

La jornada tiene el propósito de acompañar y complementar la gestión de los departamentos de orientación de los colegios, que entre sus actividades generalmente integran visitas a las Universidades.

#### **Presencia en eventos exclusivos para colegios en conjunto con consultoras educativas y editoriales**

El Programa ColegiosDC acompaña en la realización de eventos a consultoras educativas y editoriales.

Con cada una de ellas se han generado sólidos vínculos que nos permiten además de, brindarles un espacio para sus eventos acompañarlos en la difusión de sus actividades y consolidar lazos entre la Facultad y las instituciones educativas.

Por otra parte, participamos de sus publicaciones y *newsletter* digital con artículos de interés para la comunidad educativa.

#### **Área de vínculo con orientadores y centros de orientación vocacional**

A partir de la relación que se ha ido consolidando mes a mes el Programa se encuentra comprometido con profesionales y centros de orientación vocacional a quienes se les envía material e información sobre charlas informativas y actividades de interés para interesados en nuestras carreras.

#### **Participación en Ferias de Universidades**

A partir de la creación de un Departamento de Colegios Secundarios por parte de la Universidad donde se destaca la participación en las Feria de Universidades que algunos colegios secundarios organizan, la Facultad de Diseño y Comunicación brinda su apoyo acompañando a partir de la solicitud de entrevistas con los directivos, profesor, tutor u orientador vocacional en el marco del evento y la posibilidad de presentar la propuesta de manera personalizada y acercarle material editorial de la Facultad.

#### **Otra forma de estudiar**

Son acciones del Departamento de Interesados de la Facultad que el Programa comunica a colegios y orientadores vocacionales para que los interesados en carreras de Diseño y Comunicación puedan participar de manera libre y gratuita.

Estas actividades son comunicadas por el Programa ColegiosDC a través del envío postal y vía *e-mail* con folletería para las carteleras a los colegios, orientadores vocacionales y centros de orientación.

En el caso del colegio el material es enviado a su Departamento de Orientación, profesores tutores o directivos referentes del área para que puedan hacer extensiva la información y que los alumnos participen de manera individual o grupal de las jornadas informativas.

Las jornadas informativas son:

#### **Marzo en Diseño y Comunicación**

Esta actividad lleva el nombre del mes y en su desarrollo los asistentes comparten una primera charla en donde se detalla información sobre cómo es estudiar en la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Luego los interesados se dividen se-

gún la carrera de interés y participan de una charla con profesores que se desempeñan en la Facultad y comparten aspectos específicos de los planes de estudio y sus contenidos y demás inquietudes de los interesados. La jornada culmina con un recorrido por las sedes de la Facultad.

#### **Nuestra Forma de estudiar**

Es una modalidad de charla informativa innovadora y enriquecedora para futuros estudiantes. La misma integra a estudiantes y egresados de todas las carreras de Diseño y Comunicación que de manera directa y personal comparten con interesados su propia experiencia como estudiantes.

#### **Talleres de Simulacro Profesional**

La propuesta integra la Feria de Vinculación Profesional de la Facultad de Diseño y Comunicación que está centrada en múltiples actividades de capacitación, formación y actualización para que los participantes enriquezcan su visión del mundo profesional. Los talleres de Simulacro Profesional son de nivel inicial para interesados y son dictados por profesores y profesionales destacados que comparten sus conocimientos y sus experiencias.

En conclusión, el Programa ColegiosDC ha logrado consolidar su vínculo con más de 400 instituciones educativas y más de 100 profesionales del área de orientación vocacional de nuestro país a partir de las estrategias de comunicación del Programa.

A su vez se ha podido planificar y desarrollar actividades innovadoras y de aporte a la comunidad educativa de nivel medio con colegios que encontraron en nuestra propuesta un motivador para que, no sólo sus alumnos puedan enriquecer y orientar su elección profesional sino también, como un lazo “entre colegas”, en donde profesores del ámbito universitario de manera conjunta con profesores del secundario articulan contenidos y desarrollan actividades que enaltecen la propuesta del Programa ColegiosDC y su alcance en el ámbito educativo de Nivel Medio.

