

El blog: una estrategia reflexiva, creativa y propositiva en el proceso de enseñanza aprendizaje en el aula

Reyna Díaz Huerta

Resumen--El presente artículo gira entorno a la experiencia desarrollada con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación para el Conocimiento (TICC) en la materia de Publicidad, que pertenece a una de las opciones terminales de la carrera de Ciencias de la Comunicación que se imparte en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS), de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

La experiencia se centra en el uso de los blogs o bitácoras de red como una estrategia reflexiva, creativa y propositiva para la construcción del conocimiento de los jóvenes universitarios, ya que los alumnos analizan, reflexionan y se cuestionan sobre los diversos contenidos de la asignatura vistos en la clase presencial, para posteriormente llevarlos y aplicarlos en los blogs mediante propuestas ingeniosas. Estos espacios permiten desarrollar una comunicación maestro-alumno más estrecha y de mayor confianza (de manera horizontal), que provoca mayor apertura y mayor libertad para expresar pensamientos, sentimientos, dudas, inquietudes y el trabajo entre pares.

Palabras clave — Blogs educativos, clase presencial, reflexión, publicidad.

I. INTRODUCCIÓN

Este artículo se desprende del uso y el análisis de los blogs como apoyo a las clases presenciales en la materia de Publicidad, de la carrera de Ciencias de la Comunicación que se imparte en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS), de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM); es un apoyo educativo porque promueve la construcción del conocimiento libre, reflexivo y propositivo que lleva a los universitarios a enfrentar su realidad.

Para llegar a esa construcción, los docentes debemos comenzar por entender que los alumnos

son sujetos sociales, en constante movimiento y transformación, con inquietudes y necesidades que deben cubrirse para facilitar el proceso de confrontación con su realidad. En este sentido, la educación debe prepararlos para su desarrollo profesional, es decir, conjuntar la parte teórica y práctica, enfrentarlos a su campo de trabajo con casos reales y motivar el desarrollo de habilidades, con lo cual, el trabajo docente, institucional y de la misma sociedad se podrá ver reflejado. Es imperativo señalar que es un trabajo en conjunto, un método de enseñanza - aprendizaje basado en el cambio de pensamiento, dinámico, flexible, de seguridad y de apoyo para los alumnos, que promueva la generación de productos críticos, estimule la reflexión y la autocrítica, para lo cual debemos considerar que los elementos participantes en este sistema: docentes, alumnos y las Tecnologías de Información y Comunicación para el Conocimiento (TICC) deberán permanecer en interacción y realimentación día con día.

El blog es un recurso muy valioso de apoyo a la clase presencial y para la generación del conocimiento, comenzando porque internet es un medio de comunicación cotidiano para los jóvenes, nacieron y siguen creciendo con él, y muchos de sus soportes, en especial el blog, es uno de tantos recursos de uso cotidiano de los universitarios como red social; motivo por el cual los docentes pueden valerse de él para enseñar y los alumnos aceptan aprender gracias a la infinidad de virtudes que este recurso les otorga: libertad, flexibilidad e informalidad, en donde pueden acercarse a las diversas temáticas relacionadas con la publicidad de manera divertida y creativa.

Por lo tanto estamos hablando de un cambio de percepción centrado en las relaciones maestro – alumno: en sus contenidos, formas de aprender y

enseñar, formas de hablar y comportarse, las tareas escolares o los sistemas de evaluación dentro de espacios instruccionales; desde las tradicionales aulas hasta las estrategias de aprendizaje virtual como: el e-learning, las webquest, los blogs, entre otras TICC que han venido a cambiar la forma de enseñar y aprender, ya que cada una de ellas proporciona un acceso cada vez más fácil y fluido al conocimiento.

Los problemas nodales y urgentes para lograr satisfacer las necesidades planteadas se centran en las concepciones o representaciones de los alumnos y docentes sobre el proceso de enseñanza – aprendizaje, en el cual los docentes deben partir de que los alumnos son entes activos y no pasivos. El aprendizaje ha de centrarse más en la construcción que en la repetición. Las estrategias didácticas deben ir encaminadas a la formación del alumno y no a sólo resolver un problema en específico. El profesor debe ser un guía, no sólo un transmisor del conocimiento, y el alumno un ser humano que tiene la capacidad de analizar, reflexionar, criticar, proponer y construir.

