

Criterios generales para la evaluación (desarrollado por el docente): “El campo de la evaluación muestra posiciones, controvertidas y polémicas no sólo desde una perspectiva política sino también desde la pedagógica y didáctica” (Edith Litwin, Alicia R. W. De Camillioni, Susana Celman y M. del Carmen Palou De Maté (1998). La evaluación debe ser tomada por el docente para repensar su propuesta de enseñanza. Lo patológico sería considerarlo como el lugar indiscutible respecto de los aprendizajes de los estudiantes y no así como un lugar privilegiado para generar consideraciones de valor respecto de la propuesta metódica y los procesos de enseñar de los docentes.

Al pensar en la evaluación los docentes debemos plantearnos frente a los diferentes procedimientos que tenemos para evaluar a los alumnos, cuáles son las formas más apropiadas para monitorear el proceso por el que atraviesa el alumno. Quizás el gran problema o pregunta que debemos formularnos sea determinar cuál es el criterio con el que se evalúan las actividades.

#### Referencias bibliográficas

- Edith Litwin, Alicia R. W. De Camillioni, Susana Celman y M. Del Carmen Palou De Maté (1998) *La evaluación de los aprendizajes en el debate didáctico contemporáneo*. Buenos Aires: Paidós.
- Ignacio Trueba, Adolfo Carzola, Juan José de Gracia, (1995) *Proyectos Empresariales. Formulación, evaluación*. Madrid: Mundi-Prensa.
- De Cos y Trueba (1990) *Definición de Proyecto de Ingeniería, VI Congreso Nacional de Proyectos de Ingeniería*. Almagro, Ciudad Real.

**Abstract:** The aim of this work is to achieve that students of 4<sup>º</sup> year of the Master in Public Relations could approach across a Project of consultancy, facilitated by the teacher, to the most important areas of an Organization, managing in this way, to face an integral project of communications with the real business community and orientating the students towards a professional future.

**Key words:** project – strategy – consultancy – communication – organization – real business community – alliances.

**Resumo:** O objetivo deste trabalho é alcançar que os alunos do 4<sup>º</sup> ano da Licenciatura em Relações Públicas possam ser resolvidas através de um Projeto de consultoria, facilitada pelo professor, as áreas mais importantes de uma Organização, conseguindo desta maneira um projeto integral de comunicações com a realidade empresária e orientar ao aluno para um futuro profissional.

**Palavras chave:** projeto – estratégia – consultoria – comunicação – organização – realidade empresarial – alianças.

(\*) **Patricia Jurcovich.** Licenciada en Publicidad y Analista en Medios (USAL). Master en Comunicación Institucional (UCES). Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento de Comunicación Comunicación Corporativa - Empresa de la Facultad de Diseño y Comunicación.

---

## Tecnología educativa en Publicidad I

Eugenia Álvarez Del Valle (\*)

Fecha de recepción: julio 2011  
Fecha de aceptación: septiembre 2011  
Versión final: noviembre 2011

**Resumen:** Este *paper* trata sobre cómo influye la tecnología educativa en la materia Publicidad I desde una mirada constructivista. Se enfoca especialmente en el uso de la tecnología dentro del aula, y debate sobre las posibilidades fuera del trabajo en clase. Asimismo realiza un paneo sobre las opciones concretas de las herramientas disponibles y propone aplicaciones teniendo en cuenta los distintos momentos de la clase. La inclusión y el uso variado de estas tecnologías tienden a mejorar el proceso de enseñanza aprendizaje para lograr, con nuevas y diferentes tecnologías, aprendizajes significativos.

**Palabras clave:** tecnología – tecnología educativa – publicidad – estrategias educativas – conocimientos previos – puentes cognitivos – momentos de la clase – espacios virtuales.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 129]

---

### La utilización de la tecnología como facilitadora del proceso educativo

La reflexión expuesta a continuación sobre la Tecnología Educativa en la materia Publicidad I surge a partir de la cursada de “Introducción a la Tecnología Educativa” del Programa de Capacitación Docente de la Facultad de Diseño y Comunicación en la Universidad de Palermo.