### **Nuevo paisaje comunicacional. Desafíos del docente de Relaciones Públicas en el nuevo escenario con las TICs**

#### **Elisabet Taddei**

Las Relaciones Públicas son un arte y una ciencia que están constantemente trabajando para lograr relaciones armónicas entre la empresa y sus públicos. Para lograr trabajar exitosamente en este objetivo es fundamental la información, la búsqueda de estrategias de comunicación adecuadas a cada público.

Cuando hablamos de comunicación partimos del esquema clásico de todo proceso de comunicación: Emisor, Receptor, mensaje y medio. En la actualidad los medios son tan diversos que son un tema a evaluar muy cuidadosamente cuando tenemos que seleccionar los mejores acorde al perfil de audiencia/público.

Si llevamos este esquema al rol del docente en Relacio-

nes Públicas entendemos al docente cómo emisor y a los alumnos como receptores. Esto es así más allá de la disciplina a la que estemos abocados. Ahora bien estamos atravesando fuertes cambios, sociales, culturales, tecnológicos que nos mueven toda la estructura de lo que sabemos y/o aprendimos como lo que debe hacer un docente para ser reconocido como bueno en su tarea.

Hoy como emisores tenemos un desafío enorme motivar, seducir a nuestra audiencia: los alumnos.

Asistimos a un espectáculo que nos desorienta, lo que veníamos haciendo, lo que aprendimos como el deber ser de la actividad ofrece resultados cada día más pobres. Alumnos poco motivados, inquietos, con poca vocación de escucha. En comunicación son muchos los autores que coinciden en pensar que cuando falla la comunicación la responsabilidad es del emisor que evaluó mal a su audiencia, no la conoce bien, no encodificó el mensaje cómo corresponde o no utilizó el medio/canal adecuado para ese perfil de receptor.

Un tema es seguro si no tenemos respuesta o *feedback* o lo tenemos pero insuficiente es hora de replantearse la estrategia. Esto llevado al aula nos hace repensarnos como docentes Quizás en este nuevo paradigma que nos atraviesa con las TICs (Tecnologías de la información y las comunicaciones) como protagonistas nosotros debemos re-inventarnos. Comunicación eficaz es pensar en el receptor creando mensajes para él. Con la presencia de internet tenemos la posibilidad de combinar los mensajes que queremos transmitir a nuestra audiencia (alumnos, modelo *push*), con los que los alumnos quieren o buscan (modelo *pull*). Podemos evaluar tres temas que pueden coadyuvar al logro de la mejora que estamos intentando:

1. Actitud para involucrarse con compromiso como un protagonista activo y no como víctima. Para ello hace falta la valentía de asumir el cambio, compartiendo conocimiento, socializando el mismo y apostando a lo nuevo.
2. Tecnología, conocer, experimentar, tomar las herramientas que nos brinda la tecnología e implementarlas, ponerlas a prueba, testear cuál nos ofrece una mejor forma de vincularnos con los alumnos y hacerles llegar el material/conocimiento por un medio más acorde a sus intereses. Para eso tenemos que perder el miedo a perder poder, debemos ocupar el lugar de mediadores, ceder el lugar de protagonista único que detentamos hasta ahora y correremos hacia un nuevo rol que nos acerca y que no necesariamente nos hace perder autoridad, ya que la autoridad se gana desde otro lugar, como fuente de motivación para el grupo, cómo sembradores de inquietudes, generando el disenso, la crítica constructiva, la apertura para confrontar en la búsqueda de un conocimiento que se va construyendo entre todos con el docente en un rol de tutor, guía, mediador para el logro de los objetivos de esa materia. Hay una resignificación del rol. En "La Educación como industria del deseo. Un nuevo estilo comunicativo", Joan Ferrés (2008) habla de algunos de los requisitos requeridos para ser un buen docente en el siglo XXI. El docente debe despertar interés, motivar, debe persuadir, entretener y para eso no bastan las nuevas tecnologías, en ese punto estamos más vivos que nunca, esa es la fibra que nos hará distin-

guirnos y trascender las tecnologías.