II. ACTORES EN EL PROCESO DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Para lograr los objetivos planteados en la materia Publicidad es indispensable conocer a los alumnos; en este caso son alumnos que oscilan entre los 20 – 25 años de edad y pertenecen a la generación de Internet, razón por la cual es necesario que la educación se adapte a su ambiente cotidiano para facilitar el proceso de aprendizaje y al mismo tiempo satisfacer las exigencias de la nueva sociedad del aprendizaje; por ello hay que considerar que se trata de un segmento caracterizado por pasar gran parte de su tiempo frente a una máquina con fines de entretenimiento (bajar música, videos, juegos, entre otros), información en general y socialización entre iguales (redes sociales, chats, foros de discusión, entre otros).

En este sentido queda claro que “La retención del conocimiento es análoga a la interpretación que diferentes directores de orquesta hacen de una misma obra musical. Aunque la partitura es igual para todos los directores, cada uno hace una interpretación subjetiva de ella. Así los que escuchan los conciertos sabrán que todos han dirigido la misma obra, pero no habrá habido una interpretación igual a otra”, como indicara Juan I. Pozo y coautores, además ellos mismos la interpretan de distinta forma, de acuerdo a su

contexto, sus sentimientos y su estado de ánimo.

Esta analogía lleva a pensar que lo mismo sucede con los alumnos, cada uno tiene sus intereses, su forma de aprender y de construir el conocimiento, por ello no podemos coartarlos a un solo modelo de aprendizaje; por ello podemos decir que a lo largo de la experiencia en clase presencial se ha reflexionado sobre los procesos de enseñanza-aprendizaje, donde alumnos, profesores e instituciones se reúnen para llevar a cabo esa *obra musical*: aprender y enseñar, sin olvidar que estos conceptos parten de la demanda de una nueva sociedad del aprendizaje y de las necesidades de los mismos alumnos, en donde la reflexión, la proposición y la crítica juegan un papel esencial en la construcción del conocimiento, el cual se desarrollará siempre de acuerdo al alumno.

III. ENSEÑAR Y APRENDER DOS CONCEPTOS QUE HAY QUE COMPRENDER

En esta construcción los profesores deben entender que el concepto de enseñar se relaciona directamente con un proceso continuo, planeado, que inicia a partir de las necesidades de los alumnos, donde los profesores actúan como guías y dotan de recursos a los alumnos con el firme propósito de motivarlos a que observen, analicen, critiquen y construyan y reconstruyan su propia realidad, un proceso que está en constante transformación y adaptación, en donde los profesores deben garantizar un clima de confianza y comunicación para que los alumnos puedan enfrentar su realidad de una manera más propositiva y tengan la capacidad de desarrollar los proyectos que deseen.

Aunado a lo anterior debemos comprender que el aprender es una actividad social y cultural en donde el alumno no es un ente pasivo y aislado, sino un ser cognitivo lleno de necesidades, las cuales irá satisfaciendo por medio de la socialización, el trabajo colaborativo o en red y la constante realimentación; razón por la cual, la construcción del conocimiento dependerá de la interpretación de cada alumno, de acuerdo a su contexto y a sus intereses, es decir, le imprimirá su sello al igual que los directores de orquesta; además tendrá la capacidad de decidir qué y cómo quiere aprender y podrá evaluar su propio proceso de aprendizaje de acuerdo a sus objetivos.

IV. EL BLOG UNA ESTRATEGIA REFLEXIVA, CREATIVA Y PROPOSITIVA

Como se mencionó anteriormente, el blog es una herramienta que permite a los alumnos de la asignatura de Publicidad desarrollar habilidades de aprendizaje en dicha área. Hay distintos tipos de blogs, de entre los cuales se ha escogido un blog colectivo, es decir, un blog que se crea exclusivamente para la materia, en donde tanto los alumnos como el profesor publican al mismo nivel trabajos dentro y fuera del aula, al mismo tiempo construyen el conocimiento de forma colectiva a través del análisis y discusión de las temáticas vistas en clase, y llevadas al blog, para continuar en esa construcción libre y autónoma.

En este contexto los weblogs, bitácoras de red o simplemente blogs se insertan perfectamente en esta construcción libre y reflexiva del conocimiento, son espacios que permiten desarrollar una comunicación maestro-alumno más estrecha, de mayor confianza, apertura y libertad para expresar pensamientos, sentimientos, dudas o inquietudes.

El blog permite publicar ideas propias, reflexiones, información actualizada, pero lo interesante es que es un formato muy flexible en donde todo es posible, modificable y ejecutable. Además se va publicando de manera cronológica y temática, lo cual da sentido y organización al discurso: es interactivo, hipertextual, facilita la exposición y el intercambio de ideas, es fácil de utilizar porque no necesita de gente especializada, es una guía de navegación, contiene soportes multimedia, motiva la creatividad, permite la socialización, la colaboración y genera comunidades de aprendizaje, en donde todos aportan su punto de vista, enriquecen el tema de discusión y al final cada uno tiene la capacidad de construir sus propias conclusiones.

