

Trabajo Final de Graduación

Proyecto de aplicación profesional

Diseño Gráfico y medios interactivos complementarios en la enseñanza universitaria

Pablo Nicolás Rivadulla

Lic. en Diseño Gráfico

Universidad Empresarial Siglo 21

Febrero de 2011

Resumen (Español)

El presente trabajo final de graduación de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad Empresarial Siglo 21, consiste en el desarrollo de una intervención gráfica en medios interactivos en respuesta a las necesidades comunicacionales complementarias de la materia Sociología de los medios de comunicación social. Este trabajo de aplicación tiene como objetivo general potenciar el aprovechamiento de los medios interactivos y redes sociales como canales de transmisión e intercambio de contenidos académicos, por medio del desarrollo de contenido didáctico propio de la materia.

Para llevar a cabo este trabajo, a partir de una primera etapa de investigación, se han evaluado los antecedentes digitales interactivos desarrollados para la materia a través de un análisis de contenido. Una segunda instancia de la etapa de investigación consiste en la obtención del perfil de los usuarios en fin de averiguar percepciones e intereses con respecto a la intervención.

Para el desarrollo de la etapa de aplicación, se plantea un diagnóstico descriptivo de los objetivos de la materia, el perfil de los alumnos en relación con los medios complementarios y las características del entorno tecnológico. Finalmente se busca responder al problema de diseño obtenido en el diagnóstico a través del desarrollo de 3 intervenciones interactivas para distintos medios.

Abstract (English)

This final work of graduation Degree in Graphic Design of Universidad Empresarial Siglo 21, consists in the development of a graphic interactive intervention in response to the subject Sociología de los medios de comunicación social communicational needs. This development project has as main purpose to improve the better use of interactive media and social networks as ways of transmission and exchange of academic content.

For this purpose, by a first research phase, digital interactive precedents developed for the subject have been evaluated through a content analysis. Then, a second phase in research consists in obtaining user's profile to find out perceptions and interests related to the intervention.

To develop the application phase, a descriptive diagnostic of subject's objectives is set out, the student's profile related to complementary media learning and technological environment features. Lastly, we try to response to the design problem obtained from the diagnostic through the development of 3 interactive interventions for several media.

Índice

Introducción.....	4
Objetivos de investigación.....	6
Marco conceptual.....	8
Diseño metodológico.....	35
Análisis de los datos.....	39
Objetivos de aplicación.....	57
Desarrollo.....	58
Intervención 1 – Infografías videográficas.....	59
Intervención 2 – Flyers promocionales.....	115
Intervención 3 – Auto evaluación on-line.....	128
Conclusión.....	136
Bibliografía.....	140
Anexos.....	143

Introducción

Diseño gráfico y medios interactivos complementarios

en la enseñanza universitaria

Justificación

El hecho de vivir en una sociedad de la información, comprendida desde la facilidad de acceso a la información y la adopción de conductas que nos permiten distribuir y manipular las tecnologías de comunicación con repercusión global, exige un nuevo rol en la enseñanza y el ámbito educativo.

Si bien la tecnología se ha brindado como medio pedagógico a medida que sus innovaciones lo han posibilitado, en la actualidad, el papel de los avances tecnológicos con intervención en la educación debe ser replanteado, dado que ya no es válido pensar en el ámbito educativo como el lugar donde un individuo es capacitado para enfrentarse a un entorno estático. Deberíamos considerar un entorno cambiante, donde los roles de producción y consumo de información ya no pueden delimitarse ni ser exclusivos. Es aquí donde según Majó, el papel de la enseñanza en contacto con la tecnología debe ser reinterpretado:

“(…) la escuela y el sistema educativo no solamente tienen que enseñar las nuevas tecnologías, no sólo tienen que seguir enseñando materias a través de las nuevas tecnologías, sino que estas nuevas tecnologías aparte de producir unos cambios en la escuela producen un cambio en el entorno y, como la escuela lo que pretende es preparar a la gente para este entorno, si éste cambia, la actividad de la escuela tiene que cambiar” (cit. en Marqués Graells, 2000: s/p).

En la enseñanza tradicional, caracterizada por la adopción pasiva de conocimientos impartidos por un docente, no se enfatiza la incorporación de las habilidades de comprensión, composición, razonamiento y experimentación que “se adquieren no sólo por la mera transmisión de hechos, sino también por la interacción del aprendiz con los contenidos” (Granda Candás, 2008:6).

Es por esta razón que se propone una intervención tecnológica de características interactivas en el ámbito de la enseñanza.

Objetivos de Investigación

Objetivo General

Identificar las funcionalidades que presenta el diseño de información para la enseñanza en formato digital interactivo.

Objetivos específicos

1. Evaluar los antecedentes digitales interactivos desarrollados para la materia Sociología de los medios de comunicación social.
2. Analizar el perfil actual de usuario de la aplicación.
3. Identificar percepciones e intereses con respecto a la intervención.

Marco contextual institucional

Universidad Empresarial Siglo 21

La UES 21 es una institución educativa privada que surgió en el año 1995 creada por la Fundación Universidad Empresarial Siglo 21. La universidad consta actualmente de 3 sedes: en el edificio emplazado en Nueva Córdoba se dictan las carreras Senior y a Distancia, el campus sede Aeropuerto, que dicta las carreras de modalidad presencial y la sede ubicada en la ciudad de Río IV.

En 2004 la institución recibió un dictamen de autorización definitiva que le brinda plena autonomía del CONEAU, certificando que cumple plenamente con todas las exigencias requeridas de un establecimiento educativo según el marco legal.

La Universidad establece 3 valores fundacionales que orientan su desenvolvimiento: se proclama laica, en tanto admite distintos credos religiosos; democrática, considerando el sistema de gobierno el más apto para el desarrollo del ciudadano en libertad; trascendente, en tanto se proyecta en el largo plazo, con independencia de la circunstancia del presente.

Misión

“Formar líderes emprendedores que contribuyan a aumentar la eficiencia y competitividad de las organizaciones públicas y privadas donde se desempeñen. Líderes capaces de asumir posiciones de responsabilidad en la creación y distribución de la riqueza con la aspiración última de que la región sea cada vez más desarrollada, ética, solidaria y equitativa.

Desarrollar alternativas para lograr un acceso masivo a la educación superior manteniendo elevados niveles de excelencia.

Resolver a través de institutos, programas y proyectos de investigación los problemas que la región le demande a la universidad”.

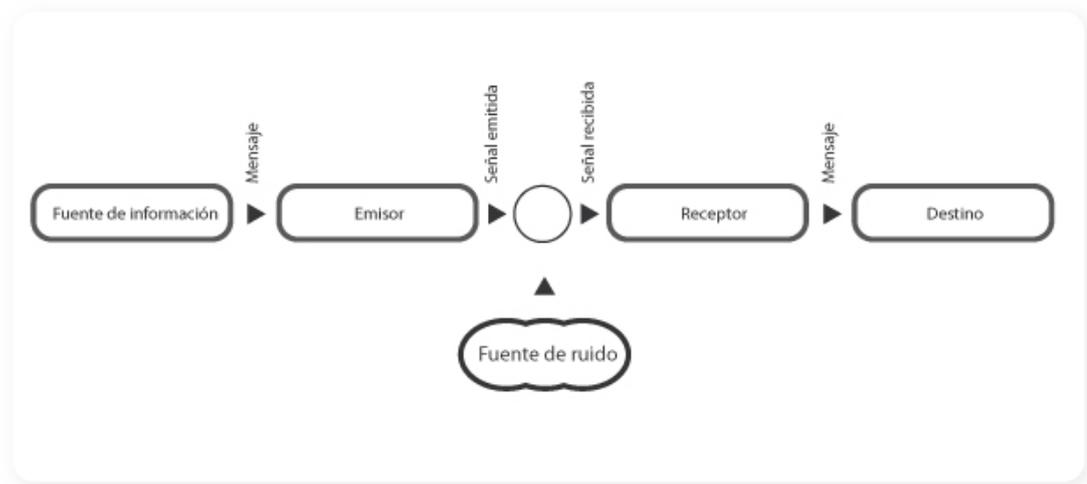
La UES 21 ofrece 4 modalidades diferentes de cursado de las carreras: modalidad Presencial, Senior, distancia y educación distribuida. La primera, pensada para egresados de colegio secundario que desean dedicar tiempo completo a la vida universitaria. La modalidad Senior, para un público adulto que desea obtener un título universitario en horarios accesibles con menos días de cursado. La educación a distancia, sin restricciones de edad y disponible desde cualquier región del país, ofrece una tutoría virtual que prepara al alumno para rendir un examen final en su ubicación al sentirse preparado. Por último, la modalidad educación distribuida, ideada para quienes no disponen de tiempo para asistir a clases a diario, exige un día de la semana de asistencia nocturna y combina las prácticas de ambas modalidades utilizando tecnología para la enseñanza a distancia.

Marco conceptual

Marco conceptual

Comunicación y aprendizaje

Si consideramos la enseñanza como un proceso de comunicación en el que según Naso (2002: 10), las partes integran “un conjunto de elementos interrelacionados, en continuo movimiento, de forma tal que una modificación en cualquiera de ellos, produce una modificación en el conjunto” se deberían identificar sus partes, las que según Shannon se integran en un “sistema general de comunicación” (cit. En Bartoli, 1992:73):

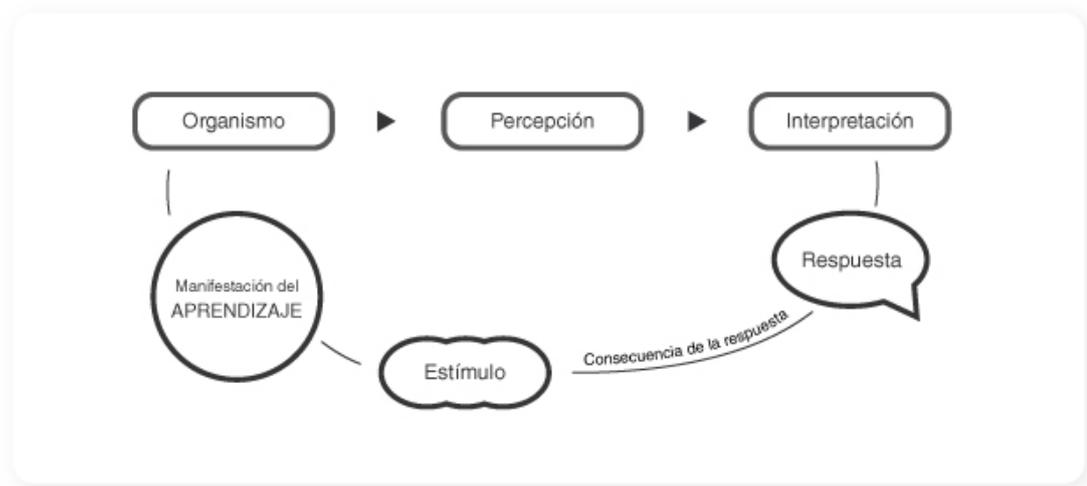


Shannon “sistema general de comunicación” (cit. En Bartoli, 1992:73):

El esquema básico del proceso de comunicación de Shannon no introduce el concepto de respuesta que, siguiendo a Bartoli (1992:74) se presenta más tarde en Wiener como “retroalimentación” y a través de este concepto “hace hincapié en la influencia de la comunicación en el receptor y su impacto en la acción”. A este concepto deben añadirse 4 elementos:

“Emisor (aparato que transforma la información en una modulación física); el canal (sistema físico que une, de manera continua, en el espacio y en el tiempo el punto de partida y el de llegada); el receptor (aparato que recoge la modulación que constituye la información y la transforma en información útil); el código (sistema de codificación o descodificación necesariamente común al emisor y al receptor para asegurar acuerdo y ajuste recíproco).” (Bartoli, 1992:75).

El modelo pedagógico conductista introduce el término estímulo como la percepción de un evento a través de los sentidos. Una vez recibido, este se interpreta para continuar el proceso comunicativo y emitir una respuesta. Según Naso, cuando este proceso se perpetúa sin alteraciones en sus partes, hablamos de una relación de estímulo-respuesta “estable”. Para que se produzca un aprendizaje se debe producir un cambio en la estabilidad del proceso, “se debe producir un cambio en una relación estímulo- respuesta estable. La teoría cognoscitiva sostiene que la resolución de problemas es el tipo de aprendizaje más frecuente entre los seres humanos.” (Naso, 2002: 13).



“Esquema conductista del proceso de aprendizaje” (Naso, 2002: 13).

Siguiendo a Bartoli, si consideramos la comunicación como un proceso cíclico donde toma lugar el aprendizaje en forma de respuesta a un estímulo, deberíamos diferenciar que “la información remite simplemente a la transmisión (emisión y recepción) de conocimientos estructurados, mientras que comunicación consistiría en intercambios de información con objeto de cambiar el comportamiento de otros” (1992:69). Por último, según Joffre y Koenig, el factor determinante de la comunicación pareciera ser la interacción entre los extremos de la figura lineal primitiva siendo que “el término información se refiere a situaciones en las que solo el receptor tiene un rol activo, mientras que la idea de comunicación trata de relaciones interactivas” (cit. En Bartoli, 1992:69).

Modelos pedagógicos

Los modelos existentes exhiben posturas científicas diferentes que, sin oponerse, proponen perspectivas paradigmáticas que describen los procesos de aprendizaje, el desarrollo de la inteligencia y las relaciones humanas que se generan en la educación.

“Un modelo es una herramienta conceptual para entender mejor un evento. Es la representación del conjunto de relaciones que describen un fenómeno. Un modelo pedagógico es la representación de las relaciones que predominan en el acto de enseñar. Es también un paradigma que puede coexistir con otros y que sirve para organizar la búsqueda de nuevos conocimientos en el campo de la pedagogía.” (Ochoa, 1999)

Ante la adopción de uno u otro modelo en la transmisión de conocimientos, el conjunto de interpretaciones de la conducta reunidas debe coincidir con la metodología de impartición de contenidos que utiliza el educador.

La necesidad de contar con un modelo de enseñanza planificada, poder pronosticar la secuencia del contenido desde su concepción, y la adopción de nuevos medios de instrucción sin prescindir de manera absoluta de la intervención docente como proveedor de refuerzos y retroalimentación, nos guía a detenernos sobre la perspectiva del modelo pedagógico conductista (Ochoa, 1999). La evaluación, objetivada en el refuerzo, parece ser el elemento constitutivo fundamental del modelo:

“El refuerzo es precisamente el paso que afianza, asegura y garantiza el aprendizaje. Dado un estímulo (o un problema) y presentando un modelo de respuesta adecuado, el estudiante debe recibir del profesor la aceptación, el premio (o la nota), es decir, el refuerzo, cuando logre reproducir la solución correcta o la respuesta modelada para problemas similares, bajo las condiciones observables y medibles previstas en el objetivo instruccional.” (Ochoa, 1999: p.40)

Según Ochoa, aún en la transferencia de aprendizaje como en la concreción del acto instructivo, la presencia e intervención directa del evaluador no resultan cruciales de forma constante ya que “Su papel puede ser derivado en los materiales de instrucción, de forma que sean los mismos materiales escritos los que guíen la organización, dirección y la enseñanza del alumno, de manera que el desarrollo total del curso ocurra sin la intervención directa del profesor” (1999: p.40-41). Siguiendo la perspectiva conductista, en entornos no tradicionales de enseñanza “Los materiales de auto instrucción pueden programarse para que sustituyan al profesor (...) en la auto instrucción, la evaluación y el refuerzo retroalimentador siguen siendo definitivos.”

El alumno como espectador activo emitiendo la solución ante el planteo de una problemática; incentivado por la adquisición de un refuerzo psicológico traducido en una calificación; expuesto a contextos planificados de suministro y aplicación de saberes; ante la presencia instructiva, al mismo tiempo presencial y tácita del docente; susceptible de ser

objetivada a través de la auto instrucción, resumen los conceptos que representan el sustento teórico – científico de la perspectiva pedagógica conductista.

Por su parte, en Santoveña, el modelo constructivista también considera al alumno como receptor activo de la información siendo que “el docente apoya el proceso constructivo del conocimiento; sin embargo es el alumno el responsable último de su proceso de aprendizaje y se considera que los resultados dependen (...) de su actividad mental constructiva” (2004:2).

Según Piaget, la teoría constructivista del conocimiento supone que “el sujeto interactúa con la realidad” y aprende en cuanto es capaz de intervenir en la realidad por medio de la combinación de sus sentidos “construyendo el conocimiento”. (cit. en Serulnikov – Suárez, 2001: 126).

En el mismo autor, Inhelder también describe el aprendizaje desde este modelo como “un proceso de construcción” donde “el sujeto que aprende no se limita a recibir estímulos y a reaccionar automáticamente frente a ellos. Por el contrario, pone en marcha lo aprendido y produce intercambios con el objeto a aprender. Aprende activamente” (2001: 66).

Siguiendo a Piaget, la capacidad de conocer es adquirida en la interacción establecida el “sujeto cognoscente” o sujeto que piensa y el “objeto de conocimiento” u objeto de su experiencia. (2001: 65).

Razonamiento analógico

Raviolo-Ramirez plantea que el razonamiento analógico resulta un recurso expresivo de combinar la naturaleza de dos aspectos aparentemente inconexos, a través de “una actividad de comparación de estructuras y/o funciones entre dos dominios: un dominio conocido (análogo, base, fuente) y un dominio nuevo o parcialmente nuevo de conocimiento (objetivo, objeto).” Se diferencia este último con el uso de metáforas, ya que esta “es una figura del lenguaje por la cual se transporta el sentido de una palabra a otra mediante una comparación mental.” (2009: pp. 58-59)

Las representaciones analógicas son utilizadas en la enseñanza porque se realizan a través de comparaciones que los alumnos logran reconocer. Además, siguiendo al autor, puede traducirse en actividades concretas que vehiculizan el aprendizaje:

“Las analogías constituyen un recurso variado y dinámico en la enseñanza, porque se puede presentar con esa intención, a través de diversos medios, un juego, un experimento, una historia, un modelo, un dispositivo, un problema, etc.” (Raviolo-Ramirez, 2009: p. 59)

La incorporación de nuevos conocimientos conlleva alguna dificultad que tiene que ver con la novedad del contenido. Cuando se dispone de nueva información para ser enseñada, un procedimiento muy eficiente consiste en lograr que los alumnos puedan identificar la novedad con algo que ya conocen, que ya han dedicado su tiempo a interpretarlo dado que según el problema de aprendizaje, el alumno “es propietario (aunque no lo sepa) de una lógica anterior a su paso por la escuela” (Serulnikov – Suárez, 2001: 65).

