

Conocimiento y tecnología

Jimena Toledo

Durante el desarrollo de este trabajo analizaremos el diseño de la información y su potencial como tecnología en el nivel superior de la enseñanza.

Diseño de la información

Para establecer la utilidad del diseño de la información como una tecnología necesaria, comenzaremos por establecer la relación de los estudiantes con la información.

- El acceso a la información. En la época actual los alumnos que cursan estudios universitarios y poseen un nivel socioeconómico medio acceden con ciertas facilidades a la posibilidad que Burbules define como acceso técnico, este tipo de acceso implica poseer los medios técnicos suficientes para ingresar a internet (electricidad y una computadora con conexión) accediendo por este medio a grandes cúmulos de datos que se encuentran en la red; ahora bien, siguiendo la misma línea de pensamiento el autor define otra categoría de acceso: el acceso eficaz, este tipo de acceso contempla la relación del usuario con los datos que encuentra en la red, un usuario posee un acceso eficaz cuando es capaz de seleccionar y evaluar los datos que ha conseguido, definiendo cuales le serán útiles y cuales no. (Burbules & Callister, 2001)

Esta incapacidad o falta de voluntad de evaluación del material queda manifestada en varios de los trabajos realizados por los alumnos, los cuales parecen sentirse ahogados en la gran cantidad de datos que le proporciona la red y lo solucionan con el “cortar y pegar”, generando productos sin elaboración que no llegarán a proporcionarles conocimientos útiles acerca del tema investigado. No es solamente un problema del ámbito de la enseñanza, es un problema de la sociedad actual que, sobrecargada de datos, se vuelve ineficaz al momento de conseguir información de su interés. La información ingresa constantemente en nuestras vidas por diversos medios; Richard Wurman plantea una analogía con comer y beber: la gente no puede digerir más de lo que su capacidad le permite.

Aunque no se sabe exactamente cual es la capacidad de almacenamiento de datos de un cerebro, es muy cierta la angustia que provoca intentar conocer “todo” sobre determinados temas, o bien estar informado de “todas” las actividades que suceden en el mundo. (Wurman, 2001). Esta nueva problemática relacionada con la abundancia de información es planteada como un obstáculo dentro del ámbito de la educación para la construcción de conocimiento, especialmente cuando los estudiantes tienen acceso en forma autónoma a fuentes que no necesariamente coinciden con los intereses y los contenidos curriculares. (Litwin, Maggio, & Lipsman, 2005, p. 49)

El problema principal no es la existencia de grandes cúmulos de datos ni las posibilidades de acceso técnico por parte de los alumnos; el problema principal está en la relación que estos mantienen con los datos, esta problemática del alumnado y de la sociedad actual esta relacionada, en parte, con la falta de experiencia, si miramos la historia de internet principal fuente de estas grandes cantidades de información nos encontramos que no lle-

va más de 16 años en funcionamiento, siendo menor aun el tiempo de masividad de este recurso.

La sociedad en general y las futuras generaciones en particular deberán entrenar una nueva capacidad que les permita reinterpretar los datos generando información y conocimiento.

Como parte fundamental de esta nueva etapa el docente, en lo que respecta al manejo de la información, posee un gran desafío que requiere nuevas planificaciones, ya no es el único proveedor de información, ahora su actividad principal tiene como eje el buscar la forma de dar a los alumnos las herramientas necesarias para manejarse entre estos grandes cúmulos de información.

- El diseño de la información como herramienta. El diseño de la información es una disciplina que contempla la organización y visualización de la información. En el ámbito estudiantil puede ser utilizada para facilitar herramientas a los alumnos, que tiendan a generar un acceso eficaz a la información, organizando y visualizando los datos, convertirlos en información teniendo en cuenta los contextos.

Dentro del diseño de la información es Richard Wurman quien se ha encargado de sistematizar y plantear una de las formas de organización de datos más utilizadas. Se trata de la generación de 5 categorías de organización: por ubicación, alfabeto, jerarquía, tiempo y categoría. Cada una de estas categorías o la combinación de las mismas dan a los datos una organización que proveerá información (Wurman, 2001, p. 40).

De esta forma el diseño de la información puede ayudar a los estudiantes en la organización y jerarquización de la gran masa de datos a la que se enfrentan cada vez que realizan una investigación o simplemente buscan información sobre algún tema de su interés.

- La visualización de la información. La generación de una pieza gráfica en la que se visualice la organización de la información que ha realizado el alumno puede ser muy esclarecedora tanto para el alumno como para el docente, ya que a través de ellas podemos comprobar si el alumno a realizado una comprensión y elaboración del tema; según la diagramación del gráfico podremos observar la contextualización y organización de los datos realizados, en otros términos podremos observar la información elaborada por el alumno, resultado del cúmulo de datos obtenidos en la investigación. La realización de éstos diagramas- organigramas y gráficos no necesitan de saberes expertos para su realización.

La infografía es una de las formas de visualización del diseño de la información, de alta complejidad la cual contempla las diferentes formas de organización de la información mencionadas anteriormente (ubicación, categoría, jerarquía, tiempo y alfabeto) como así también podemos comprobar que un mismo tema puede ser abordado desde diferentes ángulos informativos, o sea tomando como eje diferentes datos y convirtiéndolos en diferentes informaciones

- Consideraciones finales. En virtud de lo analizado consideramos que la inclusión del estudio del diseño de la información en el nivel superior (sobre todo en aquellas carreras relacionadas con el manejo de la información) se incorporaría como una tecnología necesaria al momento de trabajar con contenidos curriculares relacionados con

la elaboración de informes, investigación, manejo de la información etc., ya que puede dotar a los alumnos de herramientas con las cuales trabajar los grandes cúmulos de información, habilidad que parece ser cada vez más necesaria conforme evolucionan las tecnologías, cambiando el papel del docente de principal fuente y referencia de información a un nuevo rol de guía, guía de búsqueda, manejo de datos, producción y organización de la información, generando de esta forma alumnos que sean consumidores críticos de los datos con los cuales se relacionan diariamente.

