

eso opinan expertos en el tema como Parker y Andrews, entre otros). Pero lo peor de todo es que, aún si estos señores estuvieran equivocados, el público catalogará a cualquier película que se le cruce dentro de un género nos guste o no. Sin ir más lejos muchas películas del tipo “popurrí” son catalogadas por el público simplemente como “película argentina” y automáticamente reciben atributos que muchas veces resultan negativos (lenta, sin historia, pretenciosa, aburrida, etc.). Es que es así como funciona en el presente la mente del consumidor; recibe más información de la que puede procesar acerca de los productos y necesita categorizarlos para simplificar.

Esto tiene implicancias directas respecto de la comercialización. En la columna anterior analizábamos la influencia de los diferentes tipos de comunicación en el espectador a la hora de decidir qué película ver. Ahora bien, si hacemos un análisis del contenido de la comunicación, lo que más influye en la decisión de compra es el género:

Género: 41 %; Actores: 26 %; Historia: 20%; Director: 9%; Origen: 4 % (Fuente: Secretaría de Medios de Comunicación de la Nación, 2005)

Si sumamos los factores “género” e “historia” concluiremos que un guión bien escrito en base a una clara idea de su género principal puede asegurarnos el 61% de los elementos que jugarán positivamente cuando el público elija qué película ver. Por eso es importante aclarar la confusión y trabajar desde el desarrollo de proyectos hasta la distribución teniendo en claro cuál es el género principal de nuestra película.

La resistencia a crear cine “de género” deriva en gran parte de confundirlo con el concepto de “fórmula”. Una película de “fórmula” tiene una historia generalmente basada en un éxito de taquilla que intenta reproducir o repetir los mismos elementos que la hicieron exitosa. Esto implica que se dejan de lado todas aquellas “innovaciones” que podrían hacer peligrar la predictibilidad del negocio (es el caso típico de las secuelas, pre-cuelas, etc.). El género, en cambio, se refiere a un conjunto de patrones reconocibles en ciertos tipos de historias que son compartidos entre el autor y el público, y que se van construyendo a medida que ese diálogo evoluciona. Así es como surgen nuevos géneros o nuevas concepciones de géneros existentes.

Dudley Andrews comenta que género es un concepto complejo con múltiples significados; nos referimos a él como estructura, como rótulo y como contrato. En este punto es donde el género y el marketing se encuentran. El público necesita “categorizar” o “rotular” las películas para poder saber qué esperar de ellas; y esto es algo que un gerente de marketing debe utilizar a su favor. Por eso, tanto el diseño del póster como de las demás piezas de comunicación deben comunicar claramente cuál es el género de la película. Pero de nada sirve crear en el público expectativas que luego no serán cumplidas. De allí la importancia de que tanto productores como guionistas y directores tengan en claro cuál es el o los géneros dentro de los cuales están creando su obra. Para ello deben conocer el tema y saber que el género no es un enemigo de la creación o la originalidad, sino un aliado que nos permite trabajar con la materia prima de cualquier cineasta: las expectativas del público.

El cine argentino ha tenido una larga y fructífera tradición en géneros. Por nuestra pantalla pasaron el policial, la comedia, el musical, el *thriller*, el melodrama, etc. En algún lugar de la historia, hemos perdido en gran parte esa tradición al igual que hemos perdido contacto con nuestro público. Es necesario deshacernos de los prejuicios y retomar el contacto con el público. Contar buenas historias con códigos comunes y reconocibles no parece mala idea.

En busca de la experiencia significativa. Uso de estrategias y su aplicación práctica en la educación

Guillermo Desimone

Algunas reflexiones

Los docentes sabemos muy bien que cuando la puerta del aula se cierra y nos quedamos solos frente a los alumnos tenemos la responsabilidad y la potestad absoluta de todos los procesos de transmisión de información que se produzcan durante el tiempo que la clase dure. Por lo menos en principio y a escala de “jerarquía” entre profesor y alumnos. Y es esa responsabilidad la que nos lleva a preguntarnos con frecuencia ¿Por qué los alumnos pierden rápidamente el interés en los temas desarrollados en clase? ¿Cómo logramos mantener la expectativa y el interés en el aprendizaje como proceso? ¿Cómo evitar que los alumnos repitan sólo el contenido adquirido o memorizado en vez de realizar un camino propio hacia el aprendizaje?