Rendimiento didáctico

Existen numerosos elementos, procesos, acontecimientos y actividades humanas presentes en la realidad que no constan de una forma o apariencia determinada, mas resultan susceptibles de ser abordados gráficamente para formalizar su inteligibilidad. Cuando se trabaja desde las imágenes con fines instructivos, se está interviniendo comunicativamente entre un acontecimiento abstracto y la razón. Costa y Moles denominan “rendimiento didáctico” a esta intervención:

“La función de comunicación por medio de esquemas gráficos es, (...) el rendimiento didáctico, es decir, la transmisión de conocimientos por medio de la demostración visual de fenómenos, procesos, ideas, estructuras, etc. Que son inmediatamente –o de todos, inequívocamente – comprensibles por el receptor y que solo son perceptibles a través de la imagen y no directamente en la realidad. (1992: 49).

Si el incentivo principal para dotar a la imagen de funciones didácticas es la necesidad de inteligibilidad de un fenómeno, se requiere entonces la presencia comprometida de un receptor intérprete. La aparición de un receptor en nuestra definición, implica la consideración de sus expectativas como consumidor del mensaje para cumplir con los requerimientos didácticos explicitados por el autor:

“Esta clase de imágenes suscita la participación activa (interés activo) del individuo decodificador, quien extrae de ella los conocimientos útiles (o sea, utilizables) conceptos y valores que formarán parte de su ser y serán parte de su cultura personal.” (Costa- Moles, 1992: 58).

Debido a que la función instructiva del contenido didáctico remite a un orden externo de datos, experiencias, acontecimientos, personalidades, e incluso elementos de mayor abstracción semántica, resulta imposible presentar estos elementos de forma directa. Costa-Moles propone hacer uso de convenciones que funcionen a modo de vínculo entre un hecho,

digamos “real” (entrecomillado propio) y su representación. Estas convenciones conforman el lenguaje del aprendizaje a través de imágenes:

“Todo acto de comunicación gráfica es una transferencia simbólica de conocimientos. Simbólica porque el objeto de la comunicación (...) nunca está presente en el mensaje. Por tanto el contenido que se transmite nunca es directo, sino que se efectúa a través de símbolos, códigos, signos, es decir, de intermediarios convencionales.” (Costa-Moles, 1992: 59).

En este contexto, se entiende por “objeto de referencia” (Costa, Moles, 1992: 59) a la totalidad de la constitución del mensaje gráfico en fines de hacer comprensible e inteligible el referente por medio de convenciones del lenguaje didáctico como los símbolos, íconos, imágenes, fotografías, esquemas, entre otros.

En nuestro autor, el esquema de composición del mensaje didáctico se presenta siguiendo una forma gráfica:



“Rendimiento didáctico” (Costa, Moles, 2002: 58).

Aplicaciones Educativas

Por aplicaciones educativas se hace referencia a la información con finalidad educativa que se presenta en formato digital. Estas aplicaciones pueden clasificarse según sean diseñadas para funcionar por medio de una conexión a Internet, denominadas aplicaciones “on-line”. Por el contrario, sin previa necesidad del usuario de acceder a internet “entre los soportes

off-line, son consideradas como educativas todas aquellas aplicaciones cuya finalidad específica sea la enseñanza y/o el aprendizaje en cualquier área de conocimiento, tanto teórico como práctico.” (Orihuela-Santos, 1999: p. 140).

Programas de apoyo al estudio

Los programas de apoyo al estudio constituyen una alternativa complementaria al material tradicional impreso. Nuestro autor los define como “aquellas aplicaciones dirigidas a complementar el aprendizaje de una asignatura o de todo un curso, y que pueden ser utilizadas tanto en el aula como en el hogar.” Estas aplicaciones legitiman los modelos de aprendizaje, ya que incorporan sus conceptos mediante la resolución de objetivos como “ampliación y profundización de las clases, elaboración de resúmenes de las asignaturas, especialización en determinadas áreas y realización de ejercicios de repaso y de adquisición de capacidades operativas.” (Orihuela Santos, 1999: p. 140).

Los programas representan la adopción de nuevas tecnologías en el ámbito educativo, y con ella la legitimación de la perspectiva que incluye el establecimiento de un estímulo o problema, hacia un alumno como solucionador de problemáticas de forma activa.

Nuevas Tecnologías de Comunicación e Información (NTICs)

El ámbito de la enseñanza presenta en la actualidad nuevos desafíos relacionados con los avances técnicos disponibles para el aprendizaje. Estos adelantos tecnológicos exigen una nueva postura ante la educación en la que “se puede hablar que los procesos de aprendizaje se alejan de “la clase tradicional” donde la figura del docente era el centro del sistema, y se dirigen hacia un modelo que fomenta la participación del alumno.” (Grisolía – Pagano, 2006: s/p).

Asimismo, la inclusión de nuevas tecnologías en el ámbito educativo propone una transición hacia formas de comunicación y modos de aprendizaje mejorados, sobretodo si se considera que el acceso a fuentes de información con la aparición y difusión de Internet genera recursos comunicativos de singular importancia y preciadas características para la enseñanza.

Según Tapscott, el modelo de aprendizaje tradicional ha sufrido cambios significativos con la inclusión de la NTICs que se vinculan con una serie de transiciones:

“del aprendizaje lineal al aprendizaje interactivo con hipertexto, (...), del aprender centrado en el experto profesor al aprender centrado en la persona que aprende, (...), del aprender interactuando solamente con materiales didácticos al aprender interactuando también con otras personas conectadas en red de forma sincrónica y asincrónica” (cit. en Grisolia – Pagano, 2006: s/p).

Como recurso susceptible de ser incorporado en la práctica de la enseñanza y el aprendizaje, Moya-González identifican en las NTICs dos conceptos:

En primer lugar, la interactividad como “la relación pedagógica donde uno o ambos componentes de la situación de enseñanza y aprendizaje promueven y desencadenan el proceso de aprender” y en cuanto al canal “la interactividad hace referencia a la acción recíproca, a la confrontación directa del estudiante con el material o dispositivo que vehiculiza el contenido del mensaje.” Por otro lado, el proceso de interacción “hace referencia a la acción recíproca entre sujetos, entre personas. Tiene que ver con la interrelación desarrollada entre los actores involucrados en la propuesta educativa, en función de la enseñanza y el aprendizaje”. (2006: s/p)

Interactividad

Ante la aparición de nuevas tecnologías surge la concepción de interacción¹ como el término que define esta nueva relación entre los usuarios y los sistemas. Lo interactivo pretende una intervención exclusivamente activa del usuario, a diferencia de los medios analógicos tradicionales donde el sujeto se limita a su papel de espectador. Un autor explica que “la interacción implica ver y hacer. Esto es diferente de tan solo observar.” (Wodtke, 2001:16).

La interactividad está expresada en diferentes niveles, determinados por el grado de decisión del usuario sobre las variables que intervienen en la definición de alguna situación, así “se podrá considerar que un programa que solo pretenda hacer una presentación– demostración, en la que el usuario actúe como espectador, el nivel de interactividad será muy bajo.” Por el contrario, el nivel de interactividad será elevado cuando “en un programa en el que el usuario, con su actuación, esté modificando el valor de las variables que intervienen en un determinado fenómeno y pueda ver como el programa se ajusta a los valores asignados, visualizando el resultado mediante la ejecución del proceso (...).” (Estebanell, 2000: 92-97)

Según Orihuela-Santos (1999: p.102), originariamente, la acepción de interacción está ligada estrictamente al modelo de comunicación en el que los roles de emisor y receptor

¹ El término interacción e interactividad serán utilizados indistintamente a lo largo de este trabajo.

resultan intercambiables, accediendo ambos en las mismas condiciones materiales al canal y compartiendo la misma situación temporal. Desde otro enfoque, la interactividad se refiere a la posibilidad que brindan las aplicaciones multimedia de ser intervenidas en sus funciones. En otras palabras, la interacción implica que el usuario de la aplicación pueda intervenir en el desarrollo de la secuencia de la aplicación.

Narración interactiva

La narrativa literaria contempla la secuencia en la que los personajes de una historia llevan a cabo determinados hechos cronológicamente. El desarrollo de los hechos está determinado por la presencia de un narrador, externo al receptor, quién guía la secuencia de los hechos.

En oposición a la narrativa literaria, cuyo contenido se encuentra secuenciado por un narrador, se encuentra la narración interactiva:

“En la narrativa tradicional las historias están clausuradas, son de estructura estable y están organizadas por un narrador quién dispone el modo de acceso a la obra. En la narrativa interactiva, por el contrario, los contenidos permanecen abiertos, y en gran medida dependen de las propias elecciones del usuario, no hay una estructura central, sino una red de posibilidades que activa el usuario al navegar, constituyendo un nuevo modo de enunciación.” (Orihuela-Santos, 1999: p.102).

De esta manera, la enunciación del contenido en la narración interactiva, se predispone a ser abordada en diversas instancias, haciendo revisiones y adaptando el flujo narrativo a conveniencia de quien interactúa.

Al igual que en la narrativa tradicional, es un requisito planificar el contenido del argumento del material. Se debe captar la atención del receptor de una forma en la que el texto escrito, por su menor cantidad de recursos, no pueda alcanzar.

“Necesitamos elegir con todo cuidado lo que es pertinente respecto al tema de interés para un público en particular. Se requiere también que haya una estructura de la historia que atraiga al público, creando una experiencia que lo lleve desde un punto o situación inicial, pasando a través de puntos centrales de clímax, hasta un punto final o desenlace.” (Wodtke, 2001:236).

Educación Interactiva

La presencia de los nuevos medios de comunicación con los que se cuenta en la actualidad, involucran una nueva postura ante los métodos tradicionales de enseñanza. La aparición de

las tecnologías digitales multimedia implica la exposición a nuevas vías de aprendizaje y cognición. Siguiendo a Orihuela – Santos (1999: p. 133), la presentación de información del profesor a los alumnos, la interacción entre ellos, el material de estudio y consulta, y el proceso de aprendizaje y auto evaluación del alumno son los aspectos que se han visto más afectados directamente por la utilización de los medios digitales.

Las condiciones en las que el alumno se expone al proceso de aprendizaje se ven afectadas por la incorporación de medios digitales en el estudio de determinada disciplina. El concepto de alumno como interventor en una problemática en forma activa sin la necesaria intervención directa del docente que plantea el conductismo, es evocado por un autor:

“Al preparar material educativo es indispensable considerar que el aprendizaje es mejor y más duradero cuando se adquiere en forma activa. En función de implementar este principio, el diseñador, más que diseñar material didáctico, diseña situaciones didácticas, en las cuales maestros y alumnos completan el plan del material propuesto.” (Frascara, 2006: p. 140).

Medios audiovisuales

Los medios de comunicación audiovisual son aquellos que utilizan dos canales en simultáneo: el auditivo y el visual. La combinación de ambos sistemas provee una nueva experiencia de comunicación, más enriquecida y con diversas aplicaciones.

Según Caballero (2010: 6) los medios audiovisuales pueden cumplir las siguientes funciones pedagógicas:

- Innovar. Su incorporación creará un entorno distinto.
- Motivar. Se pueden suscitar el interés acerca de un tema con su utilización.
- Introducir una temática. Puede mostrar una visión general acerca de una temática.
- Recordar requisitos. O apelar a experiencias previas.
- Presentar o transmitir información.
- Estructurar la realidad. Como elemento mediador y movilizador de diferentes sistemas simbólicos, tiende a presentar la realidad en formas específicas.
- Formar. Contribuyen a la adquisición de contenidos.
- Confrontar o contrastar ideas y enfoques. Ayuda a develar significados y concepciones poco accesibles.
- Cerrar un tema.

- Reforzar. Puede colaborar con el refuerzo de un aprendizaje impartido en otro ámbito.
- Ejercitar. Es capaz de presentar una problemática y plantear distintos caminos de solución.
- Promover problemáticas y conflictos.
- Transferir. Puede permitir la transferencia de aprendizaje por parte del alumno.
- Evaluar.
- Analizar. La profundidad del contenido puede provocar la reflexión y el análisis.

Asimismo, se provee una distinción entre los dos tipos de estructuras presentes en los contenidos de un medio pedagógico:

La estructura cerrada, cuando “se presentan los conceptos claramente relacionados entre sí, muy ordenados; la imagen y el sonido de modo para explicar en su totalidad un fenómeno o un hecho. (...) Estos casos permiten transmitir nuevos conceptos, mostrar realidades, hacer demostraciones, presentar modelos, ofrecer explicaciones, resumir contenidos, o introducir ideas para el debate o la reflexión.” (Caballero, 2010: 9)

La estructuración del audiovisual es abierta “cuando se caracteriza por una exposición de ideas menos lineal y rígida, sin intención de aportar soluciones o conclusiones (...), con una finalidad de sensibilización, reflexión y opinión personal con relación a un fenómeno o un hecho.” (Caballero, 2010: 9)

La propuesta de Caballero (2010: 13) para la consideración de inclusión de un material audiovisual en el contexto académico programático de una asignatura, se trata de una serie de preguntas que, de ser sus respuestas subjetivas, afirmativas en su mayoría, nos garantizan una evaluación crítica del material audiovisual pedagógico:

- “¿El vocabulario es comprensible y adaptado a los alumnos?
- ¿Es científicamente correcta la información?
- ¿Existe relación entre el sonido y la imagen?
- ¿Se repiten los conceptos fundamentales varias veces a lo largo del programa?
- ¿Cuántos conceptos son tratados en el material?
- ¿Evita la verborrea?

- ¿El ritmo de presentación de la información es adecuado para las características de mis alumnos?²
- ¿se perciben bien los gráficos?
- ¿Se explican los errores más comunes y la forma de evitarlos?
- ¿Los contenidos transmitidos se adecúan a las posibilidades expresivas del lenguaje audiovisual?”

Como se explicó anteriormente, los audiovisuales se caracterizan principalmente por la combinación de dos canales. Según Costa, esta condición establece la definición de sus receptores:

“Los medios gráficos, sonoros y audiovisuales tienen su lenguaje. Pero éste tiene una característica común ya que todos ellos son unidireccionales, masivos, y la relación de los individuos con ellos es reactiva, no interactiva.” (2008: p.129)

El mismo autor se refiere también al lenguaje de Internet, como lenguaje multimedia, destacando que “su lenguaje es bidireccional; personal, coloquial, dialogal, conversacional; y el individuo es actor, no un receptor pasivo.” (2008: p.129)

Multimedia

La combinación de medios provee un gran recurso de interacción al poner a disposición del usuario distintos tipos de información que se conjugan en un sistema:

“La multimedia se puede definir (...) como una combinación de informaciones de naturaleza diversa, coordinada por el ordenador y con la que el usuario puede interactuar. Se podrá emplear para realzar y optimizar el flujo de información, incrementando la eficacia de la comunicación entre el usuario final y el ordenador.” (Díaz Pérez, Catenazzi, Aedo Cuevas, 1996: p.22).

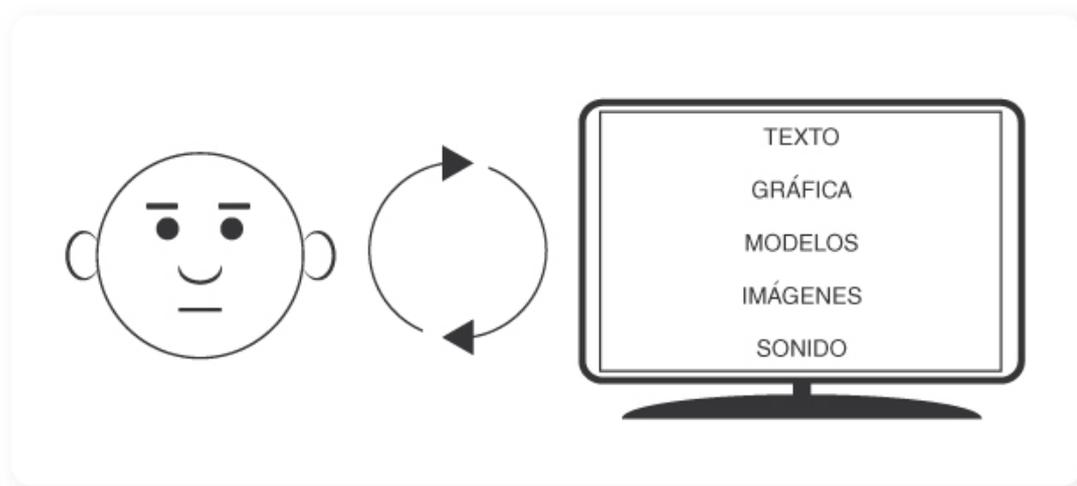
Particularmente, en el ámbito de la educación, el desarrollo tecnológico se impone por sus cualidades de dinamismo y su capacidad de retención de información digital en distintos formatos.

Según Chen, además de formatos y tecnologías, el término multimedia involucra la incorporación de elementos de otras naturalezas, se traduce como “la combinación de

² Se interpreta por “mis alumnos” al receptor del material audiovisual, adaptándose su implementación crítica en muestras de otros ámbitos extra académicos o universitarios.

diferentes elementos (medios, modalidades, tecnologías o aplicaciones) que proporcionan una más completa experiencia como efecto de esa combinación” (cit. en Granda – Candás, 2008:2).

Díaz Pérez, Catenazzi y Aedo Cuevas, identifican las ventajas de la “integración de medios digitales” como acceso a información de archivo, ya que multimedia “consiste en un sistema que utiliza informaciones almacenadas o controladas digitalmente [...] que se combinan en el ordenador para formar una única presentación.” (1996: p.21)



La interacción con medios integrados (Wodtke, 2001:16)

La condición de formato soporta cualidades como la capacidad de reproducir medios diversos simultáneamente. La posibilidad de comunicarse a través de diversos medios en forma conjunta se denomina multimedia. La ventaja principal de los formatos multimedia es que contienen información virtual, que solo puede ser medida en términos del soporte al que pertenece. Un autor afirma que:

“Las dos características fundamentales de la comunicación en soportes digitales son, por una parte, la ya apuntada integración de formatos de información en un mismo soporte, lo que se conoce como multimedia, y por otra parte, la posibilidad de articular de un modo no lineal³ la información, exigiendo así la actividad del usuario para acceder a ella, lo que suele denominarse interactividad.” (Orihuela – Santos, 1999).

³ La edición no-lineal (también llamada de acceso aleatorio) es algo así como trabajar con un procesador de palabras muy sofisticado; permite insertar segmentos, eliminarlos, y cambiarlos de posición en cualquier momento durante la edición. Edición no lineal (2009) [Internet], disponible en: <http://jlafulla.galeon.com/re_montaje4.htm> [Acceso el 22 de Junio de 2009]

En multimedia es necesario, como en todo proyecto de diseño, el planteamiento de cierta estructura técnica que oriente la producción y organice los contenidos. Las aplicaciones multimedia “asocian dinámicamente segmentos de distintos medios en una producción. Trabajando a partir de un libreto, guiones de secuencia y un guión técnico, el director creativo integra multimedia en segmentos de tiempo para contar una historia.” (Wodtke, 2001:32).