3. Competencias. Una de las más significativas es aprender a aprender según Leonardo Wolk (2003): "Enseñar el oficio de aprender es ir más allá de transmitir información" (p.35). Esto trae aparejado el desaprender lo aprendido que fue útil bajo el otro modelo pedagógico, pero hoy puede ser una pesada mochila para tomar lo nuevo. Esto forma parte de lo que algunos autores llaman enemigos del aprendizaje.

Al analizar, más en detalle, el tema de la influencia de las nuevas tecnologías observamos que las TICs no son sólo canales de distribución de la información sino que ocupan otro rol ya que forman parte de los procesos de enseñanza y aprendizaje independientemente de la postura que queramos tomar frente a esto. Hoy son signo de conocimiento, luego veremos que hacemos en relación a la calidad y veracidad de ese conocimiento que contribuyen a acercar a la gran comunidad, tema para el que vale la pena desarrollar un sentido crítico.

Se está configurando una nueva manera de relacionarse con el entorno, de trabajar, de entretenerse, viajar, de formarse, etc. alrededor del desarrollo de las tecnologías. Asistimos a un cambio en los significados, que posiciona a la imagen en un lugar central corriendo a la escritura, debemos diseñar estrategias en la enseñanza que nos permitan utilizar estas herramientas que nuestros receptores "alumnos" disfrutan. De esta manera podemos aproximarnos, correremos de la posición de víctimas que nos paraliza y ser protagonistas del cambio que nos permitirá enseñar y entretener, lejos de perder autoridad o poder vamos a liderar el proceso desde un lugar de mediadores, colaboradores para allanar el camino y disfrutar de la búsqueda de conocimientos junto a nuestros alumnos, permitiéndoles guiarlos en cuanto a la calidad de material a seleccionar, a hacer un uso crítico de la internet y sus sitios, a que se animen a ser ellos usuarios responsables y fuentes de información veraz para subir material.

En el nuevo modelo de enseñanza el saber ya no es el fin sino un medio. Nuestro desafío como docentes es educar "con" y "en" los medios, desarrollando actitudes y aptitudes para que los alumnos sean capaces de interpretar información y generar nueva.

Las TICs nos exigen capacidad para aprender a aprender, soltando lo tradicional, sin olvidar, pero con apertura para focalizar el esfuerzo en este nuevo paradigma docente. Nuestra formación supone adaptar la enseñanza a la nueva metodología, explotando todas las capacidades que nos ofrecen los nuevos medios. Lo nuestro en esta primera etapa también será ensayo y error, hasta experimentar y elegir las mejores herramientas disponibles para nuestra tarea.

Para quienes desarrollamos la enseñanza de estrategias de Relaciones Públicas entendemos muy bien y recibimos con placer la analogía entre comunicación educativa y comunicación publicitaria. Sólo el desarrollo de la fina persuasión, motivación e inteligencia emocional hace que en los primeros cinco minutos de la primera clase se persuada y mantenga interesado a ese grupo de jóvenes con heterogeneidad de intereses y capacidades pero con algo en común la velocidad para hacer *zapping*

en su mente. Ese momento es único y se parece a la instancia en la que se testea un producto o servicio, no le damos muchas oportunidades nos gusta o no lo volvemos a intentar. Puede parecer poco académico compararnos con un producto pero en sus mentes funcionamos de manera bastante parecida. Tenemos que hacer una buena campaña en todo el cuatrimestre para ver los resultados al final del mismo, y conocer lo que pasó en ese proceso que lideramos como docentes.