La tecnología, entendida como todo aquello que el hombre crea para modificar el mundo, impacta en la forma de comunicarnos, tanto en la publicidad como en la docencia, las dos áreas que conciernen porque se analizará su atravesamiento en las clases de Publicidad I en la Universidad de Palermo.

El cambio que hubo en la comunicación durante estos

últimos años influyó en la publicidad de forma tal que se crearon nuevos canales de comunicación, que no aparecen mencionados en la bibliografía de la materia. Por ejemplo los temas Técnicas de Comunicación o Comunicaciones integradas de marketing están en general incompletos y los docentes deben adicionar algunos artículos periodísticos a esas lecturas para incluir a Internet entre una de las Técnicas de Comunicación Comercial, con todos sus formatos publicitarios, desde un web site, hasta *pop-ups*, *banners*, *e-mail* marketing y publicidad en redes sociales. Los estudiantes aún se sorprenden de que estas nuevas tecnologías no estén incluidas, dado que, en general, son “nativos digitales”, es decir personas que nacieron con el uso de las computadoras, después de los ’80 y tienen acceso a estas herramientas desde temprana edad.

La hipótesis de este *paper* es: la utilización de las nuevas tecnologías de información y comunicación (TICs) durante la clase favorece el proceso enseñanza aprendizaje en la materia Publicidad I. Por otra parte, acerca al estudiante al uso de las TICs en comunicación.

#### Recursos tecnológicos disponibles en la clase

Las posibilidades tecnológicas que brinda la Universidad de Palermo en la Facultad de Diseño y Comunicación son: Proyector, que permite la exposición de publicidades audiovisuales de cine y TV, radiales, videos, conexión a Internet, avisos gráficos, presentaciones del docente y del estudiante, extractos de películas de cine relacionadas con los temas de la materia. Estas opciones además permiten, si se proyecta sobre pizarrón blanco, escribir sobre las imágenes estáticas con marcador para subrayar algunos temas o discriminar elementos de los avisos publicitarios. Esta posibilidad, que hasta hace pocos años no existía, brinda la oportunidad de analizar en el aula avisos audiovisuales, y hacer presentaciones más dinámicas y atractivas.

El retro-proyector permite, cuando los proyectores no están disponibles por una cuestión de capacidad, proyectar filmas que el docente preparó previamente para exponer conceptos claves, publicidades gráficas; y como en el caso anterior, la proyección de las mismas en el pizarrón blanco permite el agregado de citas.

TV + Video. Esta opción de proyectar un video educativo es interesante, aunque es superada por el proyector, dado que tamaño de la pantalla del TV dificulta la visión de los alumnos que están lejos del TV por la disposición del aula. La pantalla es mucho más pequeña que la del proyector y el uso de los videos es escaso porque fue reemplazado por los formatos digitales como los CDs y DVDs.

El acceso a Internet a través de la red Wi Fi permite conectarse desde una PC particular, desde la proporcionada por la Facultad o un teléfono celular.

El pizarrón y marcador tienen un uso frecuente durante la clase, tanto para el ordenamiento de los temas que se verán, como para marcar la exposición o generar cuadros sinópticos.

Estas tecnologías, utilizadas en la clase, hacen que los encuentros sean dinámicos y atractivos.

Hacer foco en el tema resulta sencillo al utilizar una herramienta tecnológica en el aula, esto implica traer a un

nuevo emisor como por ejemplo el proyector o el video; ya no sólo hablan el docente y los estudiantes, sino que se incorporan nuevas fuentes de información. Las distintas herramientas por sí solas también generan interés en los alumnos disponiéndolos positivamente para luego abocarse a las unidades temáticas propuestas con mayor voluntad. Estas nuevas tecnologías acercan al docente con los estudiantes en cuanto ven al docente más próximo por su versatilidad en el uso de las TICs. En la materia Publicidad I, las herramientas mencionadas proporcionan una gran ventaja al facilitar el recuerdo visual de ejemplos de avisos publicitarios gráficos y audiovisuales mediante la proyección de los mismos.

Es importante no abusar de estas herramientas porque pueden convertir a la clase en un espacio monótono y de poco diálogo e interacción entre los estudiantes. En muchas oportunidades, con el uso de estos elementos, el alumno se remite al rol de espectador.