Se entiende por “orden intrínseco” a la disposición de la interpretación gráfica del contenido teórico del que se dispone para la elaboración del material. Provee un sentido preciso y acotado a la percepción secundaria (la interpretación). Son propios del orden intrínseco los modelos y mapas. Mark von Wodtke (2001:32) define el orden intrínseco y sus componentes:

“Orden intrínseco: orden natural o inherente. El reconocimiento del orden intrínseco de lo que se trabaja permite modelarlo o representarlo utilizando una computadora.

Mapa: Representación de orden espacial

Modelo: Representación de orden funcional.”

La combinación de medios sugiere nuevas oportunidades expresivas por medio de nuevos canales que vehiculizan atributos propios del formato. Según Wodtke (2001:235) los canales de expresión de la multimedia electrónica son:

- Texto
- Palabras
- Números
- Datos
-

Gráficos Bidimensionales

- Dibujo (gráficos vectoriales)
- Pintura (gráficos tramados)

Modelado tridimensional

- Armazón
- Superficie sombreada
- Modelado sólido

Formación de imágenes

- Realce de imágenes
- Ejecución de dibujos tridimensionales
- Hologramas

Animación

- Secuencias bidimensionales
- Manipulación tridimensional

Video

- Video fijo
- Movimiento completo

Audio

- Voz
- Música
- Efectos sonoros

En los medios digitales, y con la implementación de medios múltiples simultáneos, es necesaria la intervención de un nuevo concepto. El hipertexto surge ante esta necesidad de intervención no lineal de la información.

Hipertexto

El hipertexto surge ante la necesidad de intervención no lineal de la información. Según Nelson, el sistema implica un desplazamiento no lineal a través de la lectura cuando define el término como “(...) una combinación de texto en lenguaje natural con la capacidad de los computadores de saltar a otras partes del texto en forma interactiva, o mostrar dinámicamente (...) texto no lineal (...) que no puede ser impreso de forma adecuada en una página convencional.” (cit. en Granda – Candás, 2008:2).

Otra definición, propuesta por Orihuela-Santos, se aproxima a la de Nelson, incorporando la estructura y dos conceptos definitivos:

“Organizar información de modo no lineal, narrar con medios digitales, significa enfrentarse a un nuevo paradigma discursivo denominado hipertexto. Se entiende aquí por hipertexto un sistema de escritura ramificada sólo posible técnicamente en entornos digitales, que se constituye como un documento electrónico en el que la información se estructura como una red de nodos y enlaces.” (1999: p. 38)

La lectura hipertextual se caracteriza por desplegarse progresivamente a medida que el lector lo determina. Díaz Pérez-Catenazzi-Aedo Cuevas aportan que la principal innovación no es su organización ramificada, sino “su automatización”. También cede protagonismo al usuario y el contexto de la información presentada:

“Al igual que un recuerdo evoca otro relacionado, de forma que las ideas van tomando cuerpo incrementalmente, en el hipertexto, un fragmento de información invoca a los conceptos relacionados a través de enlaces automáticos.” (1996: p.5).

Ante la presencia de información dispuesta en una estructura ramificada, las condiciones de lectura deben establecerse en base a la inclusión de dos conceptos que posibilitan el desplazamiento de la narración en múltiples direcciones opcionales. Orihuela-Santos hablan de de nodo como “cada unidad de información en un hipertexto (por ejemplo una página, una pantalla o una escena)”, y enlace o link a “la conexión entre esos nodos.” (1999: p. 38).

Se entiende por nodo, a cada instancia del documento de información textual y/o icónica en que el usuario se detiene para que, una vez interpretada la información correspondiente a la misma, se desplace hacia la siguiente secuencia concatenada del hipertexto.

Siguiendo a Díaz Pérez, Catenazzi, Aedo Cuevas, considerando el factor de interacción y lectura por parte de un usuario, tanto como la calidad de la presentación final, es preciso contemplar dos conceptos asignados al desarrollo del nodo; legibilidad y tangibilidad.

En legibilidad, “se debería tener en cuenta tanto la forma de fragmentar y organizar la información como la calidad de la presentación final. (...) la actividad del lector ante el monitor es radicalmente distinta a la que adopta frente a los textos tradicionales.” (1996: p.8)

La tangibilidad se entiende “como el grado en el que se hacen perceptibles las funciones al usuario [...] como pueden ser el uso de íconos significativos o la adopción de convenciones y metáforas conocidas.” (1996: p.8)

En segundo lugar se encuentra el concepto de enlace, el cual convierte al hipertexto en un formato exclusivo, ya que es propio de él teniendo único sentido en cuanto se vincula a la idea de nodo. Los mismos autores definen enlace como una conexión entre dos nodos para

seguir las referencias entre un origen y un destino. Además, deben ser fáciles de activar y producir una rápida respuesta. Entre sus funciones se pueden mencionar “trasladarse a un nuevo tópico; mostrar una referencia; una anotación o una definición; presentar una ilustración o esquema; ver un índice, etc.” (1996: p.9)

Todos estos elementos (administrador de los recursos, instancias, enlaces o reemplazos de segmentos de información, y por último la posibilidad de reemplazar alternadamente instancias de diferentes momentos de la secuencia) son los aportes del hipertexto.

Nelson afirma que contrariamente al hipertexto, “el término hipermedia se refiere a aquellos sistemas de hipertexto que son capaces de enlazar conjuntamente algo más que información textual, por ejemplo audio y video” (cit. en Granda – Candás, 2008:2).

Hipermedia

El concepto de hipermedia debe su aparición al desarrollo de Internet y la proliferación de los conceptos de multimedia e hipertexto en forma paralela, siendo la evolución de la navegación interactiva la principal demanda de esta nueva combinatoria. Díaz Pérez, Catenazzi, Aedo Cuevas la definen como “el resultado de la combinación del hipertexto y la multimedia.” (1996: p.35)

Como sumatoria de ambas tecnologías, hipermedia se presenta, no solo con las características de ambos sistemas, sino que además incorpora un potencial que es inherente al nuevo mecanismo resultante.

“La hipermedia conjuga los beneficios de ambas tecnologías. Mientras que la multimedia proporciona una gran riqueza en los tipos de datos, dotando de mayor flexibilidad a la expresión de la información, el hipertexto aporta una geometría que permite que estos datos puedan ser explorados y presentados siguiendo diferentes secuencias, de acuerdo con las necesidades del usuario.”(Díaz Pérez, Catenazzi, Aedo Cuevas, 1996: p.37).

Se identifica en la adopción de un sistema hipermedia, la posibilidad intrínseca de estructurar la información en un sistema altamente dinámico, que a su vez, presenta características estáticas en cuanto el usuario lo determina. Hipermedia proporciona “enlaces al acto a la información asociada. Las páginas web y otros hipermedia pueden comunicarse en línea, y enlazar multimedia para que los usuarios naveguen interactivamente.” (Wodtke, 2001:30).

Es su condición interactiva, brindada por la conjunción de medios, que brinda la capacidad de desplazarse por el contenido en base a un ritmo enérgico, enriquecido por la multi-sensorialidad que provee la inclusión de imágenes, video, audio y texto en un solo formato, pero al mismo tiempo, ofrece una relación de estímulo-respuesta, regulada por el usuario.

Web 2.0

Según Orduña hace dos años que “se habla del software social como una nueva rama de programa informáticos que permiten que la gente realice cosas conjuntamente, o en su acepción más moderna, colaborativamente”. (2007:17)

El autor asegura que la nueva tendencia genera lo que es denominado “inteligencia colectiva”, refiriéndose a la generación de bases de datos de contenidos a partir de lo que múltiples usuarios han ido depositando a lo largo del tiempo. Asimismo, se afirma que “los primeros pasos de la Web 2.0 han venido de la mano de las redes sociales (...) que permiten establecer relaciones con otros usuarios a los que se puede conocer o no en la realidad. Cada una de estas relaciones da acceso, además, a todas las personas que tienen un vínculo con cada usuario (...)” (Orduña, 2007:28).

Siguiendo a Orduña, la función principal de las redes sociales es “mantener una referencia de las personas con las que se tiene una relación (...). Pero además (...) incluyen toda una serie de funcionalidades añadidas para uso y disfrute de los usuarios”. (2007:28)

Mapas cognitivos

El usuario como consumidor y receptor activo del mensaje no se encuentra completamente capacitado para manipular un proyecto interactivo con absoluta independencia y autosuficiencia. Es necesaria la inclusión de algunas pautas de navegación o desplazamiento que lo guíen a través de la presentación. Estas pautas funcionan siguiendo esquemas y convenciones presentes en Internet, en la narrativa tradicional literaria, en los espacios públicos con intervención urbanística y en la señalética vial. Un elemento que involucra todos estos conceptos y brinda una herramienta de planificación, es el mapa cognitivo:

“Estos mapas deben tener una página principal, centro, portal o puerta de enlace que sirva como punto de partida. Es necesario que existan enlaces o trayectorias claras que la gente elija y a través de las cuales se mueva. Con un buen ambiente físico, habrá nodos que proporcionen un sentido del lugar.”(Wodtke, 2001:237).

La Infografía

El recurso de presentación de la información combinando texto e imagen, nos brinda la oportunidad de “visualizar” un fenómeno, proceso o acontecimiento. Costa se refiere a “hacer visibles y comprensibles al ser humano aspectos y fenómenos de la realidad que no son accesibles al ojo, y muchos de ellos ni siquiera son de naturaleza visual. Fenómenos complejos, procesos sutiles e inaprensibles que escapan a nuestro conocimiento porque están fuera de los alcances del sistema sensorial humano.” (1998: p.14)

La infografía, como técnica de trabajo de diseño con imágenes y video, resulta la evolución del esquema informativo y debe su legitimidad a la aplicación en economía, sociología y estadística. El mismo autor la define como “el encuentro técnico de la informática – info – y el grafismo – grafía -. (...). La infografía comprende dos categorías de actividades:

- El análisis o tratamiento de imagen a partir de una imagen existente;
- La síntesis de imagen, que produce por medio del cálculo, formas, en general realistas y estéticas, pero también:
 - ◆ La manipulación e “iconización” tipográfica, y
 - ◆ La construcción de estructuras visuales: planos, modelos, esquemas.” (2008: p.129)

La aplicación de los recursos utilizados en el periodismo gráfico tradicional junto a los recursos actuales asociados a la tecnología disponible, hace del tratamiento infográfico una tarea versátil, susceptible de ser efectuada por diversos profesionales, especialistas en disciplinas distintas que, en esta aplicación, convergen en una orientación conjunta. Son tres las orientaciones que orientan el trabajo infográfico: “1, la orientación gráfica; 2, la orientación fotográfica; 3, la orientación videográfica. Las tres son cometido de la infografía y de los infografistas.” (Costa, 2008: p.130).

Siguiendo a Costa, la información de la que se dispone para ser procesada son siempre datos en bruto, es decir, que llegan al productor de la infografía en forma de datos, escritos, cifras, variables que, desde sus capacidades de plasmado en imágenes, debe interpretar y generar un solo inequívoco y sistemático esquema dispuesto a ser interpretado por el consumidor de la información por medio de la visualización. Se entiende por esquema:

“(…) una visualización gráfica, una transposición lógica de fenómenos reales y modelos de operaciones, que no son visibles en el entorno, y a veces ni siquiera son de naturaleza visual. Los esquemas configuran un nuevo campo de la información que se hace visible para la transmisión de conocimientos.” (Costa, 2008: 121).

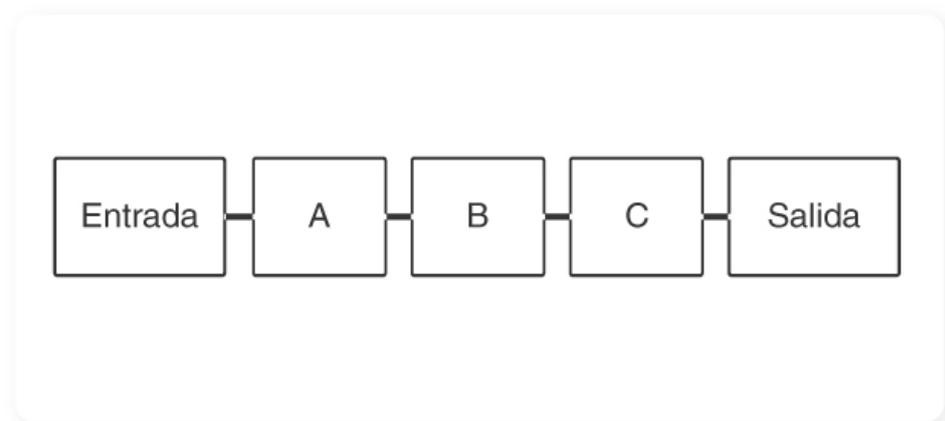
La actividad de producir esquemas implica tener presentes 5 rasgos principales de su composición. Joan Costa propone sus características, a saber:

- 1) “Visualizar es hacer visibles nociones y cosas de la realidad que, por su naturaleza, no son visibles.
- 2) Los esquemas son estructuras gráficas significantes o gestalts, es decir, que son de la misma naturaleza perceptiva –pero no comunicativa – que la imagen.
- 3) El proceso de visualización no es reproductivo, representacional, ni descriptivo o discursivo. Es un proceso lógico (...). De este modo, el esquematasta traspone los datos, fenómenos, procesos, estructuras, estadísticas, modelos, etc. en formas gráficas, por analogía (no semejanza) y así organiza visualmente la información.
- 4) Invisibles. (...) Son realidades abstractas, procesos complejos e intangibles, tal como sucede en el mundo de los fenómenos a los que no alcanza nuestra percepción directa.
- 5) Información y transmisión de conocimientos. La sustancia de los esquemas no es la estética, sino la funcionalidad (...). La función de los esquemas es la de transmitir conocimientos utilizables y memorizables por los individuos. “(2008: 122)

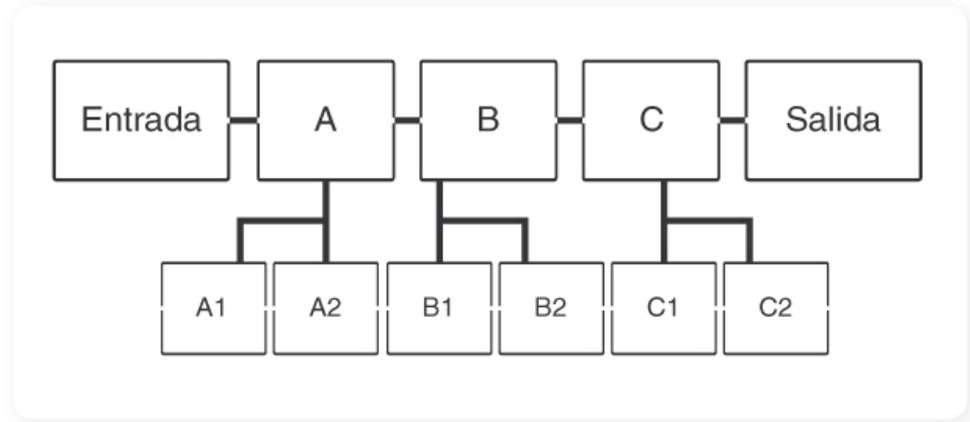
Diseño de la información

La disposición en la que el contenido de una aplicación se determina, tiene que ver con la forma en que se pretende que sea concebido, así como las posibles direcciones en las que se prevé que será recorrido. Según Orihuela – Santos, la información digital hipertextual puede presentarse, al menos, en 7 estructuras básicas:

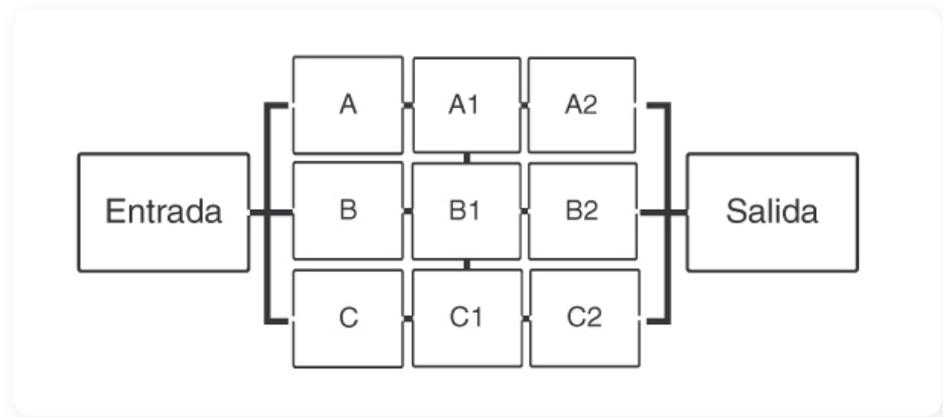
- **Lineal:** Representa una secuencia única y por tanto necesaria de nodos, entre los cuales la navegación posible consiste en acceder al nodo posterior o al anterior. El recurso de mayor utilidad de esta estructura es el paso obligado por los nodos que se consideran imprescindibles. (1999, pp. 39)



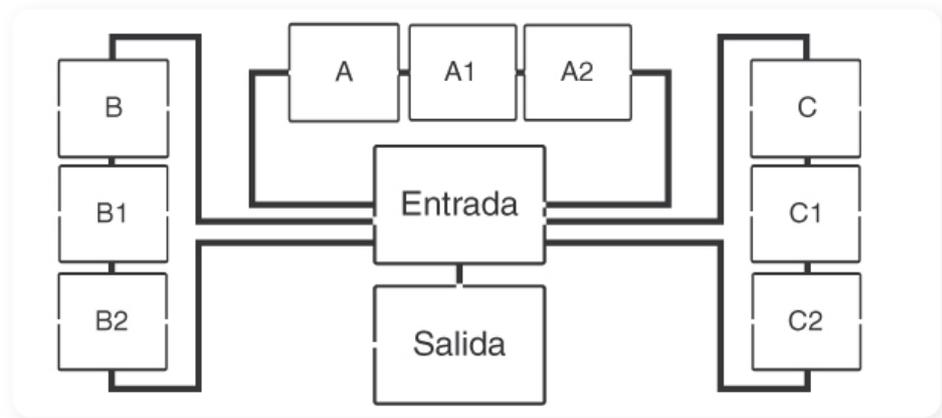
- **Ramificada:** Este modelo representa una trayectoria de navegación privilegiada en la que se han incluido nodos subordinados para permitir un mayor grado de interactividad al usuario. (1999, pp. 39)