Y básicamente buscar las causas del por qué lisa y llanamente los alumnos no aprenden.

Comprender textos, discursos orales o escritos y desarrollar capacidades para expresar las ideas a través de códigos verbales, gráficos o simbólicos se ha convertido en un obstáculo muy complejo de superar y es por esto que no es menor el esfuerzo que los docentes debemos realizar para darle mayor empuje y sentido a los procesos educativos con el objetivo de llegar al conocimiento superior.

Este conocimiento será el resultado de la utilización de estrategias aplicadas y la guía y el seguimiento constante y exhaustivo del educador.

Es por ello que realizar una tarea educativa requiere disponer de actividades que nos permitan activar los procesos que llevamos a cabo en el acto educativo, en coherencia con la complejidad de las distintas y múltiples variables que intervienen en los procesos de enseñanza. Los alumnos vienen con su conocimiento adquirido y se enfrentan a nuevas propuestas cuya finalidad se cierne en el aprender, cosa que termina siendo incompleta. Podemos definir aprender en un sentido más amplio como por ejemplo:

- Construir sentido
- Conectar los nuevos conocimientos con los que se tenía previamente.
- Comprender el sentido de las tareas a realizar
- Aplicar con independencia y autonomía lo aprendido a situaciones nuevas

- Organizar la información de textos (descripción, argumentación, causa/efecto, problemas/solución, comparación, entre otros)
- Procesar e interpretar información para comprender la realidad.
- Dominar habilidades y estrategias cognitivas, saber cómo utilizarlas y distinguir cuándo, dónde y para qué es apropiado aplicarlas. Adquirir datos para su uso.

Entre otras cuestiones a analizar al respecto podemos mencionar al entorno y al hábitat en donde transcurren estos procesos de intercambio comunicacional, dicho espacio es atacado por dentro y por fuera por elementos perturbadores que dificultan en grado medio y alto la enseñanza y por supuesto la realización de la experiencia significativa. Algunos son de índole edilicia, acústica, iluminación, etc. (entorno) y otros tienen que ver con el ámbito en sí mismo, cálido, frío, denso, etc. (hábitat) y por supuesto el factor humano y la efectividad del entorno no es ajeno a este análisis.

“Treinta radios convergen en el centro de una rueda, pero es su vacío lo que hace útil al carro. Se moldea la arcilla para hacer la vasija, pero de su vacío depende el uso de la vasija. Se abren puertas y ventanas en los muros de una casa, y es el vacío lo que permite habitarla. En el ser centramos nuestro interés, pero del no-ser depende la utilidad.” Lao Tsé (Tao Te King)

La estrategia

El término estrategia se lo puede vincular con diversas formas de llevar a cabo un proceso o conjunto de técnicas que implique tomar decisiones lo cual puede tener más de una connotación. Pero como el objetivo fundamental para la toma de decisiones es suprimir en el grado más alto que se pueda al “supuesto” a partir de evidencias, la inclusión de contenidos categóricos y hasta acotados determina que una idea más actual de estrategia de aprendizaje se asocia a la toma de decisiones que es capaz de realizar un individuo para diseñar cursos de acción vinculados a un procedimiento con un objetivo concreto y para situarse en un contexto social determinado.

Es importante recordar que cada estrategia o procedimiento general se contextualiza y profundiza en las distintas áreas y disciplinas, adquiriendo características especiales en cada una de ellas, respondiendo a las necesidades intrínsecas y en relación con conceptos propios.

Estrategias de enseñanza son un conjunto de actividades, técnicas y medios que se planifican de acuerdo con las necesidades de sus destinatarios, los objetivos que persiguen y la naturaleza de las áreas y cursos, todo esto con la finalidad de hacer más efectivo el proceso de aprendizaje.

Los estudiantes tienen la potencialidad de aprender, depende del ambiente, las libertades, del tiempo y el espacio, de los recursos materiales y técnicos.

Factores que afectan la aplicación de nuevas estrategias

Ellos son: Resistencia a los intentos de innovación o a temas nuevos; desconocimiento del propio proceso de

aprendizaje; tiempo; problemas institucionales y mobiliario.

