

de su futuro prestador la recepción y aceptación firmada de ese documento estará en posición de obligarlo a prestar el servicio.

En el caso del contrato formal, éste será firmado por duplicado, una copia para cada una de las partes, tras lo cual el contrato “está consumado”.

En el caso de la factura, el emisor deberá hacer firmar la recepción (y aceptación) de una copia a su destinatario.

Otra modalidad en la que las partes quedan mutuamente obligadas es la siguiente: el comprador emite una orden de compra (con un número de serie determinado) y el proveedor le entrega una factura donde cita ese número de orden de compra.

Conclusiones

La existencia de una pieza escrita y firmada que regule el vínculo comercial entre las partes involucradas en una operación, creará un marco claro que preservará el equilibrio de intereses de cada una de ellas, aumentando considerablemente las posibilidades de satisfacción recíproca.

Desde la expectativa del organizador de eventos “el papel firmado” le permitirá prever y administrar el conjunto de condiciones bajo las que el proveedor prestará el servicio durante el (seguramente más exitoso gracias al contrato) evento.

El lenguaje y la comunicación

Alicia Coquet

Poner el acento en el desarrollo de las habilidades lingüísticas y en las capacidades que permitan convertir la lengua en un instrumento para la comunicación implica reconocer que el lenguaje ordena el pensamiento: es instrumento de aprendizaje y una herramienta imprescindible para la comunicación.

Facilitar la comprensión y la producción de mensajes coherentes es, por tanto, contribuir al desarrollo del pensamiento del sujeto y a su inserción en la sociedad. Quien no haya logrado el desarrollo de sus competencias comunicativas quedará excluido, no tendrá posibilidades de desarrollarse ni individual ni socialmente.

Desde la universidad, favorecer el desarrollo de la capacidad de comprender y producir mensajes lingüísticos adecuados a las diferentes situaciones de comunicación es un intento de brindar a los alumnos igualdad de posibilidades para su crecimiento personal y su desarrollo social, académico y profesional.

¿Qué significa ser escritor competente?

Es innegable que, en una sociedad alfabetizada como la que vivimos, la palabra escrita cobra una importancia esencial, ocupa un lugar de privilegio. Es necesario, imprescindible, entonces, trabajar en el dominio de la lengua escrita, para lograr una efectiva comunicación y ser un escritor competente. Y un escritor es competente si desarrolla determinadas estrategias y logra comunicar lo que pretende cuando escribe.

Daniel Casanay (2001:262) resume el perfil de un escri-

tor competente a partir de las estrategias que desarrolla: es un buen lector, dedica tiempo a pensar y planificar el escrito, se fija objetivos, relee los fragmentos para modificarlos y enlazarlos, relee también su escrito e introduce cambios, incorpora nuevas ideas, suele consultar materiales de apoyo, como diccionarios o gramáticas, hace una revisión final del texto.

¿Qué proceso realiza quien escribe?

Entre las diversas investigaciones que han permitido elaborar un modelo teórico del proceso de la composición, el más difundido y aplicado en la enseñanza de la escritura es el de Flower y Hayes (1980 y 1981). Según este modelo, para escribir textos coherentes es necesario seguir un proceso metódico, pero al mismo tiempo dinámico, que permita ir resolviendo problemas de escritura a lo largo del trabajo. Los pasos de ese proceso, si bien pueden presentar variaciones de individuo en individuo, son esencialmente tres:

- Planificación: generación de ideas, organización de contenidos y formulación de objetivos.
- Puesta en texto o escritura propiamente dicha: es el momento de escribir teniendo en cuenta el plan de escritura.
- Revisión: relectura permanente de lo escrito, es decir, monitoreo constante. Además, es imprescindible la corrección final del texto hasta lograr la versión final.

Considerar la escritura como un proceso que implica el desarrollo de estrategias cognitivas, conlleva – en el marco del aula- el trabajo de guiar y acompañar a los alumnos en dicho proceso.

Si la escritura implica un proceso, ¿Cómo se evalúa?

La evaluación se define actualmente como una herramienta para la toma de decisiones que se utiliza para reorientar la práctica docente, atender diferentes ritmos de aprendizaje y monitorear el proceso de enseñanza - aprendizaje.

En este sentido, evaluar supone comparar, por lo que resulta necesaria la aplicación de una evaluación diagnóstica -que dé cuenta del desarrollo de esta competencia al momento de iniciar los estudios-, una evaluación de proceso -que permita ir comparando y realizando los ajustes necesarios- y, finalmente, una evaluación final que brinde información acerca de los resultados del proceso de enseñanza y aprendizaje de la producción escrita.

Esto exige fijar objetivos, establecer criterios y claves de corrección, construir un instrumento adecuado para cada instancia, corregir y sistematizar datos, difundir los resultados y realizar un trabajo de interpretación que permita el análisis de los errores recurrentes y reoriente la práctica.

Cuando se evalúa teniendo en cuenta estos parámetros, los alumnos tienen que conocer los objetivos, contenidos y criterios de corrección de las evaluaciones. Deben valorarlas como una manera de conocer qué procedimientos dominan, cuáles son las dificultades y de qué manera podrán resolverlas.