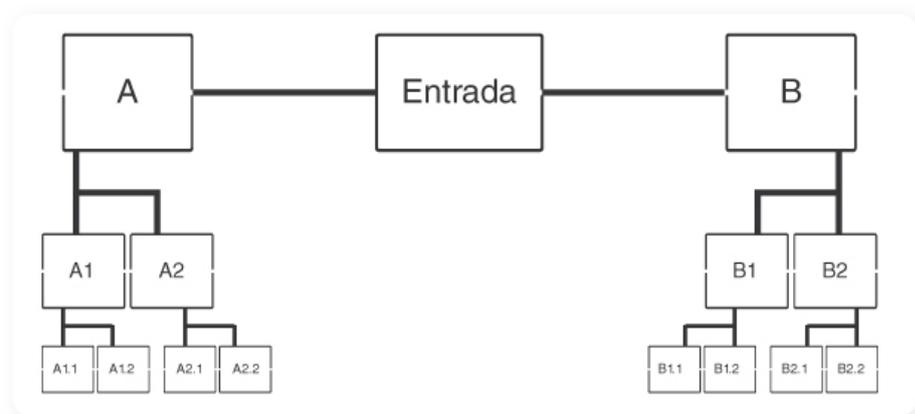
- **Paralela:** En este modelo se representan una serie de secuencias lineales en las que es posible, además de la navegación lineal, también el desplazamiento entre los nodos de un mismo nivel. (1999, pp. 39)



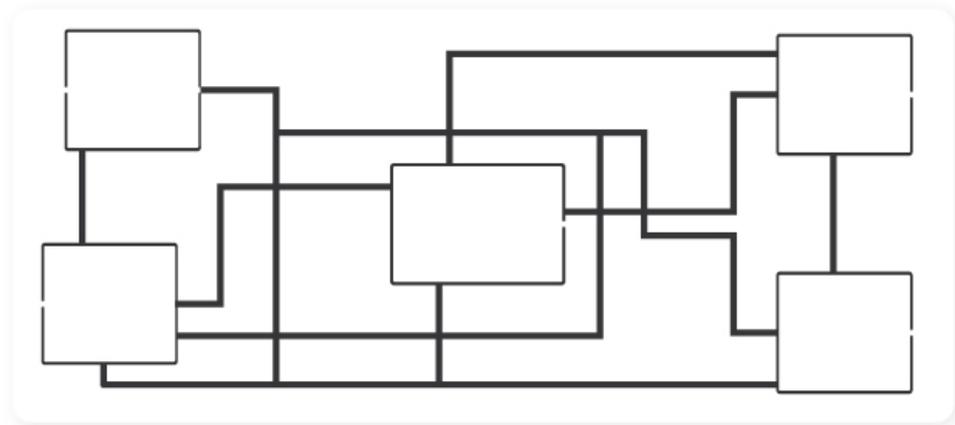
- **Concéntrica:** Este modelo organiza una serie de secuencias lineales en torno a un nodo de entrada, pero sin permitir la navegación entre los nodos de un mismo nivel. (1999, pp. 40)



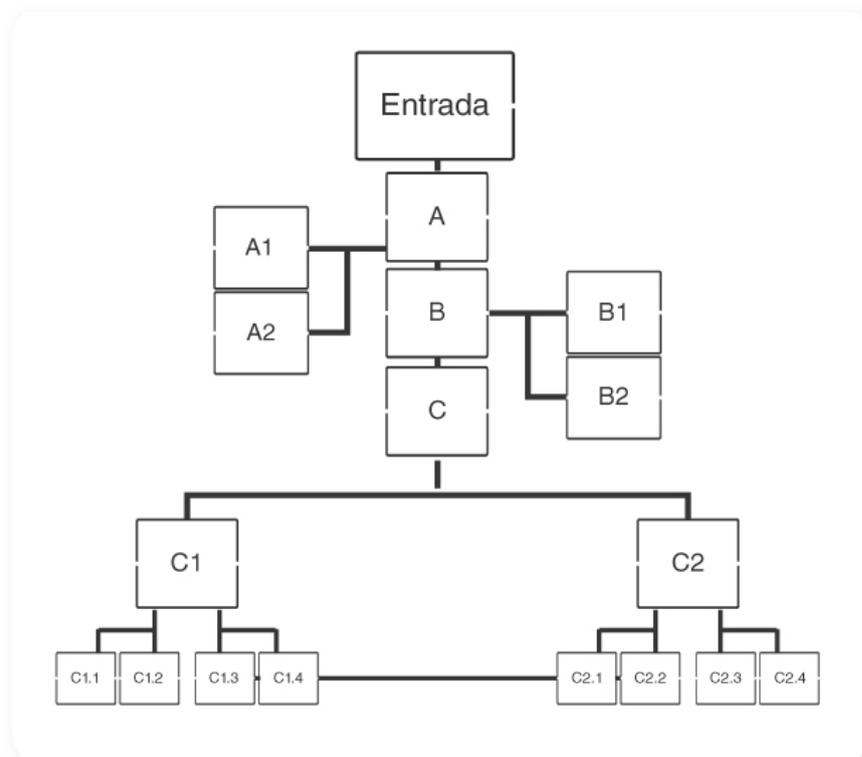
- **Jerárquica:** Constituye el clásico modelo de organización temática de la información que refleja la subordinación o dependencia de unos conocimientos respecto de otros, así como el orden que va de lo general a lo particular. Es típico de las aplicaciones educativas. (1999, pp. 41)



- **Reticular:** Lo propio de las estructuras en red, malla o telaraña es la articulación de cada uno de los nodos con todos los restantes, permitiendo así el máximo grado de flexibilidad en la navegación. (1999, pp. 41)



- Mixta:** Combina dos o más modelos de los arriba explicados como es el caso de la mayoría de las aplicaciones interactivas. Las estructuras mixtas permiten aprovechar las ventajas funcionales de cada modelo y corregir sus deficiencias o limitaciones. (1999, pp. 42)



“La selección y combinación de las estructuras más adecuadas para cada proyecto se realiza en función de los contenidos y género de la aplicación, así como atendiendo al perfil del usuario y a la funcionalidad de la navegación.” (Orihuela Santos, 1999: p. 39).

Las imágenes y los textos destinados a sucederse, deben presentarse en los lenguajes que el espectador está capacitado para interpretar. Un autor destaca dos aspectos del diseño de información: “la organización de la información (el contenido), y la planificación de su presentación visual.” Se debe constar de la capacidad para “procesar, organizar, y presentar información en forma verbal y no verbal. La organización de la información requiere una buena comprensión de la estructuración lógica y de los procesos cognitivos.” (Frascara, 2006: p. 128).

Arquitectura de información

La presentación de información, la manera en que se ofrece acceso al contenido de cualquier publicación, conlleva información que tiene que ver con la percepción, independientemente de la imagen visual. Se refiere a la construcción de significado que un lector o usuario obtiene de la forma en que se le presenta un contenido adecuadamente, traducido en una lectura satisfactoria y amena.

La arquitectura de información es una disciplina relativamente nueva vinculada específicamente a la aparición de Internet, y su aplicación específica es en sitios web, pero puede ser aplicable ante cualquier situación que requiera distribuir eficientemente información. Wurman define arquitecto de información:

“Arquitecto de información: 1) persona que organiza los patrones inherentes a los datos de tal modo que haga claro lo complejo; 2) persona que crea la estructura o mapa de información que permite que otras personas encuentren sus propios caminos hacia el conocimiento; 3) ocupación profesional del siglo xxi para satisfacer las necesidades propias de la época, concentrándose en la claridad, comprensión humana y en la ciencia de la organización de la información.” (cit. en Rosenfeld – Morville, 2002: p. 10).

Según Rosenfeld – Morville (2000: p. 22), como arquitectos de información, nuestro propósito es aplicar sistemas de organización y rotulación que tengan sentido para los usuarios.

Por su parte, Wodtke compara la arquitectura tradicional con la de información en tanto “(...) los arquitectos de los ambientes multimedia interactivos organizan la información en formas que ayuden a las personas a crear mapas cognitivos para orientarse por cuenta propia en el ciberespacio.” (2001:237).

Interfase

La concepción de usuario de una aplicación informática, como dos sistemas de naturaleza diferente que se comunican mediante la interacción, es válida en cuanto la interpretación de la información se da a través de elementos reconocibles. La relación entre los dos sistemas está determinada por la presencia de una Interfase, que por un lado hace referencia al objeto tangible adicional que nos permite operar una computadora. En segundo lugar, indica los elementos inmateriales que nos permiten interactuar con una determinada aplicación, sitio web o programa específico.

Bonsiepe toma, entre otras, la definición interfase humana como “la suma de los intercambios comunicativos entre la computadora y el usuario. Es lo que presenta información al usuario y recibe información del usuario.” (1999: p. 42)

Según Bonsiepe, lo que debe prevalecer en la definición de la interfase que sustentará la distribución de información es la conformación de un modelo reconocible por la experiencia del usuario, quien con el menor esfuerzo posible, sería capaz de identificar la propuesta de interfase.

“El usuario aprendería el uso de un programa gracias a la construcción en su mente de una copia personal del modelo del programador. Las dificultades en el aprendizaje y en el uso de un programa se atribuyen tanto a la falta de modelo, como a la adhesión del usuario a un modelo equivocado. Por lo tanto, la calidad de un diseño de interfase se revelaría en la rapidez y en la correcta construcción de su replica por parte del usuario.” (Bonsiepe, 1999: p. 42)

La interfase brinda apariencia gráfica, imagen visual perceptible a los sustentos de organización de la información que provee una adecuada arquitectura de la información. Según (Orihuela Santos, 1999: p. 61). Los sustentos que deberían reflejarse a través de una interfase óptima tienen que ver con la funcionalidad, que se define como “(...) el criterio rector del diseño de la interfaz.” Además, una serie de principios generales contribuyen a la eficacia comunicativa de los proyectos interactivos, tales como son “transparencia, simplicidad, identidad, equilibrio, unidad, coherencia y contraste.”

Otro autor exige en su definición de interfase la claridad de la presentación afirmando que las interfases de medios electrónicos

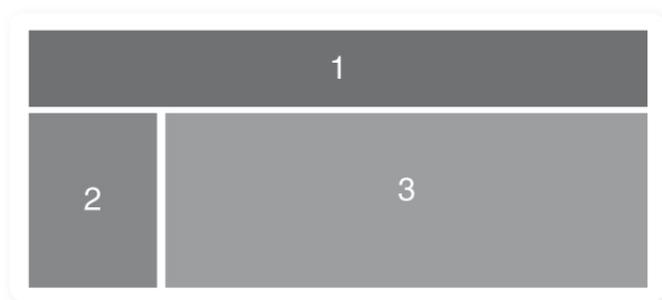
“(...) deben mostrar claramente los contenidos de sus bases de datos, la organización jerárquica de sus contenidos, y las herramientas de navegación. En general, deben permitir que la gente actúe intuitivamente, mirando y adivinando.” (Frascara, 2006: p. 149).

Se entiende por “usabilidad” (Frascara, 2006: p. 149) a la capacidad intuitiva del usuario de interfaz de desplazarse a lo largo de la presentación (ya sea web, hipertextual o

exclusivamente multimedia) por sus propios medios, a partir de una arquitectura de información óptima.

Existe una serie de planteos para realizar en el momento de evaluar que tanta independencia es capaz de manifestar el usuario en contacto con la interfaz. Pueden establecerse una serie de preguntas básicas.

Veen coincide en la definición de usabilidad de Frascara, en tanto se pueda lograr independencia de usuario en base a preguntas evaluadoras de la orientación virtual. Introduciendo el concepto de “composición en tres paneles” utilizado en diseño web, nuestro autor demuestra una arquitectura ideada para la orientación en el ciberespacio, en coherencia con el orden de lectura habitual en occidente:



La composición en 3 paneles (Veen, 2001:50)

“El diagrama muestra una simple página web descompuesta para mostrar las tres regiones generales de la misma. La banda a lo largo de la parte superior (1) responde a nuestra primera pregunta: “¿Dónde estoy?” (...) Una banda vertical en el lado izquierdo de la página (2) nos indica: “¿Dónde puedo ir?”(...). Finalmente, el resto y mayor parte de la página (3) está dedicado al contenido “¿Qué hay aquí?” a lo que nos referiremos como lienzo.” (Veen, 2001: 51).

Por su parte, “el dispositivo de interfaz basado en pestañas (...) se distingue por la apariencia visual de pestañas de carpetas”. Este diagrama, a diferencia de la composición en paneles, permite que el usuario seleccione la pestaña apropiada “que es resaltada y muestra su página”. (Veen, 2001: 58).

El autor distingue la principal ventaja del sistema de pestañas en cuanto “pueden tomarse como diferentes vistas de la misma información, entonces puede ser posible extender ese significado en la Web para diferentes vistas de la misma tarea” (Veen, 2001: 58).

Diseño Metodológico

Diseño Metodológico

1º etapa

Análisis de contenido

A continuación se presenta la metodología propuesta para la evaluación de los antecedentes Facebook de SocioMedios Ues y SAM de la materia. La elección de las aplicaciones responde a la intención de categorizar su contenido, analizarlo e identificar elementos interactivos susceptibles de ser utilizados en el desarrollo de una nueva propuesta de comunicación complementaria con características infográficas.

En principio, la metodología de trabajo se llevará a cabo a través de la observación y posterior descripción del contenido que se muestra en cada una de las aplicaciones interactivas seleccionadas.

La elección de la metodología de análisis de contenido se debe a los beneficios obtenidos por la transformación de los elementos del mensaje en unidades a ser analizadas. Hernández, Sampieri, Collado, Lucio y Baptista identifican en esta técnica la posibilidad de estudiar y analizar la comunicación de una manera objetiva y en forma sistemática.

“El análisis de contenido se efectúa por medio de la codificación, el proceso en virtud del cual las características relevantes del contenido de un mensaje son transformados a unidades que permitan en su descripción y análisis preciso. Lo importante del mensaje se convierte en algo susceptible de describir y analizar.” (2000: p. 296)

El análisis de contenido de los antecedentes se realiza en base a sus características hipermedia. Las categorías de análisis, con sus respectivas unidades, se detallan a continuación:

Multimedia:

- Presencia de texto y palabras
- Números
- Datos
- Dibujo vectorial
- Dibujo tradicional
- Modelado tridimensional
- Fotomontajes
- Animación bidimensional

- Animación tridimensional
- Video (filmación)
- Presencia de Voz (locutor presente/off)
- Música
- Efectos sonoros
- Orden intrínseco (presencia de convenciones gráficas)

Hipertexto:

- Nodos (identificación)
- Enlaces o links (identificación)
- Legibilidad (óptima/deficiente)
- Tangibilidad (presencia de convenciones de desplazamiento)
- Estructura hipertextual (Lineal, ramificada, reticular, jerárquica, concéntrica, paralela, mixta)

Variables de interactividad:

- Nivel (alto/bajo)
- Mapa cognitivo (página principal, trayectorias de desplazamiento propuestas)
- Estructura narrativa (presencia de Introducción, nudo, desenlace)
- Aplicación Offline/Online

Arquitectura de información e Interfase:

- Rotulación (asignación de secciones)
- Sistemas de desplazamiento
- Principios de eficacia comunicativa presentes (transparencia, simplicidad, identidad, equilibrio, unidad, coherencia y contraste).
- Planteo de 3 paneles (Si/No/sugerido)

Comunicación y aprendizaje:

- Emisor (identificación)
- Receptor (identificación)
- Referente (tema enunciado)
- Código (lenguaje)
- Canal (medio)
- Retroalimentación (posibilidad de respuesta al emisor)
- Aprendizaje/refuerzo (presencia/identificación)

Al finalizar, el análisis presenta las observaciones obtenidas de cada material. Éstas serán características destacadas de la evaluación de cada aplicación.

Partiendo de las observaciones obtenidas del análisis de contenido, se establecerá una serie de consideraciones del material hipermedia analizado. Su establecimiento orientará la etapa de aplicación posterior.

2º etapa / trabajo de campo

Encuesta

Para analizar el perfil de usuario de la aplicación interactiva se llevó a cabo una encuesta semi estructurada a un grupo de alumnos de la modalidad presencial de Sociología de los medios de comunicación social, pertenecientes al segmento propuesto. La encuesta tuvo lugar el día Jueves 7 de Octubre de 2010, en el aula 204, sobre una muestra de 23 individuos. El criterio no probabilístico de la población responde a la selección por conveniencia, de un público objetivo reducido de usuarios.

La elección de la técnica de investigación se debe a la posibilidad de “contar con algunas preguntas abiertas, por lo cual su nivel de estandarización global es menor que en la forma estructurada”. Por otro lado, si bien la metodología es de tipo cuantitativo la necesidad de incluir varias respuestas posibles en algunas preguntas, responde a un problema de investigación que requiere la “agregación de datos más cualitativos” (Scribano, 2002:110)

El objetivo de la encuesta es averiguar la relación que establece el segmento con las NTICs y su percepción ante la adopción de un material interactivo. Por su parte, siguiendo a Scribano, se busca que el perfil descriptivo de la investigación, oriente la obtención de un diagnóstico (2002:23).

Recorte

A los efectos de este trabajo se consideraran de interés aquellos usuarios que coincidan con el perfil de estudiante de la materia Sociología de los medios de comunicación social de la Universidad Empresarial Siglo 21, es decir: estudiantes universitarios de modalidad presencial, de entre 18 y 30 años de edad. La identificación del segmento propicio tiene que ver con su etapa universitaria, ya que la materia propone al estudiante de carreras vinculadas a la comunicación, la adopción de una postura crítica con respecto al rol de los medios de comunicación en la actualidad.

Análisis de los datos

Observación y descripción del material

Facebook de SocioMedios Ues

Facebook es un servicio gratuito de redes sociales en internet surgido en Febrero de 2004. Su creación responde a la necesidad de las comunidades de compartir sus intereses en la web. Para acceder como usuario, solo requiere la disposición previa de una cuenta de correo electrónico.

Entre sus servicios encontramos:

- Lista de amigos: Permite al usuario listar todos los contactos que posean una cuenta de en Facebook. El sistema permite localizar personas de cualquier parte del mundo que estén registrados.
- Grupos: En esta utilidad se permite agrupar a miembros que posean intereses comunes o se identifiquen con una causa común.
- Muro: Es el espacio que representa la página principal y es donde el usuario o sus amigos pueden hacer publicaciones para ser vistas por quién las recibe y todos sus contactos.
- Fotos: Cada usuario registrado puede crear álbumes fotográficos que pueden ser vistos por sus contactos, así como pueden aparecer etiquetados en fotos de otros usuarios.