Existen múltiples estrategias de enseñanza posibles, cada una de ellas facilita determinados tipos de aprendizajes y también puede dificultar otros.

La eficacia de las estrategias depende del grado de adecuación a los objetivos pedagógicos buscados, de la motivación que genere el docente y de su capacidad para implementarlo. De la coherencia con la que se va desarrollando a lo largo de las diversas instancias curriculares. De los recursos materiales para su ejecución.

Lograr una formación de calidad exige o presupone una enseñanza de calidad que se extiende más allá del o los docentes, ya que el compromiso institucional para este fin es fundamental

Para el caso específico de la clase analizada durante la cursada la estrategia que pretendo implementar estará basado en estos conceptos y análisis de Pedro Lafourcade.

Modalidades de intervención docente

En el cuadro de modalidades de intervención docente, Pedro Lafourcade nos habla sobre el quehacer docente que puede integrar la estructuración de los cursos según los propósitos de los mismos y constituirse en condiciones necesarias para garantizar una alta calidad en la formación de los alumnos, aumentar la retención y facilitar su avance regular por la carrera.

Señala diversos propósitos del docente para clases magistrales de 30 o más alumnos con el objetivo de desarrollar alguna temática insuficientemente tratada en la bibliografía, y exponer sobre alguna temática que requiere un abordaje interdisciplinario que en el nivel deseable, sólo el docente puede llevarlo a cabo.

Los alumnos a su vez disponen de la oportunidad de obtener información difícil de localizar y aprenden la importancia de establecer relaciones de temáticas del curso con conocimientos y prácticas de otros cursos.

También Lafourcade señala que para pequeños grupos se pueden armar sesiones de discusión con el fin docente de ayudar a los alumnos a profundizar o a considerar facetas de alguna temática cuyo contenido no sea claro, profundizar el intercambio de puntos de vista sobre modos de acceder a la resolución de algún problema en común.

Los alumnos así aprenden a considerar otros puntos de vista y a percibir las razones de esa diferencia. Aprenden luego a fundamentar los puntos de vista críticos e imaginar diversas perspectivas de análisis.

Por último sostiene que en los seminarios el docente efectúa un tratamiento grupal en profundidad sobre alguna problemática que por su característica se presta más a esta modalidad de trabajo. Los alumnos centran su atención en temáticas relevantes para su formación y examinan los temas con mayor detenimiento y reflexión.

Estrategias a implementar

- Específicamente deberé centrarme más en los conocimientos preexistentes, trabajar más la parte grupal ya que para el caso de producciones para medios masivos de comunicación es fundamental la opinión del otro

(del Soberano, según lo definió Pierre Bordieu, *Sur le télévision* (1999). Paidós Comunicación)

- Dado que el laboratorio presenta problemáticas de audio, de visión y de entorno general, una técnica a implementar es la de correr los bancos y ponerlos en círculo o en torno a la pantalla.

- La forma de exposición de la temática si bien será audiovisual, la aclaratoria oral por medio del docente sólo será necesaria sobre temas muy excluyentes en los cuales la intervención del docente será fundamental. Sobre todo en la explicación de contenidos que involucren o invoquen a casos de experiencia en el campo real.

- Hacer ejercicios de relajación muscular

- Finalmente entregar un material digital para que pueda ser manipulado de manera intuitiva e interactiva con el objeto encontrar imágenes y sonidos que representen parte de las temáticas y contenidos desarrollados.

Como conclusión destaco finalmente algo que en lo particular me resultó revelador y placentero, el hecho de que lo que a mi entender es la mejor estrategia y es aquella en la se produzca una experiencia significativa, un nuevo conocimiento, un nuevo camino para un individuo que busca respuestas a partir de sus intereses, objetivos y entorno.

El docente tiene que transmitir valores, datos, cultura. El alumno debe resolver como construir su pensamiento y su conocimiento tomando las enseñanzas que el docente brinda, pero ambas partes deben saber que será una verdadera experiencia de aprendizaje aquella que supere ampliamente lo establecido, aquello que se manifieste de manera natural y categórica.