Al mejor estilo de los políticos también estamos todo el tiempo persuadiendo para que desarrollen un aprendizaje con análisis crítico, participativo, constructivo, generando espacios para el disenso y el respeto por las diferentes posturas. El desafío del maestro/profesor es conquistar su motivación, estar en el *top ten* de sus preferencias en sus mentes, hacer que nuestra materia les resulte, entretenida, útil, dinámica. Para esto nos pueden ayudar mucho las nuevas tecnologías pero ellas no le podrán poner pasión a la información y al proceso de construcción del conocimiento, ese será más que nunca nuestro trabajo. El receptor de nuestro mensaje ha cambiado, ahora es activo, interactivo y tenemos que estar muy atentos en cómo encodificamos nuestro mensaje, cualquier desacierto provoca ruidos en la comunicación y corregir nos lleva tiempo y el esfuerzo de lograr que nos vuelvan a dar crédito para su escucha activa. En esta cultura del *zapping* y del todo rápido y simultáneo tenemos que convivir con eso y traer ese recurso al aula para agregar interés a nuestra currícula. Como señala José Ignacio Aiguaded (1999) "El profesor tiene que querer enseñar acerca de los medios en clase" (p.196). Es un modo de acercarnos a nuestros alumnos y de paso mejorar nuestra performance para lo que se viene, ellos pueden ser nuestros mejores guías, vamos a saber que medios les interesan más para la búsqueda de información y con que medios producen mejores resultados.

La publicidad entiende al receptor mucho mejor que muchos docentes, por que se involucra con el mundo de las emociones. Olvidamos, hace bastante ya, que los jóvenes de hoy son personas que tienen su cuerda emocional, como todos, sólo que intentamos forzar el sonido de esa cuerda en lugar de motivar ese sonido desde las ganas que les pueda despertar un trabajo docente amoroso, cuidado, pensado para hacer vibrar esa cuerda. Todos nos movilizamos por las emociones, o acaso el resultado de las encuestas a nuestros alumnos no nos genera algo importante en nuestro mundo emocional. Son algo más que el testimonio de lo que pasó en cuanto a aprendizaje, valoran y evalúan mucho más que eso. En esa instancia los protagonistas son ellos y dicen mucho de nosotros, esa es nuestra evaluación y debemos hacernos cargo de lo que nos están diciendo. Entender que en ese ejercicio de poder que ellos hacen están ofreciéndonos una fuente de información muy valiosa para nuestra mejora. Esas evaluaciones son parte del proceso de cambio que está experimentando el formato educacional estandarizado, donde el que evaluaba era sólo el docente. Estamos pasando de un modelo docente-céntrico a uno alumno-céntrico.

No debemos ofendernos cuando nos comparan con los protagonistas del éxito televisivo como hace Alejandro Piscitelli (en una nota en el Diario Página 12)

donde plantea docentes con un perfil "Tinelli" pero con contenido, lejos de eso tenemos que prestar atención a como estos personajes cambian permanentemente para mantenerse alineados con las expectativas de su audiencia, con esfuerzo, con inversión de tiempo, a veces con errores costosos, pero van aprendiendo y haciendo. El trabajo siempre nos hace, nos modifica, debemos estar atentos a los cambios que nos demanda el nuevo escenario. Hoy más que nunca estamos en un camino de permanentes desafíos y aprendizaje o nos montamos a la ola o nos quedamos fuera del paisaje comunicacional. No tenemos tiempo de pensar si la nueva tecnología es buena o mala o de engañarnos y utilizarla como un simple medio dónde organizar mejor las clases, no es solo utilizar mejor el PowerPoint o subir el trabajo práctico a la web, debemos ponerle algo más a todo esto, permitiendo demostrar hasta que punto colabora a agregarle valor a nuestra labor, no tomarlo como algo nuevo para mejorar lo viejo. Tomemos lo nuevo con todo lo que implica, seamos niños de nuevo, curiosos, intentemos, nos vamos a equivocar pero seguro que de cada intento fallido también sacaremos una enseñanza. Como dice Mariano Palamidessi (2006) "...la forma en que las tecnologías se imbrican en la producción de prácticas sociales depende de la capacidad que los sujetos, las instituciones y las sociedades tengan para construir y recrear conocimientos y sentidos en torno de sus potencialidades y sus usos" (p.10).