A continuación se describen los elementos distintivos del usuario SocioMedios Ues, registrados el 5 de Octubre de 2010:

- Foto de perfil: Actualmente figura una ilustración de la década del 80. Las imágenes de perfil anteriores son también ilustraciones o capturas de pantalla pertinentes con el contenido sociológico. Debajo de la foto de perfil figura un mensaje de bienvenida: “¡Hola! Este es el espacio para alumnos, ex alumnos y futuros alumnos de sociología de los medios de comunicación social. Bienvenidos!!!!”
- Amigos: El usuario tiene 197 amigos.
- Páginas que me gustan: Sociomedios UEs tiene 10 páginas de interés, entre ellas: “CNN en español”, “the simpsons”, “Family Guy”, “American Dad”, “Dexter”, “Peter capusotto.tv”, “La Voz.com.ar”.
- Fotos: 7 álbumes en total: “Perfil”, “Muro”, “University of California at Berkley”, “Domingo en la universidad”, “Más del campus”, “Fin de semana en San Francisco”, “Más Berkley en otoño”.

- Enlaces: Entre los 32 enlaces que figuran publicados en el muro se encuentran: “La portada de hoy traía estas news... (...) (enlace a NY times)”;
- “Me alegra mucho el interés que muchos han manifestado por venir a Berkeley a hacer un master o algún programa de postgrado. Les mando info útil para que vean qué se requiere, cómo se hace, etc.(enlace a Admisiones Berkley)”;
- “Concurso sé parte de la historia del rock”;
- “Hola gente: recuerden que para el miércoles que vienen tienen que: - formar un grupo de 2 o 3 – Entrar en el link de la revista de Ciencia y técnica de la UEs –Elegir un artículo que les interese – Bajarlo, imprimirlo y leerlo (y llevarlo a clase).”
- La última publicación de “Qué estás pensando?” es “Buena Semana :)”.

Análisis de contenido – Facebook de SocioMedios Ues

El instrumento de análisis de características Hipermedia y de comunicación y aprendizaje para cada material analizado, se presentan en el anexo 1. A continuación, la descripción de las características analizadas:

Categoría Multimedia

Las características multimedia de la red social de la materia están dadas por la inclusión de la totalidad de sus variables, a excepción de dibujo tradicional y modelado tridimensional. A su vez, la mayoría de las variables se encuentra presente solo en las publicaciones, y no por ser parte exclusiva de la aplicación. No se presenta de forma explícita una representación de orden funcional o espacial, variables del orden intrínseco.

Categoría Hipertexto

Los nodos y enlaces que presenta Facebook de SocioMedios Ues son a su vez las opciones principales de acceso a la información de usuario: Muro, información y fotos son los nodos, enlaces y opciones principales de navegación. También, presenta una abundante disposición de convenciones de tangibilidad: pestañas, disposiciones jerárquicas, álbumes, muro, información. En cuanto a su estructura, se denomina mixta, en cuanto combina todas las opciones posibles: Reticular, jerárquica, concéntrica, paralela, ramificada y lineal.

Categoría Interactividad

En principio, el nivel de interactividad propuesto por Facebook resulta alto. Esto es resultado de la combinación de la estructura hipertextual mixta junto a la presentación de contenido generado por los usuarios. El mapa cognitivo se presenta como el sitio en sí mismo, es decir, la portada de la aplicación es el muro, que es configurado dinámicamente por los usuarios. La estructura narrativa se encuentra sugerida con las pestañas y su orden de lectura.

Categoría Arquitectura de información/Interfase

La rotulación en servicio de la orientación, está dada por las pestañas y la disposición jerárquica de la información. Están presentes todos los principios de eficacia comunicativa: transparencia, en la presentación espaciada y jerárquica de contenido; simplicidad, en la unificación de conceptos en la rotulación y convenciones; identidad, en la paleta cromática identificativa; equilibrio, en el balance morfológico de la composición en el espacio; unidad, en la rotulación en columnas; coherencia en la distribución de contenido y contraste entre los diferentes nodos. Finalmente, se plantean los 3 paneles de forma sugerida, para una primera identificación de los componentes del sitio.

Categoría comunicación y aprendizaje

SocioMedios Ues se dirige al segmento identificado con el referente “Sociología de los medios de comunicación social” por medio de un lenguaje digital hipermedia a través de internet. La retroalimentación se identifica en la actualización permanente de contenido por parte de los receptores. Presencia de aprendizaje y refuerzo. La presentación de contenido por parte del emisor, el consumo por parte del segmento y los comentarios de ambas partes generan interacción y cambio de actitud con respecto a un conocimiento.

Observaciones

Se reconoce una predominancia de características multimedia solo en las publicaciones realizadas por los usuarios (emisor y receptores). El sistema de pestañas, ubicado en el segundo panel, brinda 3 nodos claros y accesibles para la navegación.

La tangibilidad, brindada por la profusión de convenciones, se encuentra presente en cada uno de los nodos del hiperdocumento. Asimismo, la estructura hipertextual mixta integra todas las posibilidades de ramificación de la información. Esto se debe al contenido proveniente de fuentes diversas con distintos sistemas de navegación.

La Interfase logra la totalidad de principios de eficacia comunicativa descritos con anterioridad. A su vez, el sistema de 3 paneles integra al sistema de pestañas brindando una versatilidad de interacción superior a la que se obtiene individualmente.

Consideraciones del Material hipermedia (Facebook de SocioMedios Ues)

- Se observa que gran parte de los elementos constituyentes de la categoría de análisis comunicación y aprendizaje, solo se encuentran presentes “en publicaciones” (entrecorchetado propio). Se cree que estos resultados se relacionan con la generación y publicación de contenido por parte de los usuarios.
- En respuesta al principio de transparencia, la interfaz presenta solo 3 nodos, esquematizados en pestañas. Los enlaces de la aplicación son fundamentalmente los perfiles de otros usuarios y los vínculos a otros sitios. Algunos de ellos, ejecutables desde la interfaz de Facebook.
- En SocioMedios Ues predomina el concepto de tangibilidad en toda la aplicación: pestañas, jerarquías, álbumes de fotos, Muro, Información personal.
- La estructura hipertextual mixta, que combina todas las estructuras posibles, se debe a que el sistema se basa en la comunicación con otros usuarios y enlaces externos, lo que hace que tome las propiedades de navegación de otros sistemas complejos.
- Se cree que SocioMedios Ues logra todos los principios de eficacia comunicativa: transparencia en su interfaz; simplicidad en la presentación de información, unidad en su identidad visual; equilibrio y coherencia en la presentación cronológica de información, y contraste en la diversidad de publicaciones de distintas fuentes y contactos.
- El planteo de los 3 paneles de Veen se combina con otros sistemas, como la esquematización por pestañas, para desplegar los beneficios de ambos sistemas.
- En SocioMedios Ues se presenta por primera vez en nuestro análisis hipermedia el concepto de “refuerzo”. La profesora de la materia y otros usuarios publican contenido que luego de ser visto es comentado, debatido y legitimado por la opinión de los demás integrantes. La retroalimentación es el componente de comunicación esencial en este documento de análisis: su funcionamiento está condicionado por la actualización constante de contenido.

- Por último, se considera un nivel de interactividad muy alto, debido a la generación permanente de contenido mencionada anteriormente.

Observación y descripción del material

Sistema de Aprendizaje Multimedial (SAM)

El Sistema de Aprendizaje Multimedial de la Universidad Siglo 21 utiliza la tecnología de Go Course, un sistema online/offline de administrador de programas de estudio a distancia desarrollado por Agilix Learning Services. El sistema presenta una interfaz interactiva que consta de un menú principal horizontal en el panel superior con las siguientes opciones:

- Atrás y Adelante: Estas dos opciones permiten desplazarse a través de los momentos anterior y posterior de la presentación.
 - Inicio: Brinda acceso a la página de inicio de la aplicación, donde pueden visualizarse jerárquicamente las opciones de acceso:
-
- Mis Cursos: contiene todas las materias a las que se ha inscripto el alumno para ese semestre. Cada materia ofrece el vínculo “Ver” para acceder a su contenido particular. En el caso de ser un miembro planificador y moderador del sistema, también se encontraría disponible la opción “editar” para tener acceso a su modificación o incorporación de contenido actualizado. En uno de sus extremos, presenta la opción de crear un nuevo curso, la posibilidad de crear un nuevo esquema para alojar el programa de una materia.
 - Anuncios: Un panel superior derecho muestra los anuncios realizados por el tutor del curso para todos los inscriptos.
 - Vence pronto: El panel intermedio presenta las actividades asignadas en el calendario para fechas próximas.
 - Bandeja de entrada: Muestra una lista de mensajes que provienen del foro que incorpora el programa de la materia.
-
- Calendario: Presenta un calendario anual para organización personal, con posibilidad de configurar los campos pertenecientes a cada hora del día en curso. También permite visualizar la semana y el mes, indicando en cualquier instancia las tareas asignadas por el usuario para cada jornada.

- Mis notas: Despliega un menú vertical con las notas generadas y guardadas en “nota nueva”.
- Nota nueva: Presenta un cuadro para ingresar texto. Se puede asignar formato, imágenes, colores, entre otras variables.

Ver un curso (Sociología de los medios de comunicación social)

Al ingresar a una de las materias listadas en el programa, se presentan de izquierda a derecha:

- Un panel en forma de fichero con jerarquía vertical, que incorpora categorías y sub-categorías de información en varias carpetas.
- Un panel de mayor tamaño que muestra el contenido de cada una de las opciones seleccionadas en el panel izquierdo. Esta sección tiene la posibilidad de expandirse y visualizarse en pantalla completa.

La estructuración de la jerarquía temática del programa de la materia se presenta con la siguiente distribución:

- Sociología de los medios de comunicación social. Esta sección muestra en un panel multimedia distintos formatos de presentación del contenido de la materia: un cuadro de texto introductorio que permite desplazarse hasta completar su lectura; un audiovisual que presenta en primer plano a la profesora de la materia introduciendo la perspectiva de abordaje propuesta; un listado horizontal con imágenes que plantea un acceso alternativo a las secciones siguientes del programa.
- Presentación. Aquí se establece un listado de archivos en formato de texto e imagen que aporta datos introductorios e informativos como carta al alumno; objetivos generales de la materia; perfil del docente; programa; bibliografía, esquema conceptual de la materia.
- Módulos (1, 2,3 y 4). Los módulos se presentan individualmente en categorías separadas, pero su contenido responde a un mismo esquema en todos los casos. Este esquema tiene distintos tipos de formatos de información en su desarrollo:
 - Contenidos del módulo. En formato de texto e imágenes se despliega el programa de la materia.
 - Objetivos específicos del módulo 1. El mismo formato que presentan los objetivos generales en la presentación.
 - Lecturas. Esta sub-categoría incorpora una serie de textos en formato .pdf que contemplan todo el contenido del primer módulo en forma sintética y complementaria a la bibliografía básica de la materia. El último vínculo, en formato interactivo, ofrece

una auto evaluación con distintos tipos de consignas en formas verdadero o falso; opción múltiple; coincidente (donde se vinculan categorías de dos columnas) y respuesta múltiple. Una vez finalizada la evaluación puede enviarse para luego obtener los resultados que, en este caso, se obtienen del servidor de forma programada sin la intervención ni evaluación del tutor del curso.

- Videos. Se presentan 2 audiovisuales, extractos de largometrajes, que incluyen en su contenido aspectos teóricos vistos en la unidad correspondiente. Un breve texto acompaña la presentación, incentivando al usuario a identificar situaciones que contemplan las lecturas previas. En la sección inferior del panel un enlace para completar una nueva autoevaluación.
- Foro 1: En su introducción, el foro propone una temática que se extrae del desarrollo del módulo en el que se está participando y plantea una serie de preguntas guía para que el usuario manifieste su opinión.

Otras aplicaciones:

- Revisión-Esquema: Se presenta una esquematización en formato audiovisual con animaciones a modo de resumen al final de cada módulo. La dinámica de la producción de la revisión comienza con una grabación de voz del profesor describiendo un esquema elaborado por el mismo, luego se transfiere al área de diseño multimedia del sistema, donde la producción concluye en una versión animada del esquema, presentándose en simultáneo con la narración.
- Trabajo práctico: De igual formato que la autoevaluación, el trabajo práctico se presenta al final de cada módulo. La particularidad del trabajo práctico es que no permite vincular el desplazamiento hipertextual hacia instancias anteriores para garantizar la autenticidad del conocimiento manifestado. Una vez enviado el trabajo completo, es recibido por el tutor de la materia, quién puede visualizar las respuestas y obtener la calificación. Así, el trabajo práctico constituye un elemento fundamental del sistema, ya que se constituye como un porcentaje del rendimiento académico del alumno.
- Cierre. En un archivo de texto se presentan unas palabras finales de despedida redactadas por el docente y un audiovisual donde el profesor se dirige hacia el usuario con consideraciones finales del programa.

Categoría Multimedia

El Sistema de Aprendizaje Multimedial de Sociología de los medios se caracteriza por la inclusión de animación bidimensional en las transiciones de los diagramas de filmas, fotomontajes en las lecturas de los autores, la incorporación de filmaciones en las palabras del docente y los fragmentos de largometrajes. También se plantea un orden intrínseco en la convención de fichero con pestañas.

Categoría Hipertexto

Los 3 nodos reconocibles en el material son Mis Cursos; Anuncios y Bandeja de entrada. Las convenciones de tangibilidad se reconocen en el sistema de pestañas, así como en la disposición jerárquica del contenido, que facilita el reconocimiento de la composición. Por su parte, la estructura hipertextual se reconoce ramificada, resultado de su disposición jerárquica en ficheros desplegables.

Categoría Interactividad

El SAM propone un nivel de interactividad medio, en comparación con la versatilidad considerable de la red social. El mapa cognitivo sugerido está dado por la analogía de fichero que presenta el sector Mis cursos como portada del hiperdocumento. Por su parte, la estructura narrativa la sugiere la presentación jerárquica, ya que el desarrollo progresivo del curso se despliega en forma descendente. En cuanto a su condición de navegación, resulta una aplicación Online, aunque es necesario tener el programa GoCourse instalada como software Off line previamente.

Categoría Arquitectura de información/Interfase

En esta categoría, la rotulación se encuentra contemplada en los sistemas de tangibilidad como elementos accesibles al usuario: Fichas y jerarquías. Por otro lado, los principios de eficacia comunicativa que se identifican son dos: Unidad, ya que todo se contiene en las dos convenciones mencionadas; Contraste, entre las 3 opciones de nodos propuestos para el desplazamiento en la experiencia de usuario.

Categoría comunicación y aprendizaje

A través del SAM, la asignatura se dirige a estudiantes de entre 18 y 30 años de edad, ambos sexos, con el referente “contenido de los medios de comunicación social” en un lenguaje

hipermedia por medio de internet como canal. La retroalimentación está dada por la capacidad de resolver las autoevaluaciones y enviar los resultados al profesor de la materia. Finalmente, se reconoce la variable aprendizaje en la totalidad de la concreción de las lecturas, observación de los audiovisuales y realización de autoevaluaciones, tareas que resultan el propósito del sistema multimedial. El refuerzo no se incorpora en el desarrollo de la aplicación, sin embargo la calificación se obtiene a nivel académico, al igual que en la modalidad presencial.

Observaciones

En este sistema, se observa que la incorporación, regulación y disposición del contenido no está provista por el usuario receptor, sino por el emisor, que a su vez se divide en dos: El área de diseño de la universidad y la profesora de la materia.

La retroalimentación no se encuentra incluida en el material, pero es fundamental en su constitución, ya que la lectura comprometida de la aplicación, garantiza una calificación satisfactoria al finalizar el período académico de cursado de la materia. No obstante, las autoevaluaciones proveen un sistema de refuerzo/gratificación inmediato, provisto por el servidor del sistema previamente programado para tal función.

Consideraciones del Material hipermedia (SAM)

- Se observa que la producción del material audiovisual del sistema debe ser realizado siguiendo un formato predeterminado, en cuanto a la necesidad de contar con un video a modo de introducción, audiovisuales que ilustren las lecturas, y un video a modo de conclusión.
- Se distinguen dos tipos de retroalimentación presentes por primera vez en el análisis de clasificación hipermedia: el primero obtenido por el servidor del sistema luego de la autoevaluación, una de las funcionalidades de la aplicación. En segundo lugar, el refuerzo “legítimo” (entrecomillado propio), que viene dado por la calificación formal de la evaluación obligatoria que incluye el sistema.
- Unidad y coherencia son los únicos principios de eficacia comunicativa que se presentan en el SAM. La unidad está dada por un mismo diseño de interfaz que contiene todos los elementos. La coherencia se identifica en todas las funciones respondiendo a una misma necesidad de comunicación bajo condiciones establecidas por la educación a distancia.
- En el apartado “Ver un curso” (en nuestro caso Sociología de los medios de comunicación social), se presenta el diseño de 3 paneles. En el sector superior, las opciones de desplazamiento a través de la aplicación; la columna en la izquierda nos muestra jerárquicamente los contenidos del curso seleccionado; y lo que corresponde al lienzo está ocupado por el contenido específico del curso.

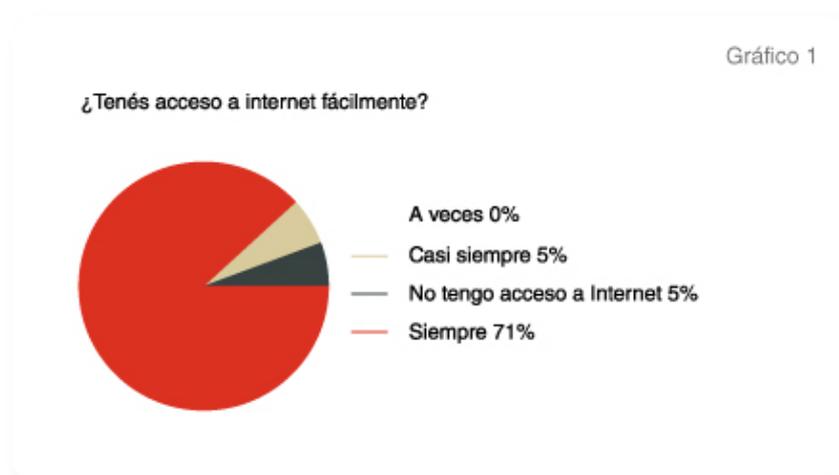
Encuesta

A continuación, presentamos los resultados de las respuestas obtenidas en la encuesta realizada sobre los 23 alumnos de Sociología de los medios de comunicación, de modalidad presencial.

Cabe destacar que en la mayoría de los gráficos generados por las respuestas, el total de opiniones no completa un 100% de las variables, pero sí su representación. Esto se debe a que el gráfico se presenta solo de manera ilustrativa, incluyendo aquellas respuestas que fueron ignoradas. El instrumento cuestionario y el de recolección de datos utilizado puede verse en el anexo 2.

A continuación, se presenta la descripción de los resultados de la encuesta realizada. Luego, una serie de consideraciones finales.

