

Publicidad I *ama al blog*. Blogging en la UP.

Fecha de recepción: agosto 2014
Fecha de aceptación: octubre 2014
Versión final: diciembre 2014

Solange Diez (*)

Resumen: Partiendo de la idea de que el estudiante ya no es aquel sujeto pasivo de otras épocas, sino nativos digitales que hacen de lo digital su segunda lengua y que construyen y luego reflexionan sobre los logros alcanzados; el docente universitario debe alentar la construcción del conocimiento desde nuevas instancias pedagógicas con génesis en la era tecnológica.

La propuesta de éste paper busca significar didácticamente el blog de la Universidad de Palermo (UP) para que el docente concilie la necesidad de implementarlo en su asignatura como una herramienta útil para la enseñanza que, además de conceder un nuevo espacio de aprendizaje para los estudiantes, fomenta articulaciones interdisciplinarias entre las tecnologías, vida académica y práctica profesional potenciando su valor educativo. A fin de realizar aportes pedagógicos concretos se toma como ejemplo un blog de la asignatura Publicidad I de la UP, donde se utiliza el mismo no sólo como portfolio de cátedra sino como recurso didáctico durante la cursada.

Palabras clave: blog – blogging - publicidad - 2.0 – tecnología – didáctica – publicidad – recursos - Tics

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 140]

La evolución tecnológica ha modificado las relaciones humanas gestando transformaciones constantes, permanentes, trascendentales y revolucionarias. Se prioriza una sociedad digital cimentada desde la interconexión, el intercambio de información y la inmediatez; y requiere de nuevas formas de organización, más innovación y flexibilidad ante el cambio.

Parafraseando a Lion, hay un nuevo modo de acceso, construcción y apropiación del conocimiento en estrecha relación con diseños de clase que propician intercambios genuinos con entornos tecnológicos digitales desde perspectivas no instrumentales ni eficientistas (Lion, s.f). Por lo tanto, lejos de la mirada tecnócrata de la tecnología como un mero instrumento o un medio para determinados fines, y tomándola dentro del campo de la tecnología sensible; como un espacio socio-virtual en el que surgen nuevas prácticas, experiencias, contenidos, miradas y aproximaciones (Folegotto y Tamborino, 2005); las TICs son el nuevo andamiaje con el que el docente cuenta para enriquecer el proceso de enseñanza-aprendizaje, en pos de un aprendizaje profundo, autónomo, independiente y autorregulado. Tomando en cuenta las ideas de Muraro:

la formación de los docentes deja de estar centrada en la adquisición de competencias exclusivamente tecnológicas, para proponer una formación que atiende a un dominio conceptual de los recursos, como para: evaluar los materiales, seleccionar los adecuados, seleccionar contenidos curriculares, de forma tal que puedan relacionar los medios tecnológicos con sus usos, posibilitando la expresión y construcción de actividades didácticas, adecuando los contenidos, las herramientas y las técnicas, a los cambios tecnológicos. (2005, p. 50)

Desde ésta mirada y en plena digitalización social y cultural, se propone la utilización del blog de la Uni-

versidad de Palermo organizado por asignaturas como una nueva posibilidad de formación para los jóvenes, que trasciende las fronteras del aula y permite circular, transferir y organizar los saberes disciplinares de una nueva forma.

A los fines de realizar aportes pedagógicos sólidos se analizará el blog de la asignatura Publicidad I, inmersa en la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Haciendo blogging en Publicidad I

Los estudiantes que participan de las clases de Publicidad I son por lo general ingresantes de primer año, por ello es fundamental desarrollar desde sus primeras experiencias con el mundo académico, las habilidades necesarias para fomentar el pensamiento crítico, establecer conexiones entre una multitud de ideas que circulan en la red, reflexionar y formular preguntas pertinentes, elaborar respuestas, seleccionar, clasificar e identificar falacias de la web, por ejemplo.

La propuesta pedagógica de la materia Publicidad I es convertir al blog en un diario de clases digital en donde el docente registra distintos momentos de aprendizaje y documenta cada una de las producciones de los alumnos publicándolas para trascender el ámbito privado de la clase. De la misma manera, éste espacio se enriquece con el posteo de material didáctico complementario que ejemplifica contenidos vistos en el aula, generando de este modo nuevas instancias de reflexión y encuentro de saberes que potencian el razonamiento, percepción y la construcción del conocimiento. Por este motivo, la cátedra de Publicidad I transfigura el aula en el escenario de experimentación de una clase unida física y virtualmente, a través de lazos fuertes que salen a conquistar y comprender el mundo publicitario aprovechando todas las ventajas que el blog de la UP provee.