El alumno *bloguero* dispone de un sin fin de recursos para desarrollar y compartir sus publicaciones y sus piezas: etiquetas, videos, imágenes, gadgets, diseño, plantillas en esta llamada *blogosfera*, en donde se lleva a cabo un esfuerzo de reflexión constante en y con los estudiantes mediante la búsqueda, la lectura, la selección y la interpretación de tópicos, ejercicio creativo que los volverá expertos en el tema tratado y muchas veces fuente de inspiración para otros.

Además el hecho de estar publicando en la red, los alumnos adquieren una responsabilidad, pero

también una motivación para seguir escribiendo, ya que se genera un sentimiento de identidad al ser diferenciados y reconocidos entre los participantes por el trabajo ejecutado.

Ejemplo:

Tema: El periódico o diario como medio publicitario.

Objetivo: Entender los soportes, virtudes y carencias del periódico como medio publicitario, para posteriormente ejecutar un anuncio creativo, reflexivo y propositivo para este medio.

Actividad: Ejecución de un anuncio publicitario para periódico.

Para entender cómo se realizan los anuncios publicitarios en los distintos soportes de los medios de comunicación, en este caso los de los diarios, primero se analizan sus virtudes o ventajas y desventajas, funciones y características, entre alumno - docente o alumno - alumno, con la finalidad de que estos últimos propongan y finalmente ellos mismos ejecuten sus anuncios para los distintos periódicos.

Ustedes se preguntarán ¿dónde se encuentra el blog en todo este proceso de enseñanza aprendizaje?, en todos lados, desde el inicio, en toda la investigación, el análisis y la reflexión sobre el periódico como medio publicitario; se sube información al blog referente a sus virtudes, a cómo podemos explotar sus espacios, sus formatos, elementos clave, hasta ejemplos de anuncios que se han hecho en este soporte. Todo este proceso se realiza con un único objetivo: tener las bases teóricas y prácticas para lograr finalmente los productos anhelados: las propuestas de anuncios para periódico ejecutadas por los alumnos.

V. APORTACIONES

Para finalizar se mencionarán algunas de las actividades que se han realizado en el blog, así como los logros obtenidos:

A. Actividades:

--Revisión de material especializado, actualizado para complementar la clase presencial y comprender el trabajo publicitario, pero siempre contemplando los códigos de ética y de responsabilidad social.

--Trabajo colaborativo con la finalidad de generar la reflexión y la construcción de nuevas propuestas.

--Ver, analizar, criticar y bajar videos, anuncios de temáticas específicas para comprender su función, su impacto, reflexionar y proponer otras soluciones creativas.

--Entender las características y beneficios de cada uno de los distintos medios de comunicación, para posteriormente utilizar sus distintos soportes.

--Realización de ejercicios a partir del análisis de la información presentada (casos prácticos).

--Desarrollo de la creatividad y al mismo tiempo de habilidades a partir de las discusiones generadas por sus trabajos presentados.

--Actividades individuales y en equipo dentro de este espacio para generar mayor libertad, sobre todo en el caso de los alumnos introvertidos o tímidos, que se sienten mejor en este espacio en donde el profesor se convierte en un par y se encuentra en la misma posición que los demás participantes, y no tienen temor a ser juzgados o criticados.

--Actividades específicas para motivar la participación de los alumnos en la construcción constante de propuestas creativas.

B. Logros:

--*Fusión de la práctica y la teoría:* El blog proporciona a los alumnos materiales actuales sobre el tema visto en clase, elementos e información adicional para que posteriormente puedan llevar a cabo sus piezas publicitarias encomendadas, mostrarlas en clase, en donde se presenta una ronda de preguntas y respuestas, aportaciones y comentarios; finalmente las plasma en el blog con el objetivo de que todos puedan verlas, analizarlas, guardarlas o simplemente compartirlas. Estas actividades son muy importantes para su crecimiento profesional y muchas veces no se pueden llevar a cabo en el aula, pero a través de estos recursos se pueden explotar y realimentar.

--*Motivación a la libertad de expresión:* Los alumnos logran externar sus inquietudes, dudas, comentarios o críticas constructivas sin sentir temor ni limitación por parte de sus demás compañeros o por el profesor sobre sus trabajos presentados, lo cual los motiva para seguir desarrollando trabajos más creativos con un objetivo más claro y contundente.