En síntesis, evaluar únicamente el producto de la escritura como se hacía tradicionalmente, entonces, no es

suficiente dentro del marco de un enfoque teórico que centra su interés en el uso de la lengua, más específicamente en el desarrollo de la competencia escrita teniendo en cuenta los procesos cognitivos de la escritura. Escribir es un proceso dinámico y como tal es preciso evaluarlo.

Señalética en museos y exposiciones: innovaciones

Carlos J. Cosentino

Para el desarrollo del presente artículo, procederemos a desarrollar una breve introducción sobre la situación de la señalética en los museos y exposiciones en general; posteriormente consideraremos aspectos que se pueden denominar de pre-producción, tales como la definición del objetivo, de las ideas centrales de la muestra y del guión museográfico. A continuación, avanzaremos sobre temáticas vinculadas a la producción de la señalética y, para finalizar, abordaremos el tema de su contextualización, los tiempos y la evaluación en la muestra.

Un museo ideal nos propone hacer un uso activo de la comprensión y de la utilización de los sentidos para acercarnos al conocimiento de los objetos que se muestran. Pero, de hecho, la mayoría de los museos nos ofrece una experiencia fragmentada en la que podemos hacer un uso relativo de nuestra percepción. Raramente escuchamos algo, usualmente no podemos tocar y es imposible emplear el olfato, por ejemplo.

En estos casos, las palabras tratan de compensar estas experiencias intentando transmitir emociones, texturas, vivencias, etc. Es en este punto donde el uso de las palabras adquiere una importancia crítica.

Según Serrel (1996), los museos son una forma de teatro. Tratan de contarnos una historia, una narración en particular o el significado que ella tiene para el ser humano. Sin las palabras los objetos por sí solos no pueden contarnos su historia pero, por otra parte, las palabras pueden orientar erróneamente nuestra atención, trivializar el conocimiento o mostrarnos un punto totalmente diferente al objeto.

En cada museo que uno visite, cualquiera sea el área temática o la disciplina que tomemos, nos encontramos con una constante. En cada uno de los museos visitados existe un cartel, también llamado cédula, colocado al lado de la obra, de la colección, de la muestra o del *exhibit* (objeto expuesto), al que podemos considerar señalética.

Desde la propuesta del museo se intenta explicar, por este medio, el criterio distintivo por lo que ese objeto fue puesto ahí. Es frecuente encontrar en los museos de bellas artes, junto a la obra: el nombre del autor, la técnica y el material, las medidas y, en algunos casos, la fecha y la procedencia de la donación. En los museos históricos se ofrece alguna referencia más, ya sea el año de uso o bien un contenido específico que caracteriza a la pieza.

En general, en todos los museos existen diversos tipos de consensos entre usos de señalética, como por ejem-

plo el tamaño, la ubicación, el número de ideas que presentan, la resonancia visual, el diseño y el significado intrínseco.

Sin embargo, entre los distintos tipos de museos existen algunas diferencias. En los museos de arte aparecen conflictos a la hora de presentar interpretaciones, ya que pueden imponer una visión sobre la obra; por otra parte, existe una gran preocupación por que el visitante pase más tiempo leyendo que contemplando la muestra.

Los museos de los niños son ricos en propuestas, procurando estimular el aprendizaje de su audiencia primaria y, en algunos casos, ello se contrapone con la idea de leer antes de participar.

La preocupación de los museos de ciencias es presentar un contenido altamente abstracto.

Los museos de historia se encuentran en la disyuntiva entre mostrar un contenido y mostrar la interpretación, o bien, en definir si el contenido no es en sí, la interpretación.

También existen diferencias entre museos del mismo tipo. Por ejemplo, en lo que respecta al tamaño o las ubicaciones. En general, existen acuerdos preestablecidos entre museos urbanos y entre museos rurales (Serrel 1996).

Actualmente, en las propuestas participativas, se intenta recrear a los museos dándoles un toque más informal e incorporando gráficos.

La señalética en los museos es la que favorece de alguna manera la relación explícita del visitante con los contenidos del guión museográfico y de la muestra en particular.

Generalmente, los museos comparten la dificultad de que el visitante no le presta atención a este material gráfico, ya sea por su abstracción, su grado de dificultad, su lejanía del punto de vista del visitante o su obviedad.

Asensio y Pol (1993) trabajan el tema de los soportes comunicativos. Al respecto, sostienen que se observó la necesidad de complementar las piezas expuestas con información complementaria acerca de ellas.

En su trabajo hacen referencia a la diversidad de tipos de hábitos en el montaje de soportes, tal como sucede en los museos de arte, donde colocan pequeños carteles junto a las obras con unos pocos datos, complementándose con el uso de los catálogos o la información que brinda el guía. En los museos de historia y arqueología es frecuente utilizar algo más de información junto a las piezas, con textos de diferentes niveles informativos. Particularmente, los autores afirman que en los museos de ciencias y en los museos de niños se han desarrollado sistemas informativos que se complementan con sistemas audiovisuales o informáticos.

El uso de este tipo de señalética ha ido en aumento a medida que los mensajes se hacen más complejos y se diversifican los objetos expositivos.

Al abordar esta problemática ellos sostienen que estos elementos comunicativos encierran una información tan o más compleja que la que implícitamente recoge el mensaje expositivo de las piezas, obras o fenómenos, con lo que, en vez de aclarar tal mensaje expositivo tienden a complicarlo cada vez más.

Uno de los elementos centrales en la señalética, por no decir el más tradicional, es el uso de textos.