Para poder llevar a cabo ésta plataforma el educador da a conocer cuál es el objetivo de hacer *blogging* en

Publicidad I a fin de garantizar la participación de los estudiantes. Los convoca a construir una pequeña comunidad extra áulica que respete la identidad del grupo y se transforme en un espacio original para el aprendizaje y expresión. Asimismo, el docente transparenta la utilidad didáctica del sitio y establece un contrato pedagógico con los jóvenes universitarios dando a conocer los deberes que deben cumplir frente a ésta publicación, sin perder de vista que harán comunicación pública. Los aprendices saben que la red es accesible para cualquier persona del mundo por lo que se les enseña a trabajar y aprender con esta novedosa condición. A continuación, el docente refuerza el sentido de abordar la tarea colaborativamente entre estudiantes y maestro enfatizando en que el atractivo se incrementa cuanto mayor es la participación y, más enriquecedora se vuelve la experiencia de aprendizaje al impregnar el blog de la asignatura con la personalidad del grupo. Pues entonces, es fundamental desde el inicio, empapar la actividad de emotividad y de significado profundo para los universitarios.

Sumado a ello, el blog puede ser un instrumento para la enseñanza que posibilita al docente de Publicidad I organizar su clase con un perfil más innovador. Para ello cuenta con recursos como You Tube –máxima reserva de archivos audiovisuales ideal para visualizar avisos publicitarios- y Google –el más potente de los buscadores de información-. Por ende, el profesor puede postear el material que utilizará en el aula o que serán necesarios de abordar para comprender la temática expuesta, ejemplificar los temas a través de casos actuales, sugerir y ampliar la lectura de diversas fuentes de información relacionadas con los contenidos aprendidos. Incluso, cargar el blog con ingredientes extra que favorezcan el aprendizaje significativo (Ausubel, 1978), así como también presentar las consignas de los trabajos prácticos.

En otro orden de cosas, el docente guía, selecciona y evalúa junto con el grupo los trabajos prácticos para luego compartirlos en el blog creando el portfolio de alumnos; mientras tanto acompaña y fomenta la participación de los jóvenes impulsándolos a buscar recursos que logren expresar lo que quieren transmitir o que ejemplifiquen temas tratados en clase, pidiéndoles que produzcan contenidos que luego se subirán a la red. Por lo tanto, el estudiante comparte su trabajo con sus compañeros y con el mundo. Para algunos autores como Litwin:

la gran aventura que acontece en las aulas es dotar de sentido esa información, reconocer su importancia, transferir modos de pensar en un campo a otro con el objeto de expandir nuestros conocimientos y permitirnos actuar cada vez más inteligentemente. Las y los docentes no ven disminuido su trabajo porque encuentran un gran proveedor de información. Por lo contrario, deben enseñar lo que siempre enseñaron pero potenciado (...). (Litwin, s.f.)

En definitiva, utilizar el blog como herramienta pedagógica favorece el desarrollo de nuevas habilidades cognitivas, estimula el proceso de autoevaluación, permiti-

te aprender a resignificar los mensajes que circulan en el ciberespacio y fomenta el trabajo colaborativo entre alumnos y docentes.

Razones para amar al blog

Para concluir, el blog de la UP permite al docente gestionar el proceso de enseñanza-aprendizaje más allá de los límites físicos que impone el aula, ya que al publicar material didáctico de la asignatura se estimulan procesos cognitivos como puente transferencial con el espacio de formación áulico. Sumado a ello, el uso del blog traspasa los contenidos obligatorios de una asignatura para promover el espíritu crítico de los jóvenes e interviene en la generación de procesos de aprendizaje no lineales capaces de ayudar a construir novedosos esquemas y reestructurar los construidos mediante narraciones digitales y soportes audiovisuales. A su vez, fomentar el empleo de la Web 2.0 permite a los estudiantes aprender también lo que significan hoy los espacios públicos, a partir de la invitación a socializarlo todo a través de las nuevas tecnologías de la información, cuya realidad es esencial para su formación profesional.

En síntesis, hacer blogging en la Universidad de Palermo es una oportunidad original para que el docente despliegue su creatividad y libertad de cátedra y experimente nuevas estrategias para construir conocimiento incorporando la tecnología sensiblemente (Folegatto y Tambornino; 2005), en pos de despertar mayor motivación, deseo de aprender y una actitud más activa y responsable de los jóvenes hacia el aprendizaje. Finalmente, Publicidad I ama al blog porque más allá de ser una herramienta didáctica este soporte posee un gran valor colectivo para construir identidad y sobre todo, por las implicancias sociales, políticas y económicas que conllevan su uso en estos nuevos tiempos.

Referencias bibliográficas

- Ausubel, D., Novak, J., & Hanesian, H. (1978). *Educational Psychology: A Cognitive View* (2nd Ed.). New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Folegatto, I. y Tambornino, R. (2005). *Las TIC y los Nuevos paradigmas para la educación*. Disponible en: <http://www.insumisos.com/lecturasinsumisos/TLC%20y%20los%20nuevos%20paradigmas%20educativos.pdf>
- Lion, Carina. (s.f). *Prácticas educativas con tecnologías en educación superior. Interrogantes y perspectivas*. Disponible en: <http://asesoriapedagogica.ffyb.uba.ar/?q=pr-cticas-educativas-con-tecnolog-eneducacion-superior-interrogantes-y-perspectivas>
- Litwin, Edith. (s.f). *Las Nuevas Tecnologías y las prácticas de la enseñanza en la universidad*. Disponible en: <http://www.litwin.com.ar/site/Articulos2.asp>
- Muraro, S. (2005). *Una Introducción a la informática en el aula*. Argentina: Fondo de Cultura Económica.

