las mismas podemos destacar tres formatos: el video tráiler, el *webinar* y la microclase.

El video tráiler es un audiovisual de 30, 60 o 90 segundos que permite comunicar un resumen, un avance, una definición, un ejemplo, una conclusión. En fin, lo que se conoce como un nanocontenido. Estos videos tráiler pueden tener una narrativa propia lineal o bien pueden ser un *remix* de conceptos, imágenes y/o videos para introducir un tema, para ser insumo de un torbellino de ideas o bien a modo de balance de un proyecto o actividad.

El *webinar* es un audiovisual de más de 30 minutos de duración. Los *webinars* son seminarios filmados. Estos videos son en general grabaciones de una presentación sincrónica del docente con interacción con estudiantes

bajo diversas modalidades (disertaciones, conversatorios, demostraciones, etc.) en una plataforma digital establecida. En los *webinar* se establece al máximo los elementos del acto comunicacional.

Nótese que no se ha recomendado un audiovisual de mucha duración de una presentación del docente. Estos tipos de videos suelen ser tediosos por su monotema y su extensión, resultando siempre en un abandono de la visualización por parte del estudiante teniendo que retomarlo fragmentariamente sin mucha motivación. Por más que el hilo comunicacional sea exitoso en su estructura y dinamismo, por más que se incluyan recursos externos que enriquezcan la presentación o el expositor sea un hábil orador, la curva atencional es la que gobierna en el proceso de aprendizaje ubicuo.

La microclase es un audiovisual de 6 a 9 minutos de duración aproximadamente. Estos tipos de videos pueden tener su propia autonomía o bien pueden ser una serie de videos cuyos contenidos se encuentran secuenciados. El estudiante puede ver de manera ubicua la microclase tantas veces como necesite. La cultura *vlogger* (video blog) tiene un alcance enorme en la actualidad. Ha logrado desarrollar su propia dinámica a partir de un crecimiento sostenido desde la aparición de *Youtube* en el 2005. Existen canales temáticos de todo tipo y estilos. La relación de la cultura *vlogger* con educación hizo que las microclases sea la estrategia que más éxito está teniendo entre los estudiantes *millennials* y *centennials*, ya que les permite gestionar su tiempo acorde a la espontaneidad de la motivación en el aprendizaje. Sin lugar a duda, la estrategia de las microclases se está expandiendo más que los *webinars*. Estos últimos se asemejan a una conferencia, mientras que las primeras son enriquecedoras por su máxima ubicuidad. Sin embargo, los *webinars* son los que tienen una mayor publicidad de conferencias de renombrados profesionales, mientras que las microclases se multiplican desde la práctica cotidiana de la educación en línea.

El diseño de la estructura de una microclase seguramente va a estar condicionado por los contenidos, los destinatarios del mensaje y el contexto específico. Es por eso que es necesario establecer una organización del audiovisual que dé cuenta de un guion. Este puede estar escrito previamente. Puede estar bosquejado o puede ser un acto espontáneo sobre una temática que el docente se desenvuelve con solidez. Pero más allá de esto la estructura debe poseer diferentes momentos.

El comienzo de la microclase es el momento se presenta el Punto A como llamado al interés. Esto es posible a través de un problema sin mencionar su solución, una pregunta abierta, una experiencia de vida, una frase disparadora, un caso a resolver, una imagen polisémica o cualquier otra estrategia que genere en el estudiante la motivación genuina de vivenciar el recorrido del mensaje para resolver este planteo inicial. Luego de esto, un pequeño video o placa a modo de presentación del tema de la microclase. Incluir un título (contenido a enseñar) debe tener la mayor importancia y de ser necesario, como subtítulos puede mostrarse el título de la Unidad Temática, el nombre de la asignatura y/o el nombre del Docente. Durante el desarrollo es importante saludar, presentarse

y mencionar el objetivo central de la microclase. Luego comienza la disertación del docente atendiendo a los dos puntos de giro que complejizan la exposición, alcanzando el eje central en el clímax de la narrativa. Durante el desarrollo y el desenlace es posible utilizar subtítulos, placas con ideas claves, elementos que propongan los programas de edición de videos para remarcar los conceptos más destacados de la explicación. También es posible utilizar imágenes, obras de arte, gráficos, estadísticas, fotografías, cartografía. Todo lo que sea necesario para enriquecer la presentación. Es válido mencionar que estos recursos solo acompañarán la oralidad sin confrontarla. Es decir, no es recomendable proponer una placa con 5 ítems y el docente se ocupará de leerlos en la microclase. ¿Qué imagen podría acompañar a cada ítem?

