

El factor tecnológico multimedial en las comunicaciones sociales

Ariel A. Khalil

Abundancia de software para canales multimediales, nuevos medios masivos de comunicación, medios selectivos, estrategias digitales; forma parte de las nuevas herramientas con que los comunicadores sociales cuentan a la hora de desarrollar sus estrategias.

El campo tecnológico amplió infinitamente las posibilidades y el nuevo comunicador social tiene ante sí una potencialidad diferente porque puede llegar a su público, en forma masiva o segmentada, ultra segmentada, generando interacción o hasta relación con el público, etc.

Una de las características de esta nueva era tecnológica (sobre todo en lo que concierne a las ciencias del Marketing y la Publicidad, es precisamente, el echo de poder mantener una comunicación e interacción permanente con los consumidores y hasta en muchos casos fidelizarlos.

Cabe acotar que estas estrategias surgen y se adecuan a las nuevas posibilidades tecnológicas.

De esta manera hoy día contamos con una herramienta realmente destacada que es Internet en donde podemos manejar al máximo dicha relación interactiva.

Ya se están desarrollando verdaderas estrategias digitales de comunicación en donde no sólo se piensa en Medios Masivos Tradicionales, sino en todo lo que se puede hacer a través de la red, como por ejemplo, la utilización (bastante frecuente) de las estrategias llamadas Drive to site (Conducir a la gente al sitio).

En dicha estrategia se desarrolla una serie de acciones que incrementan en forma notable las visitas al Site, ya sea para llevar directamente a la compra de bienes o servicios o para generar vínculo.

Estas acciones se realizan mediante acciones promocionales anunciadas en medios tradicionales para que la gente entre al sitio o con la generación de sitios temáticos paralelos que hablan en forma genérica de las bondades de la marca.

De esta manera, podemos inferir que la red se convierte cada vez más en un canal sumamente atractivo para los anunciantes, no sólo por el mero echo de anunciar en la misma en formatos tradicionales como banners, pop ups, etc, sino también utilizando al máximo sus posibilidades interactivas.

Cada vez más hay mayor cantidad de gente en la red y consecuentemente, se incrementan las estrategias para lograr comunicación más efectiva.

Otra herramienta a tener en cuenta, es "la Nueva Producción Gráfica" que en la actualidad, y gracias a su desarrollo, nos posibilita ejercer comunicaciones de alta calidad visual, bajo costo y gran rapidez.

Gracias a esta herramienta, medios publicitarios tradicionales como la Vía Pública, han tenido un desarrollo importante y han posibilitado a los comunicadores, nuevos formatos para desarrollar sus mensajes, nuevas posibilidades creativas y grandes mejoras en el aspecto visual. Otro de los aportes de la Producción gráfica, está en el área del Micro Marketing: ya se están realizando

comunicaciones a través de medios gráficos masivos pero dirigidas en forma particular (con nombre y apellido) a los receptores, esto debido en gran parte al nuevo off set digital que permite realizar impresiones por demanda, entrecruzarlas con una base de datos y, de esta manera, realizar comunicaciones personalizadas de alta calidad.

Necesariamente, los comunicadores de hoy día debemos estar al tanto de todas estas nuevas herramientas, conocerlas lo mejor posible, saber combinarlas y de esta forma sacar el mejor provecho.

Sin embargo, debemos tener en cuenta, que por momentos produce una cierta sensación de vértigo y allí es donde viene la capacidad de clasificación y aptitud estratégica para visualizar con mayor amplitud.

Esta ejercitación nos permitirá finalmente utilizar toda esta batería de medios y nuevos canales con criterio lógico y de aplicabilidad en la realidad.

El cambio conceptual

Patricia Klim

El presente trabajo intenta explicar –desde una perspectiva psico-cognitiva– el concepto de "cambio conceptual" y su relación con los conocimientos previos, temática de investigación actual en el contexto internacional por su implicación para la educación

El aprendizaje y el cambio conceptual

El concepto de aprendizaje es un componente previo, un requisito indispensable para cualquier elaboración teórica sobre enseñanza.

Gómez Sacristán

La Didáctica es la disciplina que se ocupa básicamente de la enseñanza.

La experiencia pedagógica en ámbitos formales tiene una dimensión contextual, histórica, vincular inter e intrasubjetiva y donde se elabora un "texto" particular cuya gramática rige los intercambios comunicativos, construyendo nuevos y más complejos significados.

Es en las aulas donde se sostienen comprensiones compartidas, experiencias cognitivas y emocionales que se entran generando una modalidad narrativa y lógico-científica, ambas se complementan y favorecen en la producción de nuevos conocimientos.

En este escenario áulico, los diversos actores desenvuelven sus competencias cognitivo-afectivas y sociales y se organizan ciertos dispositivos didácticos con el objetivo de alcanzar una mejor formación académico-profesional.

Desde las materias Introducción a la Didáctica y Estrategias de Enseñanza proponemos una reflexión crítica sobre las prácticas de enseñanza de los propios docentes. Generamos interrogantes, cuestiones, instancias de profundización acerca de:

¿Qué necesitan saber los docentes para poder enseñar?
¿Alcanza con el dominio del saber disciplinar o se requiere de cierta "pericia" para seleccionar y organizar los contenidos y para presentar diversas estrategias