Nota: Este trabajo fue desarrollado en la asignatura Introducción a la Tecnología Educativa a cargo de la profesora Natalia Lescano en el marco del Programa de Capacitación Docente.

Abstract: Starting from the idea that the student is no longer a taxable person of other times, but digital natives digital make it their second language and they build and then reflect on the achievements, the university teacher should encourage the construction of knowledge from new instances pedagogical genesis in the technological age.

The proposal of this paper seeks didactically mean the blog of the University of Palermo (UP) for the teacher to reconcile the need to implement it in their subject as a useful tool for teaching, in addition to grant a new learning space for students fosters interdisciplinary joints between technologies, academic life and professional practice enhancing its educational value. In order to achieve specific educational contributions is taken as an example of the subject blog Advertising I of UP, where it is used not only as a teaching portfolio but as a teaching resource during that submitted.

Keywords: blog - blogging - advertising - 2.0 - technology - teaching - advertising - resources - Tics

Resumo: Partindo da ideia de que o estudante já não é aquele sujeito passivo de outras épocas, senão nativos digitais que fazem do digital sua segunda língua e que constroem e depois reflexionam sobre os lucros atingidos; o professor universitário

deve alentar a construção do conhecimento desde novas instâncias pedagógicas com gênese na era tecnológica.

A proposta deste trabalho procura significar didaticamente o blog da Universidade de Palermo (UP) para que o professor concilie a necessidade de implementar em sua matéria como uma ferramenta útil para o ensino que, além de conceder um novo espaço de aprendizagem para os estudantes, promove articulações interdisciplinares entre as tecnologias, vida acadêmica e prática profissional potenciando seu valor educativo. A fim de realizar contribua pedagógicos concretos toma-se como exemplo um blog da matéria Publicidade I da UP, onde se utiliza o mesmo não só como portfolio de cátedra senão como recurso didático durante a cursada.

Palavras chave: blog – blogging - publicidade - 2.0 – tecnologia – didática – publicidade – recursos - Tics.

(¹) **Solange Diez:** Lic. en Publicidad (UCES). Posgrado en Educación y Nuevas Tecnologías (FLACSO- en curso). Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento de Comunicación y Creatividad Publicitaria en la Facultad de Diseño y Comunicación.

Utilización de las nuevas tecnologías, redes sociales y blogs en Taller de Redacción.

Fecha de recepción: agosto 2014
Fecha de aceptación: octubre 2014
Versión final: diciembre 2014

Luis Darío Pintos Valiño (¹)

Resumen: ¿La materia Taller de Redacción debe dictarse en un aula equipada con computadoras para cada alumno o en un espacio áulico tradicional? ¿En un blog se deben publicar todos los trabajos que realizan los alumnos o sólo los más destacados? ¿Sirve el uso de las redes sociales como apoyo a la teoría dada en las clases? En este ensayo se tratará de entender el atravesamiento de las nuevas tecnologías con el oficio que se enseña y buscar la mejor forma de integrarlo a los contenidos del campo temático.

Palabras clave: taller - impacto de la comunicación - nuevas tecnologías – Internet - redes sociales - blog.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 141]

“Una necesidad solo puede ser realmente satisfecha a través de una determinada adaptación a la realidad”
(Lev Vigotsky)

Taller de Redacción 3.0

La cátedra Taller de Redacción forma parte del Plan de Estudios de las Licenciaturas en Publicidad y en Relaciones Públicas que se dictan en la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. En ambas carreras esta asignatura se encuentra inserta en el primer cuatrimestre de cursada, dentro del cuarto Eje de Formación Académica y Profesional denominado Comunicación.

Mediante esta asignatura, el estudiante de las Licenciaturas en Publicidad y en Relaciones Públicas de la

Facultad de Diseño y Comunicación, adquiere las herramientas básicas para enriquecer su redacción, ampliar su vocabulario y su manejo de la gramática. Además, incorpora diversos recursos de redacción, reconoce las principales técnicas y problematiza sobre la temática de la información y de la comunicación mediática. Al mismo tiempo, aprende a redactar de acuerdo a los diferentes géneros y estructuras periodísticas.

¿La materia Taller de Redacción debe dictarse en un aula equipada con computadoras para cada alumno o en un espacio áulico tradicional? Un taller de redacción tiene instantes de discusión teórica y de contenidos. No obstante, hay instancias de práctica guiada en las que sería más conveniente que cada alumno tenga su computadora, que cuenten con su máquina portátil o que