El desenlace implica la llegada al Punto B, el diálogo con el Punto A como expresión máxima de la circularidad de la comunicación otorgando coherencia y cohesión. También es importante una recapitulación del recorrido del desarrollo para afianzar contenidos. En el desenlace además es posible presentar conclusiones y reflexiones finales, como también el legado y los interrogantes abiertos sobre el tema tratado. Con respecto a los créditos hay dos estrategias. La primera considera importante ser específicos y en unos pocos segundos explicitar el contexto institucional, volver a mencionar la asignatura, la unidad temática, el apellido y nombre del docente como también, de ser necesario, la bibliografía utilizada. La segunda sostiene que los créditos deben ser los más generales posibles para que la microclase pueda ser utilizada en diferentes contextos institucionales, materias y/o momentos del ciclo lectivo.

El lenguaje verbal y no verbal en el diseño de la microclase

El contenido de una presentación es lo más importante y constituye su razón de ser. La forma en que se exponga causará un profundo efecto sobre la manera en que lo recibirá la audiencia. Los auditores pueden olvidarse del contenido de una charla que presenciaron años atrás y recordarán por largo tiempo al expositor y cómo los hizo sentir.

Abandonar paulatinamente el estilo tradicional de presentación mejora la conexión con la audiencia, logrando captar y mantener mejor su atención. El estilo tradicional puede ser monótono, inmóvil (detrás de una mesa o atril) unidireccional, denota protagonista, es estático, y el expositor lee transparencias. El estilo no tradicional denota entusiasmo y buen humor, gran expresividad, variedad tonal y rítmica, movilidad, participación de la audiencia y dinamismo.

Las dotes del buen orador son perfectibles y requieren de una planificación. Detectar cada elemento del lenguaje no verbal y usarlo a favor, forma parte del proceso de aprendizaje de comunicar con cada parte del ser.

Además del mensaje verbal, importa el mensaje paraverbal, el cómo se dice ese mensaje. La voz es la herramienta, pero mal utilizada dificulta la comprensión de un discurso y da una pésima imagen del orador. Elementos para prestar atención de la paleta paraverbal:

- El volumen: hablar alto denota seguridad e intención de llegar a todos los miembros de la audiencia. Los cambios en el volumen matizan el mensaje.
- La articulación: hablar con claridad, en forma pausada, articulando las frases y manteniendo siempre contacto visual con los oyentes. Evitar el tono descendente de la voz al terminar las frases.
- Cambio de ritmo: la velocidad mayor o menor, incluso la lentitud, tienen su momento justo en una presentación. Los cambios de ritmo ofrecen un magnífico contraste que dota de mayor interés al discurso y da color a las palabras.
- La entonación: la monotonía es uno de los mayores enemigos de una presentación. Acentuar las frases más importantes rompe con dicha monotonía. Incluir preguntas retóricas, repetir frases o palabras muy parecidas, como el uso de figuras retóricas, aliteración, la anáfora o el paralelismo, mediar las pausas y hacer voces cuando se introducen anécdotas, le dan color a la voz y matiza discurso.
- El abuso de las muletillas: El silencio asusta y muchos oradores tienden a llenarlo con un “ehhhhh” que no suma, es más, resta. Otros insertan muletillas como: “bueno”, “¿no?”, “¿está claro?” o como vimos más arriba: “¿me escuchan?” o “¿se entiende?” propias de la función fática del lenguaje. Las muletillas le restan brillo a la presentación y sabotean la continuidad. Tomar conciencia de las mismas, agregar pausas y preparar la presentación con prácticas previas disminuyen el uso de las mismas.
- Las pausas: o silencios son elocuentes y crean un vínculo entre el presentador y el auditorio. Utilizarlas ayuda a la respiración y a ordenar los pensamientos del presentador y habilita un espacio de reflexión y aumenta la atención de la audiencia.

