

the examination, - that so much to make questions be able to listen as they are two instances that form part of the process of education - learning.

**Key words:** Learning - Knowledge - theoretical evaluation - reflection - skills - competitions - alternative assessment.

**Resumo:** Este ensaio trabalha algumas ideias sobre pára que avaliar teoria relacionada com a realidade. Ainda que a proposta que nele se desenvolve está só provada na instância de avaliação parcial da matéria Relaciones Públicas I, poderia se aplicar a mesma metodología para a instância de avaliação final. Como assim também quicá possa transpolarse a experiêncía -a outras matérias de características similares. Este trabalho explora ademais a intenção que há por trás de uma avaliação que pode fazer que o estudante desempenhe diferentes papéis com o objetivo de lhe permitir observar, entre outras coisas,

que a avaliação excede o instante do exame, -que tanto fazer perguntas como saber escutar são duas instâncias que fazem parte do processo de ensino - aprendizagem.

**Palavras chave:** Aprendizagem - conhecimento - avaliação teórica - reflexão - avaliação alternativa - habilidades - competências.

(<sup>1</sup>) **Elisabet Taddei.** Licenciada en Relaciones Públicas, Universidad de Palermo. MBA en Recursos Humanos, Universidad de Palermo. Coach Ontológico (Newfield). Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento de Comunicación Corporativa y Empresaria de la Facultad de Diseño y Comunicación. Desarrolla actividades en el Departamentos de Eventos y Comunicación organizando Jornadas, Ciclos y Seminarios en la Facultad de Diseño y Comunicación.

---

## Tecnología educativa en Publicidad I

Eugenia Alvarez del Valle (<sup>1</sup>)

Fecha de recepción: agosto 2012

Fecha de aceptación: octubre 2012

Versión final: diciembre 2012

**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 - estrategia de enseñanza - conocimientos previos - puentes cognitivos - espacios virtuales.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 64]

---

### 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:

a) 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 pu-

blicitarios. 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.

b) El retro-proyector permite, cuando los proyectores no están disponibles por una cuestión de capacidad, proyectar filminas 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.

c) TV + Video. Esta opción de proyectar un video educativo es interesante, aunque es superada por el proyector, dado que el tamaño de la pantalla del TV dificulta la visión de los alumnos que están lejos del mismo 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.

d) 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.

e) 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 predisponiéndolos 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 currículum 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 *emails*, *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 emails 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 emails, 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 necesario 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, Córcoles 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:

(...) 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.

1. En el momento de desarrollo se pueden encontrar diversas posibilidades:

a) Como apoyo y/o guía la proyección de diapositivas con texto y/o cuadros sinópticos mediante proyector, retroproyector y pizarrón.

b) 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.

c) 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.

2. 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 in-

clusión 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*. Buenos Aires. 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 about the educational technology influences in the subject Advertising I from a constructivist look. It focuses specially in the use of the technology inside the classroom, and debate on the possibilities out of the work in class. Likewise it fulfils a sight on 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 apprenticeship.

**Key words:** Technology - educational technology - advertising - teaching strategy - background information - cognitive bridges - virtual spaces.

**Resumo:** Este artigo trata sobre como influi a tecnologia educativa na matéria Publicidade I desde uma mirada construtivista. Centra-se especialmente no uso da tecnologia dentro na sala de aula, e debate sobre as possibilidades fora do trabalho em classe. Assim mesmo realiza um paneo sobre as opções concretas das ferramentas disponíveis e propõe aplicações tendo em conta os diferentes momentos da classe. A inclusão e o uso variado destas tecnologias tendem a melhorar o processo de

ensino aprendizagem para alcançar, com novas e diferentes tecnologias, aprendizagens significativo

**Palavras chave:** Tecnologia - tecnologia educacional - publicidade - estratégia de ensino - conhecimentos prévios - pontes cognitivos - espaços virtuais.

(\*) **Eugenia Alvarez del Valle.** Licenciada en Publicidad, Universidad de Palermo. MBA en Management Estratégico (Master in Business Administration). Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento de Comunicación y Creatividad Publicitaria de la Facultad de Diseño y Comunicación.

## Los pixel de la educación

Nicolás Ferrón (\*)

Fecha de recepción: agosto 2012

Fecha de aceptación: octubre 2012

Versión final: diciembre 2012

**Resumen:** Las redes sociales han cumplido un rol destacado en la cotidianeidad de las personas que tienen acceso a Internet. A través del presente ensayo se intentará explicar cómo la tecnología puede ser utilizada no sólo en momentos de ocio y esparcimiento, sino que también puede transformarse en una herramienta didáctica que permite que un estudiante tenga un apoyo educativo constante en sus tiempos de recreación.

**Palabras clave:** Facebook - ocio - tecnología - web - mensajería instantánea - videos educativos - evaluación virtual.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 68]

### Introducción

El inexorable y vertiginoso correr del tiempo y la necesidad de hacer un buen uso y lograr un óptimo aprovechamiento de éste obliga a la sociedad a utilizar nuevos recursos en la comunicación diaria. En este sentido, la tecnología siempre juega su mejor carta mostrando utilidades en cosas cotidianas que pueden ser utilizadas tanto como una herramienta para el ocio como una herramienta educativa.

### El ocio como recurso tecnológico y educativo

Definición de ocio: Se denomina ocio al tiempo que se dedica a actividades que no son ni trabajo, ni tareas domésticas esenciales. Es un tiempo recreativo que se utiliza a discreción. Es diferente al tiempo dedicado a actividades obligatorias tales como comer, dormir, hacer tareas, etc.

En un mundo donde la tecnología avanza a pasos agigantados, las diferencias de edades corren una carrera en la cual compiten quienes avanzan más en la utilización de la misma. Los jóvenes son quienes ganan estas carreras donde el uso de materiales tecnológicos facilita el vivir en un cruce de distintas clases sociales. Se puede afirmar que los adolescentes adquieren un poder relevante a través del rápido aprendizaje de estos elementos y herramientas.

Así es que, en esta avanzada sociedad consumista de tecnología, los jóvenes demuestran continuamente su

superioridad. Y los docentes, que tienen distintos puntos de vista acerca de esto, deberán tomar una decisión y optar por unirse al avance tecnológico o continuar empujándose con tizas y pizarrones. En dicha encrucijada, un docente debería amoldarse a esta superioridad o seguir su actual estrategia educativa. El amoldamiento puede ser muy satisfactorio al ver los resultados y el grado de conexión del alumno con aquello que aprende; podría ser más efectivo.

Pensar como estudiante puede ser un buen inicio para hallar esta relación. Para ello uno tiene que suponer qué es lo que hace un alumno cuando llega a su casa. Hay medios de comunicación que pueden ayudar a que el alumno unifiquen su ocio con la materia y siga de este modo el contenido de la misma. Como Señala Kress Gunther (2005)

“Siempre presente está el tema de los medios de comunicación destinados a la difusión de significados, en forma de mensaje” (pág. 17)

La escritura estará cada vez más organizada y configurada por la lógica de la imagen-espacio de la pantalla. Este es uno de los efectos ineludibles de los potenciales de la pantalla y de la tecnología de los nuevos medios. (pág. 29)

Existen herramientas virtuales que pueden ser utilizadas como medios de comunicación que nos dejarán transmitir un mensaje constante e informativo. Una he-