Volvamos a enamorarnos de la incertidumbre, volvamos a dejarnos atrapar por la aventura que significa no dar nada por sabido, ni por seguro, lo único seguro es el cambio y si queremos seguir estando vigentes como docentes, tendremos que dejarnos seducir por la promesa de que lo mejor está por venir, tenemos aún un rol muy valioso por ocupar el de mejorar lo que la tecnología nos propone y el de desarrollar la pasión por esas herramientas poniéndolas al servicio de un usuario cada día más exigente y preparado para exigirle a lo nuevo lo mejor y no darle la espalda. Solo el miedo nos atrapa y nos deja ceñidos a un proceso de enseñanza ya perimido, seamos como docentes promotores de la búsqueda de lo mejor que nos ponen a disposición las nuevas tecnologías.

El docente debe cooperar a renovar la mirada de las cosas, permitir desarrollar curiosidad intelectual y frente a la perplejidad y el caos utilizarlos como disparadores para la construcción de un nuevo modelo de enseñanza-aprendizaje que de respuesta a las demandas actuales de los definidos por Alejandro Piscitelli, en un artículo que el mismo escribí, (2009) como "nativos digitales" que son los alumnos que tenemos hoy el desafío de conducir en su proceso formativo. Recordemos las palabras de Kress Gunther (2005) "Las tecnologías adquieren importancia cuando las condiciones sociales y culturales les permiten alcanzar importancia" (p. 26). Los docentes tenemos un rol protagónico en la creación de esas condiciones, en el escenario de la educación, aportemos nuestro granito de arena.

#### Referencias bibliográficas

- Aiguaded, José Ignacio (1999). *Convivir con la televisión*. Barcelona: Paidós

- Kress, Gunther (2005). *El alfabetismo en la era de los nuevos medios de comunicación*. Málaga: Aljibe.
- Palamidessi, Mariano (2006). *La escuela de la sociedad de redes*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica.
- Wolk, Leonardo (2003). *Coaching El Arte de Soplar Brasas*- Ed- Buenos Aires: Gran Aldea Editores.

#### Artículo en sitio web

Piscitelli, Alejandro: Inmigrante digitales vs. nativos digitales. Disponible en: <http://portal.educ.ar/debates/educacinytic/nuevos-alfabetismos/inmigrantes-digitales-vs-nativos-digitales.php>

## Percepto y concepto en la vivencia de la espacialidad

Antonio Tecchia

El presente trabajo es una reflexión abierta acerca del especial modo en que gravitan en los procesos de percepción y experiencia vivencial cotidiana de la espacialidad arquitectónica y urbana en general, las nuevas tecnologías de producción, síntesis y distribución de la imagen. Como encuadre general se propone situar el foco de atención en las consecuencias e implicancias, directas e indirectas, de la cada vez más intensa participación de las nuevas tecnologías en la experiencia espacial del hombre en relación con su entorno diseñado en general. Como encuadre específico se propone concentrar la mirada en las derivaciones que las consecuencias e implicancias mencionadas producen en el medio formador de profesionales diseñadores de espacios. Esto último tendiendo a profundizar la reflexión acerca de la necesidad de una permanente revisión y renovación de las pautas a tener en cuenta durante la concepción y elaboración de estrategias y tácticas para la enseñanza del diseño morfológico espacial y contextual en todos sus niveles de complejidad.

Una de las principales e indiscutibles consecuencias del avance tecnológico y de la masiva generalización de los medios para la elaboración, síntesis, transformación y comunicación de las imágenes en tiempo real, es la notable y creciente alteración de las formas de percepción de la espacialidad en relación con la variable tiempo. Esta alteración, debida fundamentalmente a los fenómenos de aceleración y desaceleración de la experiencia perceptiva de la espacialidad, modifica la estructura del continuo espacio-tiempo en el que se desarrolla la vida humana en las ciudades actuales. La nueva dinámica que, a consecuencia de la aceleración y desaceleración permanente en la experiencia perceptiva, se le imprime a la vivencia cotidiana de la realidad espacial produce un fenómeno de "compresión temporal" de la percepción, (Virilio, P., 1998), que, por un lado condiciona y, por el otro expande los alcances de la experiencia sensible del espacio.

La presión, cada vez más intensa de las nuevas tecnologías hacia una dinámica en la que la cotidiana interacción del hombre con su entorno diseñado se da predominantemente a través de las imágenes y no de la forma propiamente dicha, hace que varíen considerablemente

las posibilidades de captación simultánea y sucesiva, por medio de nuestros sentidos, de los estímulos espaciales del ambiente en general. La recurrente superposición de experiencias directas con experiencias indirectas, efectuadas a través de diferentes mecanismos de interacción con imágenes estáticas y dinámicas en tiempo real a la cual está expuesto el individuo, produce permanentes fenómenos de dislocación y multilocalización que provocan que la captación y vivencia de los aspectos formales organizativos, topológicos y sensibles de los espacios se dé en forma condensada. Esta captación condensada, por un lado invierte menor cantidad de tiempo real para producirse, pero además de esto posibilita una suerte de experiencia omniperceptiva del espacio en general, generando un diferente tipo de acercamiento entre la relación del hombre con la espacialidad concreta y con la estructura abstracta del espacio en general, posibilitando que percepto y concepto se articulen espontánea y naturalmente de una manera rica y fluida, no tan frecuente hasta el momento.

Cuando una cámara animada en una simulación digital que visualiza el territorio para una comunicación televisiva de pronóstico meteorológico por ejemplo, acelera, desacelera y se mueve con radios de giro, velocidades de desplazamiento, y factores de acercamiento, que muchas veces no son compatibles con la escala humana en cuanto a los rangos admitidos por los sistemas sensoriales y motrices que condicionan los modos de desplazamiento, delimitación del campo visual, focalización ocular, etc., en el ser humano, se producen impactos de características extraordinarias en los sistemas de registro perceptivo y en los sistemas de abordaje cognitivo de la realidad espacial. Como consecuencia de dichos impactos se producen alteraciones que gravitan indefectiblemente en los alcances de la percepción y la concepción del ambiente como lugar físico en el que se desarrolla el hábitat del hombre.

De igual modo, cuando el sujeto, navegando y visualizando a través de programas de visualización de imágenes satelitales el territorio, la ciudad, localizaciones específicas de edificios y sus relaciones con espacios abiertos y vías de comunicación, puede operar simultáneamente la percepción del estímulo espacial directo con la correspondiente elaboración racional de su propia comprensión acerca de su localización subjetiva dentro del sistema, puede conceptualizar lo percibido mediante procesos de abstracción no ordinarios. Estos procesos de abstracción, por la modalidad particular del complejo mecanismo que los sostiene, no llevan el mismo tiempo interno de elaboración comprensiva que se da cuando el sujeto actúa como agente autónomo capaz de articular y abstraer, sintetizar, y comprender su localización a través de la interacción directa con el espacio que lo circunda. La visualización y navegación a través de imágenes satelitales, aumentando y reduciendo la distancia, situando lo percibido dentro de un sistema lógico conceptualizado a través de referencias no perceptibles solo con los sentidos, ofrece al sujeto una suerte de pre elaboración tipificada de la experiencia vivencial, que limita las posibilidades de despliegue subjetivo de la sensorialidad en la interacción con lo concreto de la forma, standarizando y pasteurizando la