La postura corporal del presentador determinará la primera impresión visual en el auditorio e influirá en el mensaje que quiere transmitir. ¿Qué hacer con las manos? El movimiento de las manos deberá ser suave y lento, evitando poner las manos en los bolsillos, no cruzar o entrelazar los brazos, no sujetar el atril o escritorio, evitar jugar con lápices o punteros láser, no señalar a la audiencia ni hacer gestos bruscos. ¿Qué hacer con los pies? Hablar en público produce ansiedad y a veces los pies traicionan al presentador produciendo desplazamientos innecesarios sobre el espacio. Esto demuestra inseguridad y distraen al auditorio. Una buena estrategia es dejar los pies fijos y a la altura de los hombros. Los movimientos dentro del espacio deben tener un propósito, como contar una historia y conectar con el público. También el buen presentador deberá tomar plena conciencia de las muletillas gestuales como tocarse el pelo, jugar con un anillo o reloj, o acomodarse los lentes. Los gestos sirven para enriquecer las palabras, como dibujar una figura en el aire, señalar una parte del cuerpo o marcar una distancia. El lenguaje corporal frente a la cámara en educación en línea también es un aspecto a tener en cuenta. Estar sentado no significa estar inmóvil o en situación incómoda o, por el contrario, demasiado cómoda.

En la clase presencial, el contacto visual con el auditorio o el grupo de estudiantes es de suma importancia y estimula la atención del estudiante generando empatía con el docente. Podemos enumerar cuatro tipos de contacto visual: el contacto nulo, en donde el expositor apunta su mirada al suelo, a las notas o a las diapositivas, sin prestar atención a las personas presentes; el contacto visual interpersonal: es la mirada *sin ver*, el presentador se esconde de la audiencia, mira al fondo de la sala, pero no establece un control visual real con personas de la audiencia; el contacto individualizado consiste en fijar la mirada unos 5 segundos aproximadamente en algunos integrantes de la audiencia, intentando no repetir siempre a las mismas para no dejar de lado al resto del público; y el contacto *parabrisas* que consiste en trazar un barrido o escaneado al público de forma rápida o lenta con la mirada, formando una M o una W. En la virtualidad siempre es aconsejable mirar directamente a la cámara del dispositivo para lograr una mayor empatía con la persona con la que se está comunicando. En la presencialidad, el primer contacto que se establece es a través de la mirada. Por eso es recomendable confraternizar con una mirada abierta y amable que llegue a todo el público. Este requisito también está presente en la virtualidad y recobra importancia en la educación en línea que, si bien no tenemos presente la mirada del estudiante, será la cámara la que lo representa y por tanto persiste el contacto visual aún a la distancia.

Conclusiones

Las estrategias del docente siguen evolucionando, adaptándose a los permanentes cambios que la virtualidad trae aparejada. En la era de la cibercultura y particularmente en nuestro contexto de aislamiento, la educación en línea reemplazó a la clase presencial. Esta propuesta presenta solo una idea para pensar la clase en las particularidades de este contexto. ¿Es posible que estas estrategias se sostengan más allá de la pandemia? ¿Las herramientas incorporadas por los docentes serán un material descartable cuando volvamos a la presencialidad? Esta propuesta invita a resignificar la oralidad, los tiempos y claridad del discurso cuando la estrategia de enseñanza es la explicación del docente. Economizar tiempos de acuerdo a la atención del estudiante pone en tensión el valor de cada idea o palabra elegida para transmitir conceptos indispensables para que, a posteriori, quien aprende continúe profundizando y desarrollando habilidades que le permitan aprender a aprender de manera más autónoma.

Las microclases, previamente planificadas, se convierten en una potente oportunidad de enseñanza y aprendizajes que no reemplazan la presencialidad, pero desafían a los docentes a profundizar las potencialidades de la propuesta. El diseño del dispositivo que realice el docente optimiza u obstaculiza la calidad de comunicación y las posibilidades de establecer *feedback* parecería un hecho imposible en la virtualidad sin embargo existen recursos que lo habilitan con buenos resultados. La virtualidad nos ha permitido reconocer cómo la tecnología se ha vuelto indispensable, aunque impensado e

inesperado en este contexto, es hora de re-evaluar el uso de la tecnología solo como un recurso más o reubicarse en los procesos de enseñanza y de aprendizaje como mediadora y promotora del desarrollo de habilidades propias que se incluyen en la tecnología educativa.