Dentro del aula se encuentra también el uso del teléfono celular con conexión a Internet que posibilita a los participantes la búsqueda de información en forma instantánea. Por ejemplo, un estudiante puede “googlear” el Curriculum de un futuro invitado a la Universidad y leerlo a sus compañeros para conocer más acerca del perfil del expositor. (“Googlear” es un término coloquial para la búsqueda de información en Internet a través del buscador Google).

#### Tecnologías fuera del horario de cursada

El uso de las tecnologías para que el docente, el alumno y el tema interactúen se hace más frecuente en el uso de foros, grupos de *e-mails*, *blogs*, aulas virtuales y redes sociales, espacios que en general no son asalariados, no solo en la UP sino en diversas instituciones educativas. Como cita Mariano Palamidessi (2006): “El tiempo de trabajo del docente en nuestros países es generalmente entendido como la suma de momentos al frente de la clase. Las demás actividades propias de la tarea de los profesores (como planificar, evaluar, estudiar, reunirse con otros docentes y con padres) aparecen como prácticas con menor valor y, muchas veces, se presentan como invisibles a la administración educativa. Buena parte de ellas son tiempos de trabajo no pagado. ... Si no se establecen espacios institucionalizados para la aparición de nuevas prácticas, éstas no serán priorizadas y lo más probable es que asuman el valor de “huequito” quedando libradas a la voluntad individual y no a un proyecto educativo institucional.” (p. 80)

Este libramiento a la voluntad individual debería ser reevaluado por las instituciones educativas puesto que el uso de la tecnología fuera del trabajo áulico es muy rico. Entre las tecnologías más utilizadas por los docentes actualmente se destacan el uso de *e-mails* para respuestas de dudas, las redes sociales para contacto diario con los alumnos, la búsqueda de información en Internet y ahora se suma la tecnología móvil. Los *e-mails*, los foros y las redes sociales favorecen el diálogo, la discusión y la resolución de conflictos relativos a los trabajos prácticos. El intercambio internacional, provincial o ínter universitario entre pares, tanto para docentes como para estudiantes, es vasto. Las posibilidades de desarrollo son amplias y los cambios pueden ser profundos.

Será que debe disponer de tiempos, recursos, conocimiento y acceso a sitios acreditados para que las nuevas actividades puedan ser integradas en el currículum.

Es importante destacar la validez de la incorporación de espacios virtuales para la construcción de conocimiento, siendo para esto necesaria la organización académica, de recursos y la instrucción a los docentes en el manejo de las nuevas herramientas.

Tal como citan Peña, Corcoles y Casado (2006) en su texto *El Profesor 2.0: docencia e investigación desde la Red*, la Web 2.0 pone a disposición de un público amplio “un conjunto de herramientas sofisticadas de publicación y gestión de contenidos y, en lo social, posibilita la aparición de una inteligencia colectiva a partir de la agregación de aportaciones individuales no sistematizadas ni guiadas explícitamente.” (p. 1). Algunas de estas herramientas, como *blogs* y *wikis*, se pueden introducir en diferentes momentos de la actividad docente para “incrementar su capacidad de comunicación y motivación en el aula, y para optimizar los esfuerzos dedicados a la búsqueda de información, el trabajo colaborativo y la comunicación de sus resultados...” (p. 1). En cuanto a la orientación pedagógica de la utilización de los espacios virtuales, los mismos autores comentan que la conexión entre expertos y el saber conforma la Web Constructivista, en el sentido que el conocimiento ya no fluye uni-direccionalmente, sino que se construye de forma que todos los componentes de la Red son recursos que cada usuario puede aprovechar para sí, para construir su propio conocimiento y revertirlo a la Red para que se convierta en recurso de los demás. (p. 7) Se trata entonces de un espacio virtual constructivista, que al utilizarlo del modo antes mencionado, está en consonancia con la orientación de la Facultad en su conjunto.

#### **Recursos tecnológicos en los distintos momentos de la clase**

Los recursos mencionados anteriormente pueden hacerse presentes en los tres momentos de clase y con distintas estrategias educativas. Algunos ejemplos se exponen a continuación.