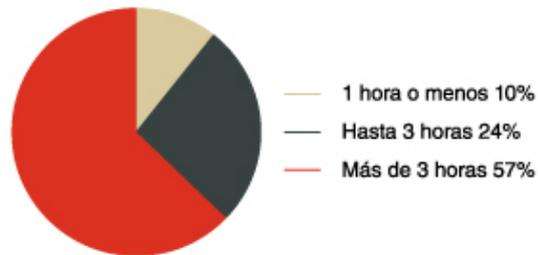
Como se muestra en el gráfico 1, una gran mayoría manifestó su posibilidad de contar con Internet constantemente como herramienta de estudio, mientras que solo un 5% dice no tener acceso.



En fin de conocer el tiempo que destina nuestro perfil al uso de internet, se estableció una serie de promedios flexibles para reconocerse en uno de ellos (Gráfico 2) La mayor parte de los encuestados se identificaron con el mayor de los 3 promedios “Mas de 3 horas”, mientras que la segunda porción, también considerable, no excede las 3 horas de permanencia.

Gráfico 2

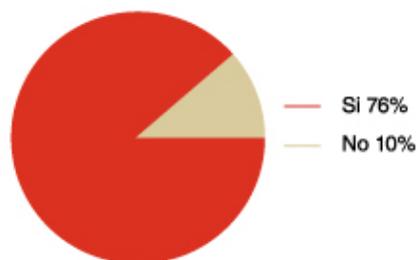
¿Cuánto tiempo destinás al uso de internet?



Para conocer la proximidad de los usuarios con las redes sociales en internet, fueron consultados sobre una aplicación específica en el gráfico 3. Vemos que casi el total de los encuestados es dueño de una cuenta en el sitio de redes sociales Facebook y solo una décima parte manifiesta no tener uno.

Gráfico 3

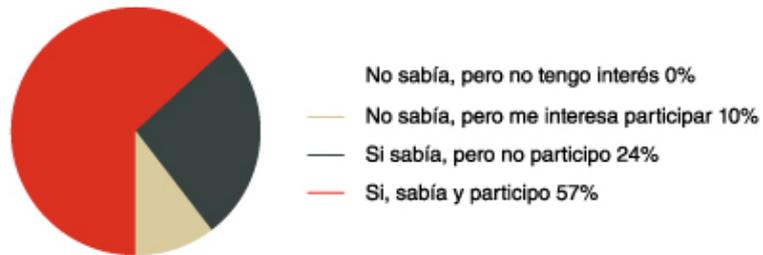
¿Tenés una cuenta de Facebook?



En los esquemas siguientes (gráficos 4 y 5), vemos por un lado que una porción importante participa activamente de la red social generada para la materia Sociología de los medios, mientras que una cuarta parte dice conocerla pero no participar. Además, vemos que una décima parte manifiesta que no sabía de su existencia y desearía participar.

Gráfico 4

¿Sabías que Sociología de los medios tiene un Facebook en el que podés participar?



Por otro lado, el gráfico 5 muestra que la mayoría resultante del gráfico anterior, relaciona su interés hacia Facebook de SocioMedios Ues con la posibilidad de ver publicaciones de contenidos de los medios de comunicación relacionadas con la materia. Aún así se reconoce de considerable importancia la totalidad de los porcentajes generados por cada respuesta.

Gráfico 5

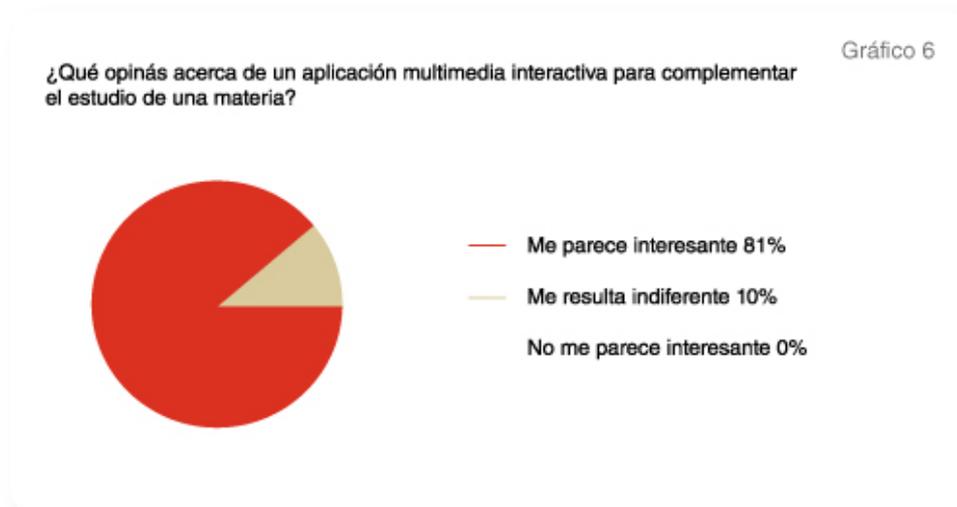
Si marcaste la primera opción en la pregunta anterior:

¿Qué cosas te motivan a participar del Facebook de Sociomedios UES?

Los resultados exceden un 100% porque podía seleccionarse más de una opción.



Por último, la posición de nuestro perfil con la inclusión de un material de enseñanza interactivo en el ámbito educativo resulta favorable ya que un 81% de los encuestados considera de interés la implementación del sistema. No se obtuvieron posturas negativas ni actitudes de rechazo hacia la propuesta.



Consideraciones de la encuesta

La encuesta pone en evidencia gran predisposición e interés por parte del perfil de usuario de una aplicación interactiva en relación con las redes sociales en internet. También se reconoce que la mayoría de los encuestados participa, o en menor medida, participaría de la red social de una materia. Asimismo vemos que el mayor interés relacionado con la participación, tiene que ver con el consumo de contenido de los medios de comunicación actualizado por usuarios afines. Por último, la encuesta demuestra que existe una actitud favorable con respecto a la inclusión de un método de aprendizaje complementario en el ámbito universitario.

Etapa 1 – Descripción de antecedentes

En líneas generales, Facebook de Sociomédios Ues y SAM de la materia contienen formas similares de presentación de la información hipermedia. Sin embargo, existen ciertas diferencias notables entre una y otra aplicación que se procede a describir:

En primer lugar, los atributos correspondientes a la categoría multimedia de la red social Facebook de SocioMedios Ues, pueden presentarse en su totalidad según los usuarios lo dispongan. No obstante, la versatilidad de posibilidades de configuración de la interfaz no permite que el contenido sea definido en la programación.

Por el contrario, en el Sistema de Aprendizaje Multimedial se plantea una estructura narrativa cerrada y un orden intrínseco definido por convenciones más precisas y jerarquías definidas, como el fichero y las pestañas. Esto garantiza que la comunicación con los usuarios pueda planificarse en función de lenguajes definidos y que la capacidad de interacción del usuario con la aplicación se dé en función del aprendizaje en vez de la creación y difusión de contenido.

Con respecto a las características hipertextuales de los documentos, ambos poseen la misma cantidad de nodos y enlaces generales, así como una abundante disposición de convenciones de tangibilidad. Sin embargo, difieren sustancialmente en su estructura hipertextual: mientras Facebook combina todos los tipos de estructura posible, SAM se caracteriza con la estructura ramificada jerárquica del sistema de fichero.

La combinación de estructuras hipertextuales corresponde, en este caso, a la generación y difusión de contenido por parte de los usuarios, y la estructura única es propia del contenido cerrado y planificado. Así, se cree conveniente considerar en el proceso de diseño la estructura hipertextual que será utilizada, en función del contenido.

En cuanto a la categoría Interactividad, si bien la red social tiene un nivel de interacción superior y ambos antecedentes utilizan el sistema de pestañas en el segundo panel como estructura narrativa sugerida, el sistema multimedial para la modalidad a distancia incorpora como estructura central de desplazamiento la jerarquía, en este caso descendente. Se cree conveniente la creación de una estructura jerárquica que indique el desplazamiento, propuesto por la concreción de objetivos de aprendizaje. Con respecto a la conexión a Internet, se cree conveniente la planificación de enlaces a sitios de interés, audiovisuales externos e información complementaria que pertenezca a fuentes externas, poseedoras de sus propias características interactivas.

En referencia a la arquitectura de los documentos, ambos utilizan óptimos sistemas de rotulación como jerarquías, fichas, paneles, y pestañas. Estos sistemas se reconocen como legítimos en cuanto el usuario se encuentra capacitado para interpretarlos en su conjunto, ya que reconoce por analogía a todos ellos por separado. En cambio, lo que difiere en este apartado es la cantidad de principios de eficacia comunicativa contemplados en cada aplicación: el SAM utiliza solo dos de ellos, mientras que Facebook contempla todos los principios.

Como se explica en las consideraciones finales de la red social, las utilidades que brinda cada principio de eficacia comunicativa, no se encuentran relacionadas con su capacidad de vincularse a contenidos externos, sino que pueden estar contenidas todas estas virtudes en la interfaz propia del hiperdocumento. Por lo tanto, se considera de importancia contemplar todos los principios de eficacia comunicativa en la planificación del diseño del material, y de esta manera aprovechar el máximo de virtudes ofrecidas por la interfase.

Finalmente, las conclusiones sobre comunicación y aprendizaje resultan de vital importancia para el desarrollo del material: tanto en Facebook como en el Sistema de Aprendizaje Multimedial de sociología de los medios de comunicación social se reconoce la presencia de los conceptos de aprendizaje y refuerzo, aunque de orígenes diferentes:

- En Facebook, el aprendizaje está dado por los enlaces a material externo que es publicado por los mismos usuarios y consta de una profusión tan grande como lo permiten los canales y lenguajes disponibles en Internet. El refuerzo, aunque no académico, se relaciona con la aprobación de publicaciones emitidas como usuario del sistema. La aprobación, en forma de comentarios, no tiene validez académica oficial, pero se reconoce legítima en tanto reconoce el aporte efectuado como una contribución al desempeño de la interacción.
- En el SAM, por el contrario, el aprendizaje es legítimo, ya que el material disponible es suministrado por la profesora de la materia y regulado en su configuración por el área de diseño de la Universidad. Por su parte, el refuerzo está presente de dos maneras: inmediata, en las autoevaluaciones y oficial, al finalizar el curso o la materia.

Se considera de utilidad aprovechar ambos sistema de aprendizaje y refuerzo, contemplados en un mismo sistema que los contenga, es decir, el aprendizaje brindado por las publicaciones de usuarios en sitios externos a la aplicación, junto al aprendizaje oficial extraído de la bibliografía oficial de la materia.

En cuanto al refuerzo, se debería incorporar la posibilidad de interacción con otros usuarios a través de la red social establecida, con el incentivo de la aprobación extra oficial obtenida por la contribución interactiva, en conjunto con la motivación del usuario de adquirir los

conocimientos oficiales de la materia para lograr un mayor desempeño en la modalidad presencial.

Etapas 2 – Diagnóstico de la investigación

Para lograr una definición acotada del diagnóstico, se analizan las partes del problema de forma aislada:

- a. **Contexto organizacional:** La materia Sociología de los medios de comunicación social, de modalidad presencial y modalidad tutorial a distancia, que comienza cada semestre académico. Caracterizada por ser interdisciplinar y de extenso contenido teórico, la materia supone en la primera unidad el estudio del material teórico correspondiente a los tres autores de la sociología clásica: Karl Marx, Émile Durkheim y Max Weber. Alejandra Martínez explica su clasificación:

“se consideran clásicos, porque a partir de sus propuestas se ha desarrollado gran parte del pensamiento sociológico y porque siguen teniendo vigencia para pensar la sociedad actual, con las revisiones y críticas necesarias (...) Los medios de comunicación tienen, actualmente, una relación tan fuerte con lo social que es impensable no preguntarse de qué manera contribuyen a la generación y difusión de ideas, creencias, valores y modos de percibir la realidad”⁴

La consecución de los objetivos planteados para la primera unidad del programa, dependen del estudio e interpretación de la bibliografía básica de la materia (RITZER, G. *Teoría Sociológica clásica*, Mc Graw-Hill: Madrid, 1993). Los objetivos del primer módulo son:

- Comprender la influencia del contexto en la producción de una teoría.
 - Reconocer los aportes más importantes de cada uno de los autores clásicos.
 - Establecer relaciones entre los conceptos de los distintos autores estudiados.
 - Identificar los principales aportes teóricos y metodológicos.
- b. **Público:** Un grupo de alumnos de Sociología de los medios de comunicación social superior a 20 personas que se renueva cada semestre. Caracterizado por tener un alto acceso a las tecnologías de comunicación, casi la totalidad del grupo tiene acceso permanente a internet. La utilización de internet es superior a las 3 horas en la mayor parte de los futuros usuarios, y una proporción muy similar tiene una

⁴ Fuente: Sistema de Aprendizaje Multimedial de Sociología de los medios de comunicación social.

cuenta en la red social Facebook. Por otro lado, la tendencia a participar activamente en Facebook de Sociomedios Ues es muy alta, e incluso, esta intención se encuentra relacionada con el deseo de ver publicaciones relacionadas con la materia. Por último, solo una décima parte se mostró indiferente ante la implementación de un sistema interactivo para complementar el estudio, el resto lo considera de interés.

c. **El entorno tecnológico:** La comunicación informal paralela que se establece en la materia está dada por el uso de redes sociales, la presentación de información en forma escrita, audiovisual, e hipermedia. Los principales canales de comunicación involucrados en la interacción con el público identificado son:

- Facebook
- Youtube
- Enlaces externos
- Correo electrónico

Partiendo de Facebook como el canal oficial de interacción con los nuevos medios, se incorpora la consideración de videos alojados en Youtube y el acceso a sitios de interés a modo de enlaces externos. Estos enlaces pueden publicarse por la profesora de la materia, así como por parte de los demás usuarios de Sociomedios Ues.

A su vez, se cuenta con el envío y recepción de correo electrónico como medio de comunicación e interacción paralelo a la clase.

Problema de diseño

La materia Sociología de los medios de comunicación social y sus alumnos participan activamente de la red social facebook como vía de comunicación complementaria en los nuevos medios.

Facebook de Sociomedios Ues tiene un alto nivel de interacción con la inclusión de audiovisuales alojados en Youtube. Sin embargo, no se dispone de un dominio exclusivo en el sitio que administre la creación y difusión de material propio.

Creemos oportuno intervenir desde el diseño de información, en medios interactivos y redes sociales para la difusión del contenido de la materia, en fin de promover la participación de los alumnos en los nuevos medios.

Objetivos de aplicación

General

Potenciar el aprovechamiento de los medios interactivos y las redes sociales como canal de transmisión e intercambio de contenidos académicos para la materia Sociología de los medios de comunicación social.

Específicos

- 1 – Generar contenido didáctico propio para los nuevos medios.
- 2 – Aprovechar las potencialidades interactivas de las redes sociales en la integración de canales de comunicación.
- 3 – Desarrollar un sistema de retroalimentación que permita el refuerzo, control e integración en el sistema de evaluación de la materia.

Para cumplir con los objetivos, se llevarán a cabo 3 intervenciones:

- 1 – **Infografías videográficas:** Cada autor de la sociología clásica estará alojado en Youtube, con material didáctico audiovisual exclusivo de la materia.
- 2 – **Flyers promocionales:** Los autores de la primera unidad serán presentados en el muro de Facebook, junto al vínculo de su audiovisual, a través de una imagen representativa de su pensamiento.
- 3 – **Autoevaluación On-line:** Los alumnos podrán reafirmar sus conocimientos obtenidos en la introducción de cada autor respondiendo un cuestionario de múltiple opción que recibirán por correo electrónico.

Descripción

Los objetivos de las 2 primeras intervenciones se integran en la creación de un nuevo canal de comunicación con contenido propio y su difusión en la red social con vigencia actual. La tercera intervención tiene por objetivo obtener la confirmación de presencia de los alumnos en los nuevos medios, con la posibilidad de ser gratificados con un refuerzo incorporado en el sistema de evaluación de la materia.

Desarrollo

Intervención 1 – Infografías videográficas

Objetivo General

Presentar cada uno de los autores del primer módulo en los entornos audiovisuales de los medios utilizados por la materia.

Descripción

Se realizará un audiovisual para cada autor de la sociología clásica: Karl Marx, Émile Durkheim y Max Weber. Partiendo de extractos escritos de la descripción de sus obras, provistos por la profesora de la materia, se llevará a cabo el diseño de un guión multimedia para cada autor. Luego, la contratación de un servicio de locución y, finalmente, se editará todo el material obtenido para producir audiovisuales animados y alojarlos en el canal de sociodelosmedios en Youtube.

Programa de diseño y producción

El programa de diseño y producción para la primera intervención se compone de las siguientes etapas:

1 – Definición de la estructura de los textos: Aquí se definen las partes que debe tener cada uno de los escritos provistos por el docente.

2 – Creación del canal: Se define la creación del canal de Youtube oficial de Sociomedios Ues. Se define su aspecto visual y las características del lenguaje utilizado.

3 – Redacción de los textos para cada autor: Se obtienen los textos redactados para cada autor con las especificaciones obtenidas del primer punto.

4 – Desarrollo de los guiones multimedia: Aquí se establece un cuadro de doble entrada para cada autor. En el cuadro figuran los textos obtenidos como la locución del audiovisual, y la descripción de los elementos gráficos que se suceden en la presentación.

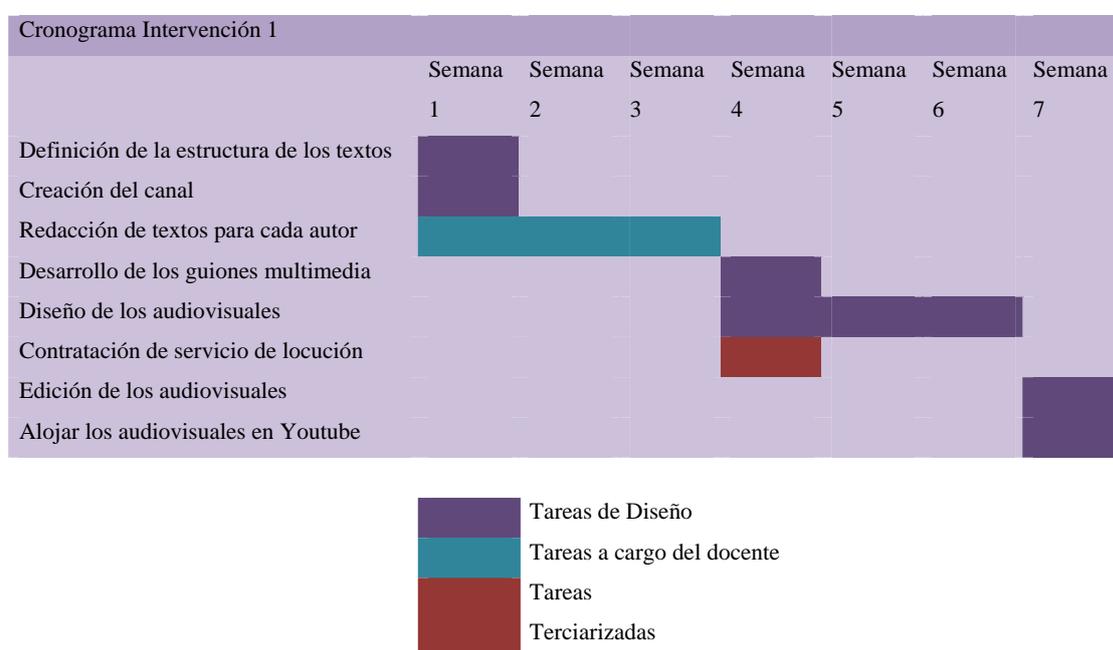
5 – Diseño de los audiovisuales: Primero, se definen los elementos morfológicos, tipografías y colores. Luego, en base a la interpretación de los textos y por medio de analogías visuales, se ilustra cada sección de la narrativa en formas gráficas.