El objetivo principal de la microclase como producto final es que sepa sortear por sí solo los obstáculos que se presentan al pensar en el paso de la clase presencial a la virtualidad, por ejemplo, la conexión con el estudiante, el fomento de la comprensión y el recuerdo, el sostén de la curva atencional, para fomentar el aprendizaje mediante los dispositivos en línea.

Referencias bibliográficas

- Álvarez Maraño, G. (2012). *El arte de presentar. Cómo planificar, estructurar, diseñar y exponer presentaciones*. España. Grupo Planeta.
- Reyero, J. (2006). *Hablar para con Vencer*. (2a ed.). España: Pearson Educación.

Abstract: Times of pandemic and cyberculture require proposals able to optimize time and enhance teaching and learning strategies and turn both stimulating and dynamic. A device known in didactic fields called microclass is reformulated in these contexts of online teaching practices. The microclass, like any presentation, is a creative act that will be planned to transmit a message in another setting: the video, thinking about the narrative and its structure and the importance of non-verbal language, in order to keep the audience attentive from the beginning to the end. This proposal analyzes communication planning to specify optimal and efficient productions as tools for the teacher who teaches in this context and students who learn through online devices.

Keywords: Communication - language - orality - planning

Resumo: As eras pandêmica e cibernética nos forçam a gerar propostas que otimizam os tempos e melhoram as estratégias de ensino e aprendizagem e, por sua vez, são motivadoras e dinâmicas. Um dispositivo conhecido nas áreas de ensino chamado microclasse é reformulado nesses contextos de práticas de ensino online. A microclasse, como qualquer apresentação, é um ato criativo que será planejado para transmitir uma mensagem em outro cenário: o vídeo, pensando na narrativa e em sua estrutura e na importância da linguagem não verbal, a fim de manter o auditório atento do início ao fim. Esta proposta analisa o planejamento de comunicação para realizar produções ideais e eficazes, como ferramentas de ensino nesse contexto e alunos aprendendo por meio de dispositivos online.

Palavras chave: Comunicação - linguagem - oralidade - planejamento

(*) **Abelando, Laura.** Es Licenciada y Profesora en Letras UBA. Especialista en educación y TIC. Docente en educación media en escuelas públicas y privadas en GBA, Tramo pedagógico para profesionales, en UNLZ y Posgrado en la Universidad de Morón (Diplomatura Innovación y Tecnologías Educativas para la Enseñanza).

(**) **Ninomiya, Andrea.** Es profesora de Biología y Especialista en Educación en Ciencias, Universidad de San Andrés. Posee una sólida formación en didáctica general y específica de las Ciencias Naturales. Su trayectoria incluye cursos y posgrados en UTN, FLACSO, UCA y otras instituciones focalizándose en tecnologías educativas, proyectos de formación en línea y alfabetización digital.

La conformación de una comunidad virtual de aprendizaje en la formación docente inicial. El caso del Instituto de Formación Docente N° 36 José Ignacio Rucci de José C. Paz

Álvarez, Adriana Gisele (*)

Resumen: Desde 2016 el Instituto de Formación Docente N° 36 José Ignacio Rucci de José C. Paz lleva adelante la integración del campus virtual Educativa al dictado de las materias presenciales de los seis profesorados que alberga. Esto posibilitó la construcción de una comunidad virtual de aprendizaje. Este año, el ISFD N° 36 promovió en el uso del aula virtual el Curso Introductorio a la Formación Docente Inicial con el objetivo de que los estudiantes que ingresan a los profesorados adquieran herramientas para su formación docente en una sociedad tecnificada y la pertenencia a una comunidad virtual de aprendizaje. Este trabajo describe y analiza esta experiencia.

Palabras clave: APSO - COVID 19 - formación docente - TIC

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 76]

Fecha de recepción: agosto 2020
Fecha de aceptación: octubre 2020
Versión final: enero 2021