Porque el conocimiento superior existe aun frente al dilema del artista que enfrenta una hoja en blanco y que debe abstraer todo su pensamiento, todo su existir, todos su preconceptos para lograr al fin descubrir un trazo, un sólo y primer trazo que conviertan todo ese conocimiento en una obra única e inimitable.

Terminologías

Aprender a aprender: adquirir una serie de habilidades y estrategias que posibiliten futuros aprendizajes de una manera autónoma. Conlleva prestar una consideración especial a los procedimientos (búsqueda de información, análisis y síntesis de la misma, etc.)

Conocimientos previos: conocimiento que tiene el alumno y que es necesario activar por estar relacionados con los nuevos contenidos de aprendizaje que se quiere enseñar.

Contenido: lo que se enseña, el objeto del aprendizaje. Existen diversos tipos de contenidos: conceptuales declarativos (saber), procedimentales (poder), actitudinales (querer hacer).

Metacognición: pensar sobre el propio pensamiento, lo que incluye la capacidad para evaluar una tarea y así determinar la mejor forma de realizarla y la forma de hacer el seguimiento al trabajo realizado.

Proceso de aprendizaje: acciones ocurridas entre la captación de información y la competencia final.

Interpretar: es la atribución de un significado personal a los datos contenidos en la información que se recibe.

Razonar, argumentar, deducir, explicar, anticipar...

Referencias bibliográficas

- Beltrán, J. et al. (1997) *Psicología de la educación*. Madrid: Eudema Universidad/manuales.

- Bernardo Carrasco, J. (1995) *Cómo aprender mejor. Estrategias de aprendizajes*. Madrid: Rialp.

- Castillo, S. y Pérez, M. (1998) *Enseñar a Estudiar. Procedimientos y técnicas de Estudio. Textos de educación permanente. Programa de formación del profesorado*. Madrid: UNED.

- Good, T. y Brophy, J. (1995) *Psicología educativa contemporánea*. México: McGraw-Hill.

- Poggioli, Lisette, *Enseñando a Aprender*, Fundación Polar

- Jones, F., Palincsar, A., et al. (1995) *Estrategias para enseñar a aprender*. Aique: Buenos Aires.

- Justicia, F. y Cano, F. (1996) "Los procesos y las estrategias de aprendizaje". En *Psicología de la instrucción. Vol 2: componentes cognitivos y afectivos del aprendizaje escolar*. Barcelona: EUB.

- Monereo, C. et al. (1994) *Estrategias de Enseñanza y aprendizaje. Formación del profesorado y aplicación en la escuela*. Barcelona: Graó.

- Nisbet, J. y Shucksmith, J. *Estrategias de aprendizaje*. Madrid: Santillana. Siglo XXI.

- Pozo, J. I. (1993) "Estrategias de aprendizaje". En Coll, C., Palacios, J y Marchesi

A. En "Desarrollo psicológico y educación II". *Psicología de la educación*. Madrid: Alianza psicológica.

- Pozo, J. I. (1996) *Aprendices y maestros*. Madrid: Alianza Editorial.

Nuevas perspectivas de la enseñanza universitaria en Argentina

Sergio Díaz

En los últimos años debido a la situación socioeconómica del país el mapa de las expectativas en relación a la elección de las carreras universitarias sufrió una modificación, especialmente a partir de la crisis del 2001. Durante este período la oferta académica se amplió de modo significativo variando la orientación de los estudios superiores (principalmente de grado/pregrado) hacia carreras no convencionales. Es decir, si bien las áreas consideradas tradicionales mantuvieron relativamente la tasa de ingresantes, un cúmulo de estudiantes se vio interpelado por una oferta ligada a un perfil mayoritariamente "profesionalista" en lugar de optar por disciplinas "academicistas".

Podemos pensar, a su vez, que esta nueva tendencia universitaria propone una próspera inserción laboral debido a que por un lado, son programadas en función de la demanda del mercado, por otro lado al ser carreras de menor extensión que las disciplinas convencionales permiten que el ingresante pueda proyectarse a corto plazo como profesional y por último, que esta nueva tendencia viene a contrastar con una sobrepoblación de profesionales dedicados a las disciplinas convencionales que no son absorbidos por el mercado laboral.

Al mismo tiempo, este fenómeno se corresponde his-