

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

didácticas que faciliten el estudiar de los alumnos?
¿Es suficiente el “sentido común” a la hora de enseñar nuevos conocimientos o se requiere de “buen sentido” para organizar experiencias pedagógicas que respondan a los objetivos propuestos, a las posibilidades y necesidades de los alumnos, a las expectativas institucionales y al contexto en el que se llevan a cabo?

¿Cuál es el rol del que enseña en esta relación dialógica entre alumnos y docente? ¿Alcanza con “mostrar y contar” o es esperable el “enseñar a aprender- enseñar a pensar”? Entendemos la Enseñanza como un fenómeno social intencional, como un proceso humano complejo, contextualizado y multidimensional, atravesado por la cultura y el momento histórico.

Como toda práctica social requiere de un conocimiento de los sujetos que en ella participan, de las teorías explicativas del proceso de aprendizaje, del conocimiento de modalidades y estilos docentes en cuanto responsables de una “buena enseñanza” y como facilitadores de la formación profesional de los alumnos.

Entendemos el Aprendizaje –desde una perspectiva constructivista– como un proceso complejo intrasubjetivo que tiene lugar en contextos sociales interpersonales – como ejemplo el aula– los cuales facilitan la apropiación y reorganización de nuevos saberes y la re-estructuración de esquemas de conocimiento existentes que promueven la comprensión y transferencia de los mismos para la resolución de situaciones diversas. Es desde esta perspectiva constructivista-cognitiva que consideramos al aprendizaje como “aprendizaje significativo”, aquel que relaciona de manera sustancial y no arbitraria los nuevos conocimientos con los ya aprendidos, perspectiva que considera al aprendizaje como un proceso de re-estructuración, de elaboración y enriquecimiento de nuevas relaciones supraordenadas de saberes con mayor nivel de generalidad e inclusividad que las ideas pre-existentes.

Desde esta posición, las situaciones de enseñanza, deberían promover que los alumnos logren construir nuevas ideas, alcancen mayor nivel de abstracción conceptual y redes semánticas cada vez más complejas y operativas.

El aprendizaje del conocimiento técnico-científico – esperable en ámbitos universitarios– requiere de aprendizajes previos que se adquieren en otros contextos educativos. Así los nuevos contenidos se relacionan e interpretan en función de los ya existentes, los cuales sufren un “cambio” en su estructura.

¿Que entendemos como ideas previas?

Las personas poseemos ciertas predisposiciones hacia el aprendizaje y tendencias motivacionales que contribuyen a que percibamos, razonemos e interpretemos los diferentes factores del entorno socio-cultural otorgándoles sentido y construyendo explicaciones cada vez más complejas para entenderlo y actuar en él. Este conocimiento es anterior al conocimiento científico que se adquiere en contextos educativos formales y desempeña un papel importante y funcional en el proceso de aprendizaje de cada uno pues favorece la adaptación dialéctica con el medio

De esta manera, las “ideas previas” activan el conoci-

miento que poseemos en un campo o dominio del saber, favorecen la relación y comprensión de los nuevos contenidos y facilitan los aprendizajes posteriores.

En este proceso constante de apropiaciones cognitivas, estos conocimientos previos actúan como resistentes a lo nuevo manteniéndose dichas concepciones a veces erróneas, a veces incompletas a pesar de la enseñanza de conocimiento científico en contextos educativos. Se presenta así el gran desafío del proceso de Enseñanza, entender las razones para tales resistencias y generar nuevas prácticas pedagógicas para favorecer el “cambio conceptual” y el desarrollo del nivel de pericia y especificidad de los alumnos en los diferentes dominios del conocimiento y experiencias específicas.

¿Qué entendemos por cambio conceptual?

Desde una perspectiva psico-cognitiva la noción de “cambio conceptual” da cuenta de un proceso de transformación de los conocimientos que ya se poseen para alcanzar otros más elaborados.

En este sentido el “cambio conceptual” hace alusión tanto al resultado como al proceso gradual de transformación de las ideas y concepciones alternativas previas de los sujetos que aprenden y su reorganización en una nueva estructura de conocimiento.

¿Qué mecanismos producen el cambio conceptual? Que se puede hacer para promoverlo?

La Didáctica como disciplina intenta proponer modelos de cambio conceptual para optimizar los aprendizajes: los modelos fríos- más centrados en los aspectos racionales del cambio - los modelos calientes que consideran esenciales los elementos motivacionales y afectivos y los modelos situados que destacan la influencia del contexto en la constitución del cambio conceptual.

¿Cuáles serían algunas de las razones para que el cambio conceptual se realice?

Son varias, en primer lugar y desde una perspectiva pedagógica-constructivista, debería presentarse a los alumnos alguna situación o conflicto a resolver que no pueda ser resuelto con los conocimientos y estrategias que el alumno ya posee, concientizar al alumno acerca de esta dificultad y proponerle acercar explicaciones o resoluciones satisfactorias.

En segundo lugar presentar la nueva concepción de un modo inteligible y comprensible para el alumno, encontrando significado y sentido a lo nuevo.

Por último favorecer la apropiación por parte del alumno del nuevo conocimiento, que pueda resolver situaciones que antes no podía y permitirle transferirlas a nuevas situaciones promoviendo el desarrollo estratégico-cognitivo.