--*Desarrollo de la creatividad:* Es un medio tan completo por la variedad de soportes e interfaces que maneja que se vuelve muy creativo y motiva el aprendizaje, ya que se incluyen anuncios comerciales o sociales de radio, cine, televisión, prensa, medios exteriores, alternativos, virtuales,

entre otros, con el fin de que los alumnos puedan analizar cómo funcionan los distintos medios de comunicación, cómo deben plasmar los anuncios en los distintos soportes y cómo llevarlos de la mano para que los ejecuten; de esta manera el aprendizaje es más rico y completo para el alumno, pues desarrolla todo el proceso creativo: analiza, planea, ejecuta y controla el proceso publicitario.

--*Promover el aprendizaje colectivo o la formación de comunidades de aprendizaje:* Durante todo el proceso de aprendizaje se trabaja en equipo (alumnos – maestros y alumnos - alumnos), donde sus piezas creativas y cualquier ejercicio dentro y fuera del aula se observa y analiza con fines constructivos y de crecimiento profesional, los participantes aportan su trabajo y esfuerzo para que todos logren el objetivo: Aprender.

VI. CONCLUSIÓN

Esta experiencia subraya la importancia de las TICC dentro del proceso de enseñanza - aprendizaje, en especial el blog como un recurso educativo que acerca el conocimiento a los alumnos de manera informal, libre, interesante y de manera creativa, lo aproxima al campo profesional mediante propuestas de casos reales a los cuales debe dar solución. Es importante mencionar que si bien se establecen tiempos y lineamientos, los alumnos tienen la libertad de subir cualquier material que les resulte interesante para discutir, sienten lo relevante de su rol, pues al igual que el profesor, también son autores, y en conjunto se analizan e intercambian formas de pensar, sentir y actuar.

La enseñanza con y sobre el blog responde a las distintas necesidades de los jóvenes, a una comunicación directa, de respeto y motivación mutua entre profesores y alumnos, en donde no existen jerarquías y la construcción del conocimiento se desarrolla en conjunto; a las posibilidades que posee por sí mismo como una herramienta de publicación e interacción social en la red, fomenta el debate y es un llamado constante al diálogo o como dijera F. Saez Vacas, “una conversación interactiva durante un viaje por el conocimiento”.

Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), con especialidad en Mercadotecnia por la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM, actualmente cursa la Maestría en Pedagogía por la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM, es profesora en

la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM en la opción terminal: Publicidad y sus líneas de investigación están orientadas a la Comunicación y la Publicidad. (e-mail: rey.sol22@gmail.com).

REFERENCIAS

- [1] Basabe Peña Fabián. *Educación a Distancia: en el nivel superior*, Trillas, México, 2007.
- 1.
- [2] Blood, R. Weblogs Ethics, extracto de *The Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog*, Perseus Publishing, New York, 2002.
- [3] Duart Josep M. y Albert Sangra. *Compiladores. Aprender en la virtualidad*, Universidad Abierta de Cataluña y GEDISA, Barcelona, 2000.
- [4] Ferdig, R. E., y Trammell, K. D. *Content Delivery in the 'Blogsphere'*, The Journal On line, febrero 2004.
- [5] Henao Álvarez Octavio. *La enseñanza virtual en la educación superior*, Instituto Colombiano Para el Fomento de la Educación Superior (ICFES), Bogotá, D.C. Colombia, 2002.
- [6] Lévy Pierre. *Cibercultura*. Instituto Piaget, Lisboa, 2000.
- [7] Lévy Pierre. *Tecnologías de la inteligencia*. Instituto Piaget, Lisboa, 1990.
- [8] Pozo Juan Ignacio y Nora Scheuver, et. al. *Nuevas Formas de Pensar la enseñanza y el aprendizaje: las concepciones de profesores y alumnos*, Graó, España, 2006.
- [9] Regil Vargas Laura. *La caverna digital. Hipermedia: orígenes y características*, Universidad Pedagógica Nacional (UPN), México, 2001.
- [10] Sáez Vacas, F. *La blogosfera: un vigoroso subespacio de comunicación en internet*, Telos, 64, julio – septiembre, 2005.

Díaz Huerta, Reyna. *El blog: una estrategia reflexiva, creativa y propositiva en el proceso de enseñanza aprendizaje en el aula*. Las II Jornadas de Innovación Docente en Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones (ID+TIC). Alcalá de Henares – España: Escuela Superior Politécnica, 2009.