6 – Contratación de servicios de locución: Los resúmenes obtenidos serán transferidos a un tercero que brinde servicios de locución para poder lograr el tono coloquial deseado en la enunciación.

7 – Edición de los audiovisuales: Con las imágenes generadas para cada instancia de la presentación, se está en condiciones de editarlas junto con el audio y música ambiental.

8 – Alojamiento de los audiovisuales en Youtube: Con el producto terminado, se especifican los pasos para publicar los audiovisuales en el sitio y obtener el enlace correspondiente para cada uno.

En el siguiente Diagrama, se puede observar la distribución temporal de las etapas en un período de 7 semanas:



Desarrollo del programa de diseño y producción

Semana 1

1 – Definición de la estructura de los textos

A continuación, presentamos una serie de características que deben considerarse en los resúmenes generados para el desarrollo de los audiovisuales infográficos:

- La extracción de los textos de cada autor debe efectuarse a partir de la bibliografía oficial de la materia. En nuestro caso son extraídos de “Teoría Sociológica clásica” de George Ritzer.
- El texto no debe exceder la cantidad de 600 palabras, ni tener menos de 500. Tal extensión garantiza una duración de entre 4 y 5 minutos en la enunciación.
- El texto debe tener estructura narrativa tradicional: Introducción, en el caso de tratar el desarrollo de obras de autores específicos, las referencias temporales y geográficas deben estar incluidas; desarrollo, que incluya la descripción de al menos 3 conceptos fundamentales; y conclusión, donde se mencione la importancia del autor con respecto a su influencia histórica o la profundidad y repercusión de su obra.
- Los párrafos deben distinguirse unos de otros en forma de conceptos definidos y no deben ser más de 15 en total.
- La presencia de datos curiosos, irónicos, o información adicional que no refiera con exclusividad a la comprensión de la teoría, es un aporte esencial para contribuir a la pregnancia de los mensajes gráficos.

2 – Creación del canal

Uno de los recursos de comunicación más importantes identificados en la red social facebook, es la capacidad de publicar videos como parte del contenido dinámico del muro. Los audiovisuales deben estar alojados previamente en el sitio Youtube para poder funcionar a modo de enlace, aunque con la capacidad de visualizarse a través de la interfaz de facebook.

Por su parte, Youtube ofrece el servicio creación de canales. Un canal es un espacio que el usuario registrado puede personalizar, tanto en su aspecto visual como en su contenido. Los elementos que componen un canal de Youtube son:

- Perfil: Aquí se presentan los datos personales de la cuenta y la imagen que lo representa como usuario. Figuran datos como nombre y apellido, reproducciones totales de los videos subidos, edad, país, intereses, entre otros.
- Videos subidos: Una lista de audiovisuales publicados por el usuario.
- Favoritos: El usuario del canal puede agregar a una lista de favoritos los videos publicados por otros.
- Suscripciones: otros canales a los que se ha suscripto el usuario.
- Suscriptores y amigos: otros usuarios que participan del canal.
- Comentarios sobre el canal: los suscriptos pueden escribir comentarios en el canal de otros usuarios.

Crear cuenta

Para la creación de un canal, es requerimiento poseer una cuenta en el sitio. Para crear una cuenta se debe acceder a “Crear cuenta” en el extremo superior derecho del sitio.

Dirección de correo electrónico:

Nombre de usuario:

Nombre de usuario disponible
Los nombres de usuario sólo pueden contener letras (de la A a la Z) o números (del 0 al 9).
[Comprobar disponibilidad](#)

Ubicación:

Fecha de nacimiento:

Sexo: Hombre Mujer

Permitir que otros usuarios encuentren mi canal en YouTube si tienen mi dirección de correo electrónico

Me gustaría recibir, de forma ocasional, comunicaciones por correo electrónico relacionadas con noticias que YouTube considere que pueden interesarme.

Términos de uso: Revisa las Condiciones de servicio de Google y los Términos de uso de YouTube a continuación:

1. Su relación con YouTube

Si subes material que no te pertenece, estarás infringiendo los derechos de copyright y la ley. Además tu cuenta se eliminará.

Al hacer clic en "Acepto" a continuación, aceptas los Términos de uso de YouTube, las Condiciones del servicio de Google y la Política de privacidad.

Una vez creada la cuenta, se puede configurar su aspecto visual y comenzar a publicar videos, compartirlos, agregar favoritos, efectuar suscripciones y personalizar el perfil.

Cabe señalar, que a los efectos de este trabajo, se llevará a cabo la creación de una cuenta en el sitio y la configuración de un canal exclusivo para la materia, en fin de indicar los procedimientos necesarios para el cumplimiento de los objetivos de aplicación.

Definición de los aspectos visuales

En primer lugar, debemos acceder a las opciones de usuario en la parte superior derecha del sitio para acceder a las opciones de la cuenta. Allí podremos indicar una imagen de perfil para que los demás usuarios nos identifiquen por medio de un avatar específico:



Justificación del diseño

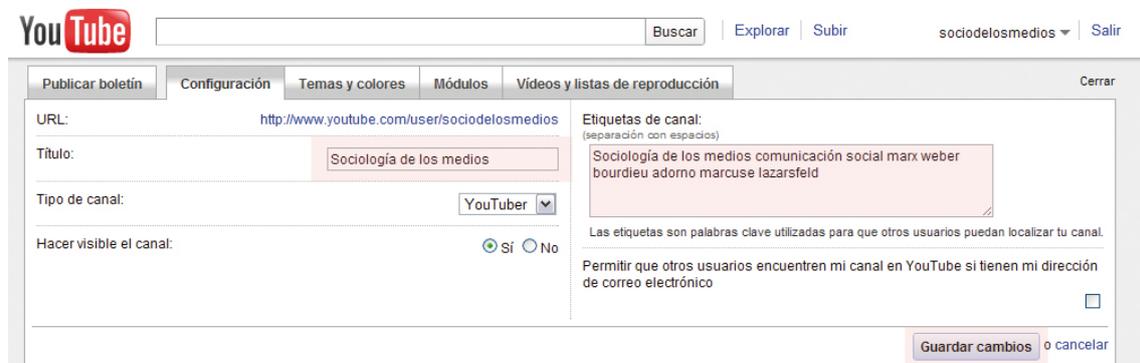


Se busca representar el dinamismo de la secuencia de pasos que el alumno tuvo que recorrer antes de llegar a nuestro canal. Por su parte, el lenguaje coloquial utilizado, deviene de la señalización de un espacio de distensión, en el que se busca incentivar la curiosidad más que el aprendizaje.

Luego de definir el perfil, vemos que una de las opciones sugeridas al ingresar a una nueva cuenta es la de personalización del diseño del canal. La interfaz de la cuenta creada recientemente se presenta de la siguiente manera:

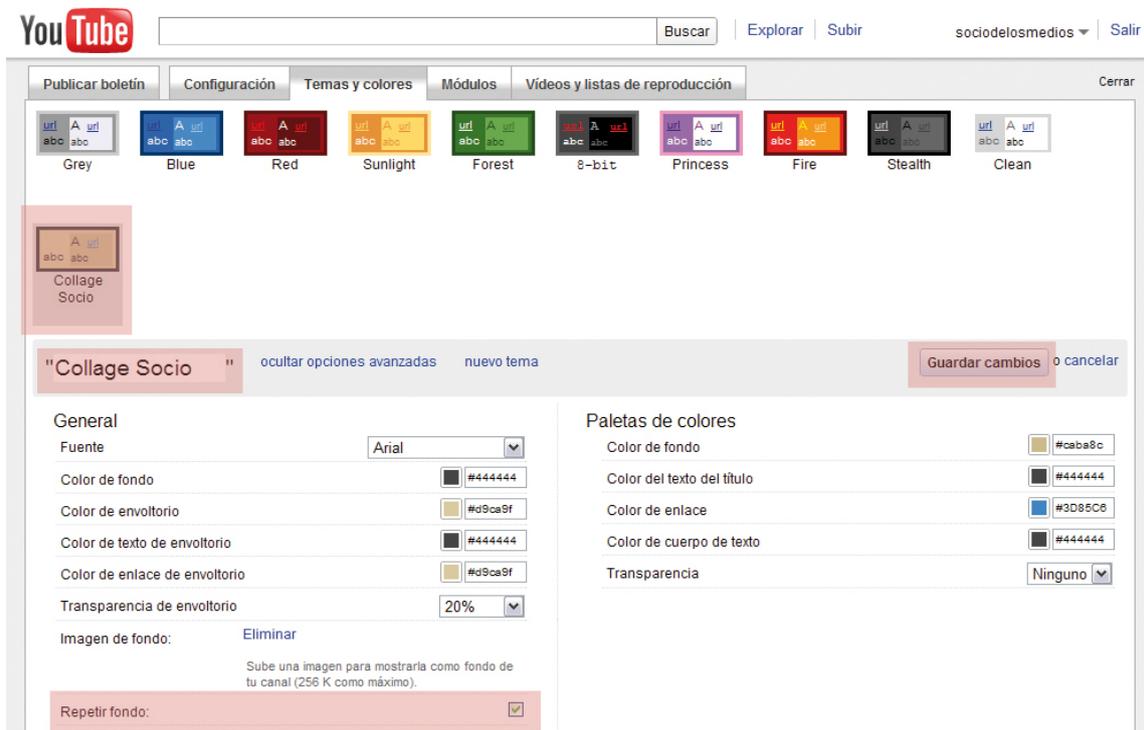


La permanencia en la cuenta bajo el nombre de usuario correspondiente (sociodelosmedios) nos permite acceder a una serie de variables de configuración. Para la modificación de su aspecto visual, se debe ingresar al panel “configuración”, ubicado en el panel superior. Al ingresar al panel, se presentan las siguientes opciones:



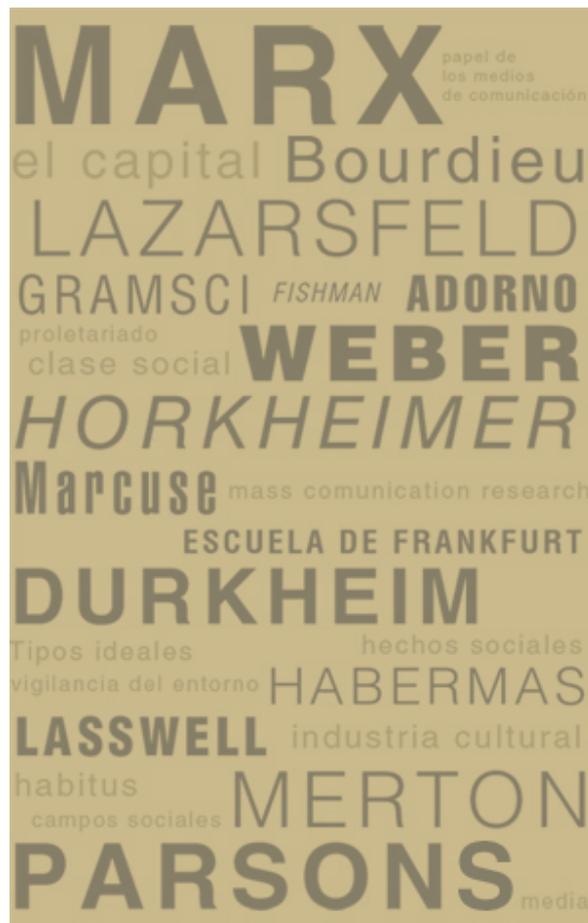
- URL: nos proporciona el enlace para acceder al canal que pertenece al usuario sociomedios.
- Título: Un campo puede ser completado con el nombre que el usuario desea que sea el título del canal en Youtube.
- Etiquetas del canal: Aquí se ingresan las palabras clave que funcionan a modo de etiquetas de búsqueda para futuros suscriptores, usuarios, amigos o aficionados.
- Guardar cambios: Tras finalizar el formulario, se deben guardar los cambios para que permanezca la configuración deseada.

Luego de la configuración de los aspectos generales, podemos acceder a la pestaña “Temas y colores” para continuar con la definición del aspecto visual de nuestro canal. Las opciones disponibles son las siguientes:



- En primer lugar, se ofrece una serie de configuraciones de color previamente determinadas. En nuestro caso, accedemos a la opción “mostrar opciones avanzadas” y allí obtenemos las siguientes opciones:

- “nombre de la configuración”: ésta puede guardarse con un nombre determinado para reconocerla entre las predeterminadas.
- General: Aquí se configura la paleta de colores que identifica al sitio y la tipografía deseada. Las variables de color de fondo; color de envoltorio; color de texto y color de enlace pueden asignarse según una paleta propuesta por la aplicación, o puede insertarse el código correspondiente a cualquier color RGB obtenido en un programa de diseño.
- Imagen de fondo: En esta sección podemos indicar que el fondo tenga un color definido y plano, o bien podemos generar una imagen a modo de patrón de repetición en mosaico. Para el usuario sociodelosmedios se ha defendido el siguiente patrón de repetición:



Justificación del diseño

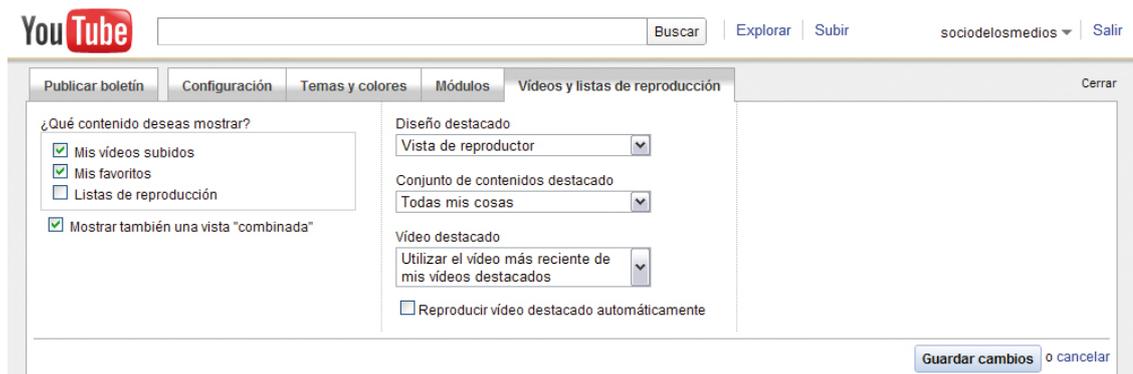
El canal de Televisión abierta Encuentro emite el programa “filosofía aquí y ahora”, conducido por José Pablo Feinman. El programa se emite con una intención en dos direcciones: “no sólo se propone revisar las preguntas fundamentales que formularon grandes filósofos, como Descartes, Kant, Hegel, Heidegger, Marx o Sartre, sino también permitir que la reflexión filosófica aflore como una actitud ante el mundo que nos rodea.”⁵

El aspecto que otorga la paleta cromática, la composición tipográfica y los autores sociológicos seleccionados, resulta similar al que utiliza el programa. De esta manera, se intenta asociar el posicionamiento que el programa precedió en el área del pensamiento, con la propuesta en Youtube.

Una nueva opción en la definición del aspecto visual del canal es “Módulos”, que permite indicar en diferentes casillas los diferentes módulos que se desean incorporar en la visualización de la interfaz, tales como amigos; grupos; suscripciones; comentarios; fechas de eventos, entre otros.



Por último, la opción “Videos y listas de reproducción” permite activar el contenido que se desea mostrar, y una serie de opciones de visualización alternativas.



⁵ Fuente: Sitio web del canal Encuentro, sección Programación: www.encuentro.gov.ar

Luego de personalizar todas las opciones disponibles en la configuración visual y perceptual de nuestro canal, presentamos su aspecto visual definitivo, que se presenta como la interfaz gráfica oficial de publicación y difusión de audiovisuales de la materia sociología de los medios de comunicación social.

La interfase que se muestra a continuación, es la que se puede visualizar como usuario regular de Youtube, sin necesidad de poseer una cuenta. El enlace para acceder al canal es:
www.youtube.com/sociodelosmedios

Sociología de los medios

Canal de sociodelosmedios [Suscribirse](#) [Todos](#) [Videos subidos](#) [Favoritos](#)

EL HOMBRE PIENSA

Videos subidos (0) [ver todo](#)

Favoritos (2)

- [José Pablo Feinmann - Karl Marx - El Capital - documental - 33937 reproducciones](#)
- [Filosofía Aquí y Ahora: Capítulo 1 - Parte 1 - CartuchoXp - 20716 reproducciones](#)

Información

Filosofía Aquí y Ahora: Capítulo 1 - Parte 1

De: CartuchoXp | 22 de junio de 2009 | 20716 reproducciones

"Filosofía Aquí y Ahora", conducido por José Pablo Feinmann en el canal Encuentro.

Más capítulos: <http://www.filosofiaaquiyahora.com.ar>

[Ver comentarios, videos relacionados y mucho más](#)

[Me gusta](#) [Compartir](#)

Comentarios sobre el canal (1)

[sociodelosmedios](#) (hace 3 horas)

Bienvenidos al canal de Sociología de los medios.

[Añadir comentario](#)

Perfil

Nombre: Socio de los Medios

Reproducciones del canal: 2

Información

Filosofía Aquí y Ahora: Capítulo 1 - Parte 1

De: CartuchoXp | 22 de junio de 2009 | 20716 reproducciones

"Filosofía Aquí y Ahora", conducido por José Pablo Feinmann en el canal Encuentro.

Más capítulos: <http://www.filosofiaaquiyahora.com.ar>

[Ver comentarios, videos relacionados y mucho más](#)

[Me gusta](#) [Compartir](#)

Actividad reciente

- [sociodelosmedios ha marcado un video como favorito](#) (hace 2 horas)
- [sociodelosmedios ha marcado un video como favorito](#) (hace 3 horas)
- [sociodelosmedios se ha suscrito a emiliocantoni](#) (hace 22 horas)

Comentarios sobre el canal (1)

[sociodelosmedios](#) (hace 3 horas)

Bienvenidos al canal de Sociología de los medios.

[Añadir comentario](#)

Perfil

Nombre: Socio de los Medios

Reproducciones del canal: 2

Reproducciones totales de videos subidos: 0

Antigüedad: 16 de noviembre de 2010

País: Argentina

Empresas: Universidad Empresarial Siglo 21

Semana 1 a 3

3 – Redacción de los textos

En el período correspondiente a las 3 primeras semanas, se debe establecer contacto con la profesora de la materia en fin de establecer las pautas para la realización de los textos detallada en la primera etapa.

Los textos obtenidos en esta etapa, se presentan directamente en el guión multimedia de la próxima etapa. Los textos completos se presentan en el anexo 3.

Semana 4

4 – Desarrollo de los guiones multimedia.

Los guiones están compuestos en 2 columnas. En la primera se presenta el resumen de cada autor obtenido en la etapa anterior. Los escritos en esta columna representan el audio que se despliega a lo largo de la presentación.

La siguiente columna representa la explicación de los elementos visuales, que se sucederán ilustrando el audio que guía la presentación.

A continuación, se presentan los cuadros de doble entrada elaborados para cada autor:

KARL MARX – Guión multimedia

Karl Marx	
Audio	Video
Karl Heinrich Marx nació en 1818 en la ciudad de Tréveris, la más antigua ciudad de Alemania. Karl era uno de 7 hermanos, hijos de una familia de clase media.	Introducción con texto Karl Marx. Ingresa mapa de Europa con una mano que lo empuja hacia el lienzo. Aparece el año 1818 sobre el mapa, resalta el contorno de Alemania con Tréveris señalado. Ingresan 6 personajes genéricos y el séptimo es la figura de Marx por detrás del mapa.

<p>Desde una edad temprana mostró su interés por la filosofía y el mundo del pensamiento. Aunque sus primeros pasos tuvieron que ver con el derecho, luego decidió dejarlo para estudiar filosofía en Berlín, donde obtuvo su doctorado.</p>	<p>Ingresa al lienzo imagen de Marx joven y a su lado las palabras “filosofía” y “mundo del pensamiento”. Al finalizar, se retiran y aparece la dama de la justicia y cae su balanza, luego desaparece. Ingresa al lienzo desde abajo el Reichstag y cae sobre su cúpula un birrete.</p>
<p>La obra de Marx se caracteriza por utilizar con audacia, rasgos irónicos en sus apreciaciones sobre los sistemas económicos y las relaciones de poder, sobre todo cuando se refiere a la naturaleza vampírica del capitalismo.</p>	<p>Ingresa el texto “La obra de Marx se caracteriza por utilizar rasgos irónicos de los sistemas económicos y las relaciones de poder” Luego “naturaleza “VAMPÍRICA” del capitalismo. En simultáneo con “vampírica” hace una aparición un vampiro en traje de ejecutivo.</p>
<p>La postura de pensamiento adoptada por Marx, tomada de su contemporáneo Hegel, es la dialéctica. Un pensador social dialéctico, jamás se centra en una unidad social aislada.</p>	<p>Ingresa hacia arriba la palabra “dialéctica” y luego debajo de ella con la misma transición “Hegel”. Comienzan a aparecer bustos de personajes históricos representativos de culturas diversas: Montezuma, Carlomagno, Personajes andinos de ambos géneros, Ramsés y Gengis Kahn.</p>
<p>Lo que hizo Marx, fue aplicar la lógica comparativa en el mundo material de las relaciones sociales. Es este enfoque lo que lo distingue de sus antecesores dialécticos.</p>	<p>Ingresa al centro del lienzo las palabras “Dialéctica” y las frases “en el mundo material” “de las relaciones sociales” por separado.</p> <p>Luego, sobre la fila superior e inferior del lienzo comienzan a incorporarse objetos cotidianos en un mismo estilo de dibujo tradicional en un solo tono con líneas simples.</p>

<p>El pensamiento de Marx se distingue de la mayor parte del pensamiento sociológico porque su análisis dialéctico se ocupa de la dirección futura hacia la que se proyecta la sociedad. Es decir, contempla una relación causa – efecto bidireccional, puesto que se ocupa de fenómenos sociales del pasado y es capaz de anticipar los hechos futuros de forma predictiva en servicio de la acción. Esta perspectiva es lo que hace que nuestro pensador tenga interés sobre las raíces históricas del mundo contemporáneo.</p>	<p>En una primera instancia, comienza a redactarse por partes el texto “el pensamiento de Marx se distingue de la mayor parte del pensamiento sociológico porque su análisis dialéctico se ocupa de la dirección futura hacia la que se proyecta la sociedad.” Luego, aparece un botón de desplazamiento inferior y la misma mano del primer párrafo presiona el botón que lleva hacia la toma siguiente. En esta toma aparece el título “Relación causa efecto bidireccional” como un sticker desde la izquierda y debajo el cuadro dialéctico de Ritzer con la misma transición. Se retiran todos los elementos hacia el fondo y comienzan a emerger construcciones que representan la arquitectura mundial histórica. Sobre los edificios el título “raíces históricas del mundo contemporáneo”.</p>
<p>Marx critica puntualmente la estructura de la sociedad capitalista. Considera que el capitalismo, así como las formas anteriores de sociedad, resultaban un entorno opresivo para el óptimo desarrollo de las personas. Se refiere al potencial absoluto de los seres humanos, condicionado en su desarrollo por estar inmerso en una sociedad capitalista, que no garantiza una distribución equitativa de las riquezas, ni permite a los individuos desarrollarse en plenitud.</p>	<p>Sobre el color más oscuro de la composición ingresa el texto “estructura de la sociedad capitalista” en el color que provea el mayor contraste entre ambos. El texto es reemplazado por “Capitalismo” y “sociedad capitalista” a su vez se conforma una pirámide de 3 elementos con el signo monetario en su cima.</p> <p>Todos los elementos ejercen presión sobre una serie de personajes que terminan la composición triangular en la parte inferior y son aplastados.</p> <p>Por último, un personaje con 3 barras de potencial sobre su cabeza es tapa por una pared alambrada y un paisaje industrial en el que ingresan como en una línea de producción una serie de personajes movidos por un engranaje en rotación constante.</p>
<p>En su teoría, la actividad humana resulta un aspecto central. Es en el trabajo humano, como condición de sociabilidad, donde nos apartamos del análisis de la conciencia y nos ocupamos de lo objetivo. La actividad humana</p>	<p>En una primer filmina, aparecen las frases “Actividad humana”, “trabajo de las personas” y “condición de sociabilidad” en el centro del lienzo de forma progresiva. Sobre la base de la composición una serie de siluetas ejerciendo</p>

<p>es la objetivación, la acción deliberada del hombre en la naturaleza en relación de apropiación y producción de bienes materiales. Esta actividad involucra la creatividad como factor propio del acto de producción. Es en el trabajo donde el ser humano demuestra al máximo su potencial de ser.</p>	<p>diferentes actividades van apareciendo una a una. En la segunda parte, cambia el color del fondo hacia el más oscuro de la paleta y aparece la palabra “objetivación” en el sector inferior. Sobre ella, comienza a desplegarse una ecuación compuesta por un personaje, al que se le suma un hacha con la palabra “creatividad”. A su lado un árbol antes del signo igual, que separa a todos de una hoguera.</p> <p>En una tercera instancia aparece un personaje con 1 banda superior que representa el potencial de ser junto a una hoguera. A su lado la frase “Es en el trabajo humano donde el ser humano demuestra al máximo su potencial de ser”.</p>
<p>La crítica que Marx elabora tiene que ver con el propósito de la actividad real de las personas sujetas al sistema capitalista. El incentivo del trabajo en sociedad se vuelve confuso en función de fines lucrativos. La adquisición de dinero, un elemento simbólico fundamental en el capitalismo, no representa en sí mismo una verdadera satisfacción de necesidades humanas.</p>	<p>Ingresan hacia la parte superior de la composición las palabras “actividad real” “de las personas sujetas al sistema capitalista” e “INCENTIVO” (que se vuelve difuso). Debajo, personajes de ambos géneros se distancian por la acción de signos pesos. Al finaliza la composición, cae una lágrima del rostro del hombre.</p>
<p>Su descripción de las estructuras del sistema, arroja conceptos fundamentales para comprender la profundidad de su obra:</p> <ul style="list-style-type: none"> - En la plusvalía, el excedente generado por los trabajadores, es obtenido finalmente por los dueños de los medios de producción. 	<p>La palabra plusvalía aparece con efecto de tipeo. Luego aparece en dibujo vectorial un personaje con hacha y 3 árboles generando un paisaje rural. Se genera una pila de leña que atrae a un empresario con corbata. Le quita la leña en un camión y se retira.</p>
<p>-La alienación produce en el trabajador una relación de distanciamiento con respecto a su actividad productiva. Su trabajo le resulta extraño, el resultado de su actividad no le</p>	<p>La palabra alienación se presenta en el centro superior del lienzo. Un trabajador se distancia de su creación. La palabra “extraño” ingresa de forma extraña en la composición y una mano se</p>

pertenece.	roba el producto.
-La reificación , como el proceso por el cual se cree que las formas sociales humanamente creadas son naturales y absolutas. Como resultado, llegan a adquirir tales características. Una persona llega a creer que las estructuras sociales están fuera de su control y son inalterables.	Inicia con la palabra “reificación”. Un piso emerge con edificios representantes de distintos dogmas, culturas y sistemas económicos que rodean a un personaje. El personaje se empequeñece y una banda horizontal ingresa tapando la composición con la palabra “inalterables” en los colores de mayor contraste.
La obra de Marx no solo se trata de una filosofía, sino que también resulta una fuerza social transformadora. Su influencia histórica merece ser reconocida y su vigencia en el campo del pensamiento, aún permanece intacta.	Una caricatura de Marx aparece en el sector derecho. Las palabras “filosofía”, “fuerza social transformadora” e influencia histórica aparecen en el lienzo con un contexto gráfico representativo de cada uno. Las transiciones finales presentan su nombre, la dirección del canal de sociomedios en Youtube y el logo de UES 21.

EMILE DURKHEIM – Guión multimedia

Audio	Video
Émile Durkheim nació en 1858 en la ciudad de Espinal, Francia. De adolescente, se sintió insatisfecho, no solo con su formación religiosa, sino también con la educación general que había recibido.	Ingresar al lienzo un mapa de Europa, en el que comienzan a incorporarse el estado de Francia, la ciudad de Espinal, la cifra 1858. A su derecha ingresa un sticker de Durkheim y sobre él la estrella de David junto a 3 libros.
Ansiaba aprender los métodos científicos y los principios morales que guiaban la vida social. Se negó a estudiar una carrera tradicional de filosofía y en su lugar se esforzó por conocer los requerimientos para contribuir a la	Aparecen los textos “filosofía”, “vida social” y “métodos científicos”. Se suma un erlenmeyer con una reacción química animada. Se tacha la palabra filosofía e ingresa “contribuir a la dirección moral de la sociedad” junto a una

<p>dirección moral de la sociedad.</p> <p>Durkheim afirmó que el objetivo distintivo de la sociología debía ser el estudio de los hechos sociales. Que los hechos sociales debían ser tratados como cosas, era de crucial importancia para distinguir la sociología de la filosofía.</p>	<p>multitud de personajes.</p> <p>La frase “hechos sociales” se transforma en un vehículo que se retira del lienzo. Luego aparecen las palabras “filosofía” y “sociología” en dos tipografías distintas que diferencian un concepto de otro.</p>
<p>También dijo que la sociedad era algo que estaba fuera y dentro del hombre al mismo tiempo, gracias a que este adoptaba e interiorizaba los valores y la moral de la sociedad. De esto se deriva que algunos se vean obligados a parámetros y límites con los que no están de acuerdo.</p>	<p>Un personaje central aparece rodeado de muchos otros pequeños que completan el lienzo hacia ambos lados. Luego, el personaje se enmascara con la multitud en su interior. Por último, ingresa una imagen del congreso de la nación y la silueta cortada en negro de una manifestación con pancartas y papel picado.</p>
<p>En palabras de nuestro autor, es un hecho social toda manera de hacer las cosas en una sociedad, que puede ejercer sobre las personas una presión externa y tiene una existencia propia, independientemente de sus manifestaciones individuales.</p>	<p>Dos personajes de ambos géneros ingresan en la izquierda izquierda y las palabras “Existencia propia” y “presión externa” a su derecha. Luego, el texto hecho social y la imagen del cuadro de Berni de manifestación presionan a los personajes hacia abajo.</p>
<p>A su vez, distinguía entre dos grandes tipos de hechos sociales: materiales e inmateriales:</p> <p>Los hechos sociales materiales son los más claros de ambos tipos, porque son entidades reales y materiales. Es el caso de algunos componentes que conforman la sociedad, como el estado, la distribución de la población, la arquitectura y los canales de comunicación.</p>	<p>“Hechos sociales Materiales” ingresa en el sector superior del lienzo y el subtítulo “entidades reales y materiales” debajo. Comienzan a incorporarse imágenes de sociedad, contorno de la rep. Argentina, el obelisco y el logo de Youtube.</p>

<p>Sin embargo, el núcleo de su sociología es el estudio de los hechos sociales inmateriales. Entre ellos podemos reconocer la moralidad, la conciencia colectiva, las representaciones colectivas y las corrientes sociales, o en términos más generales, la cultura. Veamos de qué se tratan:</p>	<p>“Hechos sociales Inmateriales” ingresa en la parte superior y comienzan a ilustrarse los conceptos con las imágenes de valores, costumbres, conciencia que abarca a muchas personas, la imagen del Che Guevara como representación colectiva y al final, en otro lienzo, la palabra cultura.</p>
<p>Para Durkheim, el concepto de conciencia colectiva es el conjunto de creencias y sentimientos comunes al término medio de los miembros de una sociedad, que forma un sistema determinado con vida propia.</p>	<p>Ingresa “conciencia colectiva” sobre el sector superior del lienzo y empiezan a sucederse elementos simbólicos de religiones del mundo que representen varios conceptos espirituales.</p>
<p>Por su parte, las representaciones colectivas, resultan estratos específicos o substratos de la conciencia colectiva que hace referencia a normas y valores adoptados por colectividades específicas, como la familia, la ocupación, el estado y las instituciones educativas y religiosas.</p>	<p>Ingresa “representaciones colectivas” y e subtítulo valores y normas debajo. Por debajo, al igual que la filmina anterior comienzan a ingresar elementos que ilustran los conceptos: una escuela, un trabajador, una familia, el estado argentino y una iglesia cristiana.</p>
<p>Además, propuso un concepto aún más específico: las corrientes sociales, hechos sociales inmateriales que carecen de forma cristalizada como en los hechos materiales, pero resultan igualmente objetivos e influyentes en los individuos.</p> <p>Podemos encontrar un ejemplo de corriente social en los grandes movimientos de masas guiadas por el entusiasmo, la indignación o la piedad.</p>	<p>Se presenta el título y debajo el texto en diferentes colores “hechos sociales inmateriales”; “que carecen de forma definida como los hechos materiales”; pero igualmente influyentes”; “en los individuos” “grandes movimientos de masas guiados por”. Las imágenes de una hinchada de futbol, una manifestación y una procesión ingresan al lienzo con la palabra correspondiente a cada tipo de corriente sobre la imagen.</p>

<p>Durkheim supone que la libertad de las personas está condicionada por su naturaleza social. Creía que los hombres se encontraban inclinados naturalmente hacia sus semejantes, hacia la fabricación de la sociedad en su conjunto, hacia sus costumbres e instituciones. Así, Durkheim propone una definición de libertad como un control externo de las pasiones individuales de cada persona. Para él, la libertad deviene de la internalización de una moralidad común que acentúa el significado de la independencia individual.</p>	<p>Ingresan en diferentes colores los textos “libertad de los hombres condicionada por su” y “naturaleza social”. Por debajo, en un mismo color para cada religión, personajes de ambos géneros se acercan al símbolo que corresponde a su ideología. Una línea de cada color representativo divide las comunidades e ingresa el texto “Libertad como control externo de las pasiones individuales”. Al finalizar, comienza otra filmina en la que ingresan personajes genéricos de distintos colores con la inscripción en su pecho de la religión correspondiente a su color.</p>
<p>En la totalidad de su obra, Durkheim ofreció una teoría más coherente que cualquiera de las que desarrollaron los demás teóricos clásicos de la sociología. Quienes están de su lado dirían que la claridad de su pensamiento se deriva de esta coherencia, al tiempo que sus críticos aducirían que esa claridad se debe a la relativa simplicidad de su teoría. En cualquier caso, es ciertamente más fácil penetrar en la esencia del pensamiento de Durkheim que en la de las reflexiones de otros teóricos clásicos.</p>	<p>En la última filmina, aparece una caricatura de Durkheim sobre la izquierda y comienza a ilustrarse el audio con tipografías representativas de las siguientes frases y conceptos: “Teoría sociológica más coherente que la de los demás clásicos”; “SIMPLICIDAD de su obra” y “Es más fácil penetrar en el pensamiento de Durkheim que en otros teóricos clásicos”.</p> <p>Las transiciones finales presentan su nombre, la dirección del canal de sociomedios en Youtube y el logo de UES 21.</p>

MAX WEBER – Guión multimedia

Audio	Video
<p>Max Weber nació en 1864 en la ciudad de Erfurt, Alemania. A la edad de 18 años abandonó su casa para asistir a la universidad y comenzar sus estudios en Derecho. Años más tarde, se convirtió en abogado, pero sus intereses</p>	<p>El índice de una mano empuja desde la parte inferior de la composición el mapa de Europa en el que comienzan a proyectarse el estado de Alemania, la ubicación de Erfurt, la cifra 1864 y un sticker con la imagen de Weber a</p>

<p>cambiarían hacia las preocupaciones del resto de su vida: economía, historia y sociología.</p>	<p>los 18 años. Por último ingresa una serie de objetos que hacen referencia al derecho. En otra composición, pero del mismo fondo, ingresan los textos “Economía, historia y sociología”.</p>
<p>Podemos pensar que Weber, prolífico escritor y complejo pensador, fue un sociólogo histórico, ya que tenía interés en identificar conceptos claros y distintivos en la historia, y con ellos poder representar un análisis causal de los fenómenos históricos.</p>	<p>Ingresa hacia el centro, un busto de Weber en Duotono. Debajo de él, las palabras “WEBER, escritor y pensador” Luego, un papel con aspecto de documento histórico ingresa por debajo con las palabras “sociólