

de lado los logros obtenidos durante el proceso.

Desde una nueva óptica, sería interesante reflexionar acerca de la evaluación como un proceso más del aprendizaje y su sentido o razón de ser en el contexto de la educación universitaria, ya que el proceso de evaluación puede también ser mirado como un proceso de reflexión. Cuando nos detenemos a “evaluar” un nuevo concepto, una de las cosas más importantes que obtenemos es una modificación en los conocimientos existentes, un enriquecimiento promovido por el nuevo saber. Por ejemplo, cuando niños creemos que las plantas se alimentan simplemente de agua, cuando tomamos contacto con el conocimiento más complejo del proceso de la fotosíntesis dejamos atrás el conocimiento previo y entendemos que hay otros elementos que participan en el proceso. Al hacer una evaluación de la situación podemos incorporar el nuevo conocimiento y demostrarnos a nosotros mismos que lo obtuvimos, aportándonos la seguridad que necesitamos para seguir incorporando conocimiento, podemos decir que la evaluación forma parte del proceso de aprendizaje y no solo sirve para medirlo.

Ahora bien, si lo que nos proponemos es utilizar métodos de evaluación que sean independientes de la “acreditación”, deberemos encontrar el modo de implementarlos en el aula a través de una dinámica diferente a la de la simple clase expositiva. Generar en los estudiantes un concepto positivo de evaluación y auto-evaluación exige de ellos una responsabilidad adicional para con su propio aprendizaje, que requiere métodos sencillos que el docente puede aportar a través de la ejercitación. Por ejemplo, el uso de mapas conceptuales y guías de lectura son herramientas simples que el estudiante tiene a mano para realizar una evaluación de los conocimientos. Pero como para toda herramienta, deben aprenderse primero los rudimentos necesarios para su utilización.

Si bien una de las metas de la educación es formar mentes críticas, ya que la crítica permite el análisis, la toma de posturas y la transformación, la realidad educativa evidencia que la tarea que se encomienda a las Instituciones abarca un espectro tan amplio que muchas veces éstas no pueden cubrir. En el ámbito Universitario parece existir la idea de “cuanto más, mejor” y a veces se trabaja con anillados bibliográficos tan extensos que son imposibles de abarcar, principalmente para los estudiantes de los primeros años, tomando en cuenta el entorno socio-cultural imperante en el que la información nos llega a través de los medios de comunicación, la mayoría de las veces altamente procesada y nos deja pocas oportunidades para el desarrollo conceptual personal.

Si podemos acondicionar el entorno del aula para transformarlo en un espacio dinámico y expresivo, en el que el análisis de los conocimientos se efectúe en el tiempo y espacio propio de las clases y a través de la introducción paulatina de herramientas avanzadas, seguramente obtendremos de los estudiantes una mayor madurez a la hora de “acreditar” los conocimientos a través de la evaluación tradicional.

Este gran valor se obtiene separando la idea de “acreditación” de la de “evaluación”, la acreditación es un hecho circunstancial, un buen método de evaluación es mucho más que eso, es una herramienta que aportamos a los estudiantes para obtener significados, es lo que hará la diferencia en el ejercicio profesional de la especialidad elegida, ya que un profesional sin capacidad de evaluación de las situaciones y sin capacidad personal de auto-evaluación, no es muy significativo en el

ámbito laboral, independientemente del éxito obtenido con las acreditaciones.

Si logramos generar en los estudiantes estas inquietudes, no solo les aportaremos herramientas, sino que colaboraremos en abrir puertas para que experimenten la gran satisfacción del conocimiento adquirido, incorporándolo como propio, consumado, significativo.

Bibliografía

- Díaz Barriga, A. (1995) *Docente y programa*. Buenos Aires: Aique.
- Furlan, A. (1981) *Aportaciones a la didáctica de la educación superior*. México: Enepi UNAM.
- Hopenhayn, M y Ottone, M. (2000) *El gran eslabón*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Novak, Joseph (1998) *Conocimiento y aprendizaje*. Madrid: Alianza Editorial.

El diseño del currículum y el proceso de enseñanza - aprendizaje en la educación mediática

Sol Cuntin

El presente ensayo pretende indagar sobre el alcance de los estudios de los medios de comunicación en la universidad. Para ello se procederá a plantear una reflexión teórica sobre las relaciones existentes entre la educación mediática y el desarrollo social en la posmodernidad. A continuación, se efectuará un breve recorrido por algunas estrategias aplicables al proceso de enseñanza y aprendizaje sobre los medios de comunicación, tomando como ejemplo el análisis de textos filmicos.

La educación mediática y el lazo social

Jean François Lyotard formula que en la posmodernidad, lo esencial no es ya la transmisión del saber, sino la posesión de la información y el usufructo de la misma por parte de las sociedades (Lyotard, 1998). Ya en 1933, Walter Benjamín reflexionaba anticipatoriamente, acerca del efecto cultural de la mutación de la experiencia en el capitalismo tardío (Benjamín, 1989). Nostálgicamente, señalaba la pérdida de la transmisión del saber en la tradición narrativa y un viraje hacia una nueva forma de barbarie; término que sin embargo aparece imbuido de una connotación positiva. Recuérdese que el pensamiento de Benjamín respecto de lo moderno, se configura en la contradicción de una visión “romántica” respecto de la pérdida de la tradición y en la exaltación de los rasgos constitutivos de la modernidad. Esta concepción Benjaminiana de barbarie, no implica concebir a las sociedades modernas como ignorantes. Hastiados de información, lo han devorado todo y ello conlleva al rechazo deliberado de toda experiencia y a la legitimación del pensamiento de la modernidad, en la argumentación de que ello es intrínseco al ser moderno. Ahora bien, ¿Cuáles son los rasgos sintomáticos de la experiencia posmoderna, que puedan ser proyectados en el contexto aúlico?

En primera medida, cabe aclarar que la educación ya no puede ser pensada mediante el uso exclusivo de textos escritos, ni en el ámbito escolar ni en el ámbito universitario. Debido a la escisión de los límites entre cultura superior y cultura popular

(es ya consabido de qué modo las neovanguardias han contribuido a instaurar este principio) resulta esencial la inserción de la educación mediática en el diseño del currículum. El rol de la universidad en el desarrollo de competencias comunicativas resulta esencial en las sociedades actuales. David Buckingham (2005) caracteriza la educación mediática mediante el rechazo del uso de la tecnología educativa como mero recurso didáctico; definiéndola en cambio como la enseñanza y el aprendizaje *acerca* de los medios de comunicación. Por ende, la alfabetización mediática es la resultante de los conocimientos y habilidades adquiridos por los estudiantes sobre los *mass media*. En la praxis curricular de la educación en medios de comunicación, resultan esenciales tanto la elaboración de un juicio crítico, como la participación activa del alumnado. “La alfabetización mediática es una forma de “alfabetización” crítica. Exige análisis, evaluación y reflexión crítica. Supone la adquisición de un “metalenguaje”, es decir, de un medio que nos permite describir las formas y las estructuras de diferentes tipos de comunicación; e implica una comprensión más amplia, por una parte, de contextos sociales, económicos e institucionales de comunicación (...)” (Buckingham, 2005: 73). El autor concibe el metalenguaje como la adquisición de una terminología específica que propicie el análisis del funcionamiento del discurso de los *mass media* por parte de los estudiantes.

Liotard hace referencia a que en la era posmoderna, el poder se constituye mediante la toma de decisiones. De allí la importancia de forjar un pensamiento crítico en los estudiantes. La elaboración de estrategias de argumentación crítica se instrumenta a partir de los juegos de lenguaje en el contexto aúlico; éstos hacen referencia al efecto pragmático de los actos de habla (es decir, al efecto comunicativo y a las implicancias del uso del lenguaje en los lazos sociales.) Los enunciados -en tanto construcción colectiva del conocimiento, entre pares- instrumentan e inciden en el intercambio social: ello obedece a que “(...) el lazo social está hecho de “jugadas” de lenguaje.” y “Hablar es combatir, en el sentido de jugar” (Lyotard, 1989: 27-28).

En la posmodernidad, las relaciones sociales son más fluctuantes que en la modernidad. El sujeto se encuentra atravesado por un complejo entramado de circuitos de comunicación, obteniendo identidad social y poder, según el modo en el que se coloque en la relación comunicativa. “La cuestión del lazo social, en tanto que cuestión, es un juego de lenguaje, el de la interrogación, que sitúa inmediatamente a aquel que la plantea, a aquel a quien se dirige, y al referente que interroga: esta cuestión, ya es, pues, el lazo social” (Lyotard, 1989: 27-28).

En las sociedades posmodernas, el componente comunicacional va *in crescendo*. La finalidad de los mensajes ya no es sólo la transmisión de información. Ello torna esencial la existencia de una conjunción entre una teoría reflexiva de la comunicación y su praxis en el ámbito universitario, como forma la garantizar la correcta labor profesional futura del alumnado.

El proceso de aprendizaje en la educación mediática.

La actividad científica posmoderna, se legitima en lo interdisciplinar, a partir de producir innovaciones, articulando datos y disciplinas concebidas hasta entonces como independientes. Por este motivo, el diseño del currículum debería contemplar que la competencia no radica ya exclusivamente

en la adquisición del saber, sino que se sustenta en la construcción del conocimiento, definido en términos de utilidad y eficacia. La praxis curricular debe contemplar la obtención de resultados; por ello es importante que los estudiantes puedan ir monitoreando su propio proceso de aprendizaje.

Se trata de lograr un aprendizaje que sea funcional a la actividad profesional futura y a las demandas del mercado. Ello se logra incrementando la competencia del estudiante en los medios de comunicación: Se trata de potenciar la capacidad del alumnado para interconectar procedimientos y habilidades de diferentes disciplinas. En la modernidad el saber disciplinar se concebía aislado. Se entiende por competencia, el desarrollo de capacidades para interpretar un código, pero también para producir significados a partir de un análisis crítico o de la realización audiovisual. Fueron justamente los miembros de la escuela de Frankfurt (entre quienes figura Walter Benjamin), los que instauraron la elaboración de una teoría crítica a partir del cruce entre diversas disciplinas: el psicoanálisis y el pensamiento Hegeliano y Marxista. ¿Cómo podríamos pensar la interdisciplinariedad en la educación mediática? Para Buckingham la educación debe ser multidimensional, es decir multimediática, debido a la pluralidad de discursos sociales en pugna. Los docentes especializados en medios de Comunicación, deberían contribuir a la producción del pensamiento y de la reflexión en la diversidad. De ahí la importancia de la noción de intertextualidad y de un diseño de actividades en función de la misma; tales como: analizar el funcionamiento de la ideología en una misma noticia publicada en diversos medios (gráficos, audiovisuales), efectuar un estudio comparativo de la noción de género en la literatura y en la cinematografía, etc.

El diseño del currículum en la educación universitaria en medios, debería contemplar el estudio de las cuestiones lingüísticas, ideológicas y de representación, sin perder de vista la conjunción necesaria entre teoría y práctica. No debe pretenderse exclusivamente el conocimiento teórico, ya que ello iría en detrimento de la construcción de un conocimiento que sea funcional a las demandas del mercado y al desarrollo tecnológico. Asimismo, se trata de lograr mediante la enseñanza una vinculación concreta con las circunstancias sociopolíticas. El análisis de los textos mediáticos es ya un instrumento de mediación, un modo de participación social. Mediante el mismo es posible el estudio de los contextos históricos y socioeconómicos en que se producen los textos mediáticos, con el fin de propiciar la revisión de los procesos sociopolíticos en el diseño de las actividades.

Es importante para la puesta en práctica del currículum, poder detectar el conocimiento previo de los estudiantes acerca de aquellos temas referentes a los medios de comunicación, que sean esenciales para la disciplina. Para ello podría pedírseles que, a modo de evaluación diagnóstica, elaboren un mapa conceptual. Ello ya permite ir efectuando cambios cognitivos tendientes hacia un aprendizaje significativo, desde los inicios de la cursada. Además debería tomarse en cuenta el análisis sistemático de la construcción de los textos mediáticos, así como el contexto de producción y los usuarios a los que van dirigidos dichos discursos, puesto que todas ellas son herramientas esenciales para la comprensión del campo profesional en el que se insertarán los estudiantes.

Ya se ha señalado que el análisis crítico de los medios es vital para la constitución de la identidad social del estudiante,

puesto que le permitirá ejercer su labor profesional en el campo de la comunicación con ética y responsabilidad. Se trata de desarrollar actividades que faciliten la interrogación, la escritura y la producción audiovisual de manera rigurosa y conciente. Por ello es necesario proporcionarles a los estudiantes diversas herramientas con la finalidad de que efectúen juicios propios. Se trata de que el alumnado vaya adquiriendo herramientas de análisis y de investigación para incrementar su autonomía.

El conocimiento de las convenciones lingüísticas y de la normativa de los géneros resulta esencial para construir un aprendizaje significativo, así como una producción de sentido orgánica en la propia realización audiovisual. En la carrera de Cine y Televisión, es esencial que los estudiantes tomen conciencia de la importancia del análisis textual y de la producción escrita que emerge de allí. El pensamiento crítico resultante del análisis de film debe construirse a partir de evidencias textuales. Es decir, partiendo de los enunciados en el interior del texto filmico, para producir una argumentación a partir de los mismos en la producción escrita.

Es necesario desacralizar la concepción de la creatividad, como la posesión de un talento innato y persuadir a los estudiantes de que se puede aprender a ser creativos mediante la propia producción reflexiva sobre los medios de comunicación. El desarrollo de habilidades técnicas y procedimentales, la reflexión conjunta en el contexto áulico y la autoevaluación, contribuyen al desarrollo de la creatividad. La autoevaluación conlleva hacia la actividad reflexiva, ya que es una herramienta para que el estudiante comprenda su rol en tanto lector y productor de textos mediáticos. La autoevaluación permite que el estudiante analice cuales son los factores socioeconómicos que están en juego en la producción de un enunciado. Evaluar la propia producción, así como hacer una devolución a los compañeros, contribuye a la creación de un pensamiento reflexivo. Se trata de guiar al estudiante para que llegue "(...) a reflexionar sobre la relación entre intenciones y resultados y, consiguientemente a reconocer, al menos parcialmente, la complejidad de la creación de significado." (Buckingham, 1999: 140). Para que se obtenga profundidad en el desarrollo de un pensamiento crítico, se debe proceder a la autoevaluación con periodicidad. Dicha herramienta permite efectuar interconexiones entre el análisis textual o la realización audiovisual y la reflexión crítica. Otra de las ventajas de implementar la autoevaluación, es que la misma resulta útil para detectar la comprensión alcanzada por los estudiantes, el modo en que éstos proceden en su argumentación y la detección de errores conceptuales. Por último, debe tenerse en cuenta que la autoevaluación del estudiante contribuye a la revisión de las estrategias de enseñanza implementadas por el docente y permite ir efectuando modificaciones periódicas en la praxis del currículo.

Bibliografía

- Benjamín, W. (1989). *Experiencia y pobreza en Discursos ininterrumpidos I*. Buenos Aires: Editorial Taurus.
- Buckingham, D. (2005). *Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Lyotard, J.F. (1998). *La condición posmoderna*. Madrid: Editorial Cátedra.

Comunicación como herramienta de gestión

Andrea De Felice

Por largo tiempo las organizaciones privadas y públicas creyeron que lo importante era comunicar como sea y comunicar mucho, sobre todo, a través de los medios masivos por su alcance y poder. En ellos se reunía la capacidad de persuadir y difundir masivamente. De la misma forma en que estas fuerzas se consolidaban como un poder, se cortaban de los hechos reales, de todo aquello que proviene de la cultura corporativa, las estrategias, las decisiones y su ejecución. En síntesis, de la acción.

Se había llegado a la conclusión que las empresas que no comunicaban perecían, cuando en realidad esto es un gran error. Primero, porque es imposible que todo aquello que existe y está en la realidad "no comunique". Segundo, porque no todo es comunicación. Tercero, porque "no comunicar" ciertas cosas es parte también de una estrategia de comunicación. El dilema no es entre comunicar y no comunicar, sino que se trata planificar una política que contemple en cada situación el momento oportuno y el contexto pertinente, y hacerlo en sinergia con la acción. El verdadero problema no está en decir o no decir, sino en qué decir, a quienes y cómo y fundamentalmente, en las relaciones entre decir y hacer, entre comunicar y actuar.

Desde esta perspectiva, se entiende la comunicación como acción, como un nexo entre los individuos y las cosas, y ante todo, como un lenguaje. La comunicación es bidireccional, busca el feedback permanente, estableciendo interacciones y negociaciones entre los actores. En cualquier empresa o institución la comunicación está presente en todas las relaciones que se construyen entre los actores de la organización, tanto a nivel interno como externo. Se puede identificar en una serie de situaciones o facetas, es decir, en plano de las relaciones interpersonales, en el plano de las nuevas tecnologías de comunicación y en el plano político y administrativo. En cada uno de ellos habrá que tener en claro cuáles son las orientaciones y las acciones implementadas en materia de comunicación para mejorar el resultado global y lograr una coherencia con los objetivos de la empresa. Se busca, de esta manera, otorgarle un verdadero enfoque participativo a la comunicación para que realmente signifique una "puesta en común". Esto implica poseer códigos, repertorios y significados comunes que crean el concepto de comunidad.

La comunicación empresarial propone trabajar sobre algunos objetivos básicos, a saber: Modificar el comportamiento de los receptores, consolidar ese comportamiento, provocar una reacción positiva y trabajar con coordinación y coherencia, tanto en comunicación interna como externa. Una buena política de comunicación es una herramienta de productividad a la que ninguna compañía debe renunciar. El simple hecho de elevar el nivel de comunicación externa e interna incide, por un lado, sobre los mensajes que se emiten a los distintos públicos y, por otro, influye en las opiniones, actitudes y conductas del empleado, sobre los resultados de los proyectos que se desarrollen y sobre la productividad general de la empresa. Desde esta perspectiva se rescata la función mediadora de la comunicación entre el entorno y los actores, reconociendo que su valor no reside en ser un canal de