Desde ya, el diseño de la información es solo una de las tecnologías posibles, la cual puede relacionarse con otras formas.

Por otra parte hemos analizado la infografía como una pieza gráfica que favorece el aprendizaje significativo debido a su estructura y a la forma en la que presenta la información. Esta tecnología puede tener por objetivo la explicación o análisis de un tema complejo. Es importante destacar que dentro del nivel superior no debería reemplazar el contenido del tema ya que se estaría realizando un reduccionismo del mismo.

Vida digital

Adriana Tombolini

Internet, multimedia, mp3, mp4, *ipod's*, digital, digitalizado, digitalización, videoconferencia, *ringtones*, audio digital, video digital, radio digital, radio en vivo, radio en internet, televisión digital, video *on demand*, música *on demand*, bajar música o bajar películas (*downloads*), subir música o subir películas (*uploads*), distribuirlas (*broadcasting: Broadcast Yourself: youtube*), Voz sobre IP (llamar de computadora a computadora, de computadora a teléfono fijo o celular: *softphones: skype*), el triple *play* (TV y radio digital + internet + telefonía IP), celulares *all inclusive* (con cámaras, video cámaras, mp3, mp4, grabadores digitales, agenda, sms, correo electrónico), *smartphones: BlackBerry* (lo anterior más desarrollado), *iphone*, lo anterior con más diseño, innovación y atractivo y el WiMax Móvil 2010...

Hasta aquí el reguero de palabras que describen nuevos medios y que escucha un potencial consumidor o actor de lo que se ha convenido llamar: vida digital.

En un siguiente nivel más técnico, profesionales del diseño y la comunicación, cuando se encuentran cara a cara con un cliente del mundo digital, lo primero que deben hacer es clasificar si éste es desarrollador y/o proveedor de tecnología, si es operador y/o desarrollador de *software* y aplicaciones, o si es desarrollador y/o proveedor de contenidos para consumo. En este nivel se busca creatividad e innovación y hasta una pretensión de vislumbrar un camino que aún no tiene punto de partida ni punto de llegada... Es un camino que cambia vertiginosamente mientras avanza y no le da tiempo a los marcos regulatorios para acomodar algunas cuestiones legales, porque estos entes reguladores parecieran ser de otra era y aunque existan malas o buenas lecturas de esta actitud, lo real es que están ejerciendo el poder de un freno a esta carrera del mercado.

Entendiendo la convergencia

Mientras tanto, los profesionales del *marketing*, un tanto ajenos a los pormenores de la gran transición hacia las redes de fibra óptica, se van preparando, pensando propuestas y soluciones creativas sobre soportes de gran penetración masiva, como los celulares y la TV. De ahí que la sigla IPTV esté llegando a oídos de todos los comunicadores... y lo que falta es que esta sigla ingenieril se traduzca claramente a los creativos, para que puedan trabajar conceptos y no códigos técnicos. IP es internet (*internet protocol*), entonces IPTV es la TV que conocemos que se mudará a internet cuando los marcos regulatorios (léase la ley de Radiodifusión) se modifiquen.

Que la TV se mude a internet significa pensar que más allá de digitalizar todos los contenidos, la fusión hace posible ver y navegar... y comprar en medio del consumo de la programación, lo que abre nuevos caminos en la creatividad de piezas publicitarias. A modo de ejemplo, si hoy esto sucediera, una mamá ve el anuncio que desarrolló Ogilvy para Kimberly Clark Argentina, y desde un click podría linkear por control remoto a la página de Huggies y acceder a una promo de pañales.

Los conceptos más fuertes del momento son *MobilExperience* y *Push To Experience*. Pero nadie se anima a hablar del advenimiento del Triple *Play* en serio. Porque la interna político-empresaria empaña todo intento de entender el problema y/o necesidad y de este modo, armar un buen *brief*.

¿Quiénes son los players?

Los cableros argentinos unidos en ATVC (la Asociación de TV por Cable) dicen haber evolucionado más que nadie y ser el futuro, ese futuro que podrá ofrecer todas las opciones posibles para la Vida Digital. Por su parte, las empresas de telecomunicaciones y sus aliados desarrolladores de tecnologías, están seguros de tener todo lo necesario para hacer esto posible claro que todo menos el contenido. Y para el mega medio de comunicación que es la TV por cable, que hoy llega a más de 21 millones de argentinos, incluso en pequeñas poblaciones y lugares alejados, la red de fibra óptica no le es propia y la necesita. Al respecto, dicen que invertirán más de 500 millones de dólares en los próximos tres años para meterse en telefonía, ampliar sus servicios de banda ancha y ofrecer televisión digital.

Mientras tanto existe el rubro de los accesorios, que tal como la palabra lo indica son intentos de aproximarse, una cosmética liviana que da la sensación de... pero no lo es...

El cimiento

Hay un punto de partida en todo esto: el concepto de redes. Las redes nos abren infinitas posibilidades de interconexión e interactividad entre consumidores. Surgieron cuando comenzó a incrementarse el número de computadoras en las empresas y la necesidad de unirlas entre sí y con las de otras sucursales o puntos de esa misma empresa en su lugar de origen o en otras regiones. Esas mismas redes, al incorporar internet y con ello, grandes capacidades de transporte de datos, voz e imagen, son las que nos explican los exitosos resultados del crecimiento viral de comunicación, que se propaga des-