Recordemos la idea de “proceso de cambio”, es decir, el mismo no se logrará de manera repentina y espontánea. Se requiere de un esfuerzo del que aprende, que sea capaz de elaborar las resistencias al cambio, aceptar que muchas veces podrá alcanzar una re-estructuración débil o enriquecimiento en el pensamiento gracias a la incorporación de información sin modificar las concepciones centrales o nucleares, hasta alcanzar una “re-estructuración fuerte” que daría cuenta de una modificación radical y revisión total de las teorías personales.

Sabemos que no hay aprendizaje sin motivación, si bien son dos procesos diferentes se encuentran en estrecha relación. De allí el modelo caliente del que hacíamos referencia anteriormente: se está en mejores condiciones de generar un cambio conceptual si además del esfuerzo intelectual, el sujeto conoce los motivos, las metas y los planes de acción que podrá alcanzar en su contexto gracias a dicho cambio.

¿Qué se puede hacer para promoverlo?

Son variados y de distinto nivel de complejidad los dispositivos didácticos que pueden implementarse para promover el cambio conceptual.

A modo de cierre, solamente haré mención de dos que considero esenciales a la hora de promover la reflexión crítica, el compromiso con el propio estudiante y la actitud de búsqueda de nuevas preguntas y renovadas respuestas:

- La presentación de situaciones auténticas a modo de “conflictos cognitivos”, disparadores de la aplicación de los conocimientos previos y su renovación por los nuevos conocimientos y;
- Las instancias de “metacognición”, de autorregulación del propio proceso cognitivo de cambio, de los mecanismos, de las fortalezas y debilidades, de los factores facilitadores y motivacionales que dan cuenta que el cambio conceptual es un punto de llegada y al mismo tiempo de partida para los alumnos universitarios – futuros profesionales– que se forman en un saber académico científico en constante revisión.

Bibliografía

- Aparicio, J; Rodríguez Moneo, M (2000) *Los estudios sobre el cambio conceptual y las aportaciones de la Psicología del Aprendizaje*. Tarbiya: Revista de Investigación e Innovación Educativa. (p 26, 13- 30).
- Carretero, M (2006) *Cambio conceptual y Educación*. Bs. As: Aique.
- Rodríguez Moneo, M; Huertas, J. A *Motivación y cambio conceptual*. Tarbiya: Revista de Investigación e Innovación Educativa.

Centro de Recursos Facultad de Diseño y Comunicación

Fabiola Knop

En el ámbito educativo, el almacenamiento, la clasificación y la catalogación de los documentos y material en general son fundamentales para facilitar los procesos de enseñanza y aprendizaje. Los instrumentos y funcionalidades que proporcionan las tecnologías de la información y las comunicaciones agilizan en gran manera sus tareas y abren nuevas perspectivas de actuación. Bajo este análisis, los Centros de Recursos de las Universidades se presentan como soporte al aprendizaje, poniendo a disposición de los estudiantes y docentes, documentos pertinentes para su desarrollo educativo; ofreciéndoles asesoramiento; formando usuarios independientes y brindándoles un entorno que favorezca el crecimiento educativo.

Se trata de que el Centro de Recursos, con su gran capa-

cidad para el proceso y almacenamiento de la información, permita ordenar, catalogar y almacenar cualquier volumen de información (textos, fotografías, videos, presentaciones...), promoviendo la interactividad (correo electrónico, foros, consulta presencial...) del usuario con el servicio.

La utilidad de los materiales y los recursos curriculares en la formación

Antoni Zabala Vidiella en su libro *La práctica educativa. Cómo enseñar* (2004; p.7), explica el concepto de Material y Recurso Curricular, enumerando una gran cantidad de soportes que se desarrollan en la instancia educativa, comenzando con el papel como medio básico más utilizado para la transmisión de conocimientos. Por su parte, la proyección estática: diapositivas, mapas, proyector, etc., son útiles como soporte para la explicación del docente. La imagen en movimiento: Tv, video, CD y DVD, como soporte informático, es muy útil para la retroactividad y el diálogo abierto.

De cualquier forma, sin la posible combinación de algunos o de todos estos recursos, no se asegura un resultado satisfactorio del proceso enseñanza / aprendizaje. El texto también propone en una etapa inicial la elaboración de un análisis y selección de estos materiales curriculares, de la siguiente manera:

1. Detectar los objetivos educativos subyacentes en un determinado material.
2. Averiguar qué contenidos se trabajan y comprobar si existe una correspondencia entre los objetivos y los contenidos.
3. Averiguar qué secuencias de actividades se proponen para cada uno de los contenidos.
4. Analizar cada una de las secuencias de actividades propuestas para comprobar si cumplen los requisitos del aprendizaje significativo en relación con los contenidos establecidos.
5. Establecer el grado de adaptación al contexto en que se tendrán que utilizar.

Un proyecto global de materiales curriculares debe contemplar los criterios con los que se ha elaborado cada uno de ellos y la función que cumplen, de manera que si se conocen los motivos de su realización y el papel que tienen que asumir en los procesos de enseñanza / aprendizaje, sea posible determinar cuál es su uso más apropiado.

El Centro de Recursos, consulta, formación e integración

En el caso particular de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, el Centro de Recursos es un espacio donde se crean, recopilan y analizan materiales didácticos y recursos educativos en general. Todo este tipo de documentación se pone a disposición de los docentes y los estudiantes, proporcionándoles apoyo a la labor pedagógica y de formación.

El objetivo del Centro de Recursos para el 2007 es el de consolidarse como un espacio interactivo donde se integran los recursos que dan soporte al aprendizaje académico universitario.

En líneas generales, este espacio se constituye como un servicio educativo polivalente que da soporte a las