Para el momento de apertura el uso de algún elemento disparador de contenidos puede ser aprovechado con el uso de las TICs, desde la exposición de un spot publicitario que sea analizado por el grupo, hasta la exposición de los estudiantes de una búsqueda previa de información. Cualquier elemento que actúe como puente cognitivo, –paso de un conocimiento menos elaborado o incorrecto a un conocimiento más elaborado–, habrá favorecido el proceso enseñanza aprendizaje (Carretero Mario, 1997). Incluso la búsqueda de información en Internet en la clase, si esto fuera posible, puede aprovecharse para la introducción a los temas que se verán durante esa unidad, como así también la consulta a un diccionario, web o *blog* de buena reputación para la resolución de discusiones que se presenten. En el momento de desarrollo se pueden encontrar diversas posibilidades: Como apoyo y/o guía la proyección de diapositivas con texto y/o cuadros sinópticos mediante proyector, retroproyector y pizarrón.

Como ejemplificación del tema mediante exposición de

piezas gráficas o audiovisuales. En la materia Publicidad se recurre constantemente a la memoria de los estudiantes a fin de recuperar conocimientos previos. Esta estrategia educativa constructivista se verá favorecida con la exposición directa de avisos conocidos por los estudiantes.

Para análisis reflexivo en clase se pueden entregar fotocopias de textos para analizar en sub-grupos, luego la producción se expone frente a todos los asistentes.

En el momento de cierre el uso de la tecnología puede hacerse presente para ejemplificar. Un video con otro expositor, distinto del docente, puede reforzar los contenidos vistos durante la clase. Además se puede aprovechar el uso del instrumento para presentar el tema siguiente y generar incógnita sobre lo que se verá, resolverá o analizará en la próxima clase. Por otra parte, pueden utilizarse estas tecnologías como forma de distensión hacia el final del encuentro, exponiendo spots publicitarios de otros países que tengan relación con los objetivos pedagógicos.

#### **Conclusiones**

Durante este *paper* se comentó la importancia de inclusión de la tecnología en el proceso de enseñanza aprendizaje de la materia Publicidad I. Se analizaron los distintos recursos tecnológicos disponibles en la Universidad de Palermo y se reflexionó sobre la tecnología disponible fuera del horario de cursada. Fueron nombradas algunas posibilidades del uso de la tecnología teniendo en cuenta los distintos momentos de la clase y las estrategias educativas. Las reflexiones expresadas son tendientes a incrementar el aprendizaje significativo de los estudiantes, favorecido mediante el uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación.

#### **Aportes a la materia Publicidad I desde Introducción a la Tecnología Educativa del Programa de Capacitación Docente**

Los aportes de este *paper* son significativos tanto para la materia Tecnología como para Publicidad. Para Tecnología porque se analizaron las opciones disponibles en la Universidad de Palermo y se reflexionó sobre el aprendizaje fuera del momento de la clase mediante las TICs. Se realizó un recuento de las posibilidades tecnológicas disponibles. Para la materia Publicidad I los aportes están centrados en el planteo del uso de las herramientas tecnológicas teniendo en cuenta los momentos de la clase y las estrategias educativas. Se espera que este trabajo pueda ser de utilidad a quienes investigan acerca de la conexión entre Tecnología y Publicidad y a los docentes de Publicidad, incluso al autor, a fin de favorecer el proceso de enseñanza aprendizaje con el uso de herramientas tecnológicas, predisponiendo con ellas positivamente la voluntad de la clase a abocarse a las unidades temáticas presentadas.

#### **Referencias bibliográficas**

- Bauman, Zygmunt (1999) *La Globalización. Consecuencias humanas*. Buenos Aires, México: Fondo de Cultura Económica.
- Becerra, Martín (2003) *Sociedad de la Información. Proyecto, convergencia, divergencia*. Bs. As.: Norma.

- Carretero, Mario (1997) *Desarrollo Cognitivo y aprendizaje*. Progreso, México.
- Palamidessi, Mariano (1998). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Vol 1. Madrid: Alianza Editorial.
- Peña, Ismael; Córcoles, Cesar Pablo y Casado, Carlos (2006), *El profesor 2.0: docencia e investigación desde la red*. UOC PAPERS. Revista sobre la sociedad del conocimiento. [www.uoc.edu/uocpapers](http://www.uoc.edu/uocpapers).

**Abstract:** This paper treats on how the educational technology influences in the subject Advertising I from a constructivist point of view. It focuses specially in the use of the technology inside the classroom, and debates on the possibilities out of the work in class. Likewise it takes a look at the concrete options of the available tools and proposes applications bearing in mind the different moments of the class. The incorporation and the varied use of these technologies tend to improve the process of education-learning to achieve, with new and different technologies, significant apprenticeships.

**Key words:** technology – educational technology – advertising

– educational strategies – previous knowledge – cognitive bridges – moments of the class – virtual spaces.

**Resumo:** Este paper discute como influi a tecnologia educativa na matéria Publicidade I desde uma mirada construtivista. Centra-se especialmente sobre o uso da tecnologia na sala de aula e debate sobre as possibilidades fora de trabalho da sala de aula. Assim mesmo realiza um paneo sobre as opções concretas das ferramentas disponíveis e propõe aplicações tendo em conta os diferentes momentos da sala de aula. A inclusão e o uso variado destas tecnologias tendem a melhorar o processo de ensino aprendizagem para alcançar, com novas e diferentes tecnologias, aprendizagens significativas.

**Palavras chave:** tecnologia – tecnologia educacional – publicidade – estratégias educativas – conhecimento prévio – pontes cognitivas – momentos da aula – espaços virtuais.

(\*) **Eugenia Álvarez Del Valle.** Lic. en Publicidad (Universidad de Palermo). Magisteren Management Estratégico (Master in Business Administration - UP). Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento de Comunicación y Creatividad Publicitaria de la Facultad de Diseño y Comunicación.

## Educación 2.0: lo mejor de ambos mundos

Jan Ryniewicz (\*)

Fecha de recepción: julio 2011

Fecha de aceptación: septiembre 2011

Versión final: noviembre 2011

**Resumen:** El propósito del presente *paper* es poner atención sobre el uso de la tecnología en el proceso de educación, particularmente lo que refiere a Internet 2.0. A través de un recorrido por diversos autores que abordan la temática y con el soporte de estadísticas recientes se hablará de nativos e inmigrantes digitales, alumnos y profesores respectivamente, y de la relación de estos en el universo educativo. Del mismo modo, se explicitará el uso que los alumnos le dan a Internet, tanto en lo referente a la frecuencia como a las preferencias de contenidos. La intención es mostrar que en el entorno de una dinámica 2.0, que plantea horizontalidad y cercanía, el profesor se torna alumno y, aprendiendo a ser nativo, puede llegar al alumno desde una posición más empática y cercana.

**Palabras clave:** nativos digitales – inmigrantes – pantalla – libro – Internet 2.0 – tecnologías de la información.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 131]

### Una reflexión acerca de como inmigrantes y nativos son hoy ciudadanos digitales en la educación

#### Introducción

Esta es la era de la información. La comunicación está en todos lados y la tecnología contribuye a que la población esté más comunicada, más conectada, compartiendo contenidos y sabiendo que le sucede al otro. El desafío es entender qué sucede con toda la información circulante y aprovechar las ventajas que la tecnología brinda a tal efecto. Del mismo modo, en el ámbito de la educación, la tecnología, en particular Internet, juega un rol preponderante entre los alumnos, quienes hacen un uso intensivo de ella. A modo de ejemplo que ilustra

el concepto del presente ensayo, un estudio conjunto del IAB (Internet Advertising Bureau) y la consultora de medición digital ComScore, reveló que durante el transcurso de 2011, del total de usuarios de Internet en Argentina, los jóvenes (de entre 15 a 24 años) representaron la mayor participación de visitantes en ambos géneros, superando este grupo a cualquier otro grupo etario de América Latina, como así también al promedio mundial y regional.

¿Cuál es la posición que el docente debe tomar frente a esta realidad? Aprovechando las ventajas que ofrece, toda la comunicación puede ser virtuosa. Por otro lado, el exceso de información no hace más que generar un ruido tal, que nada se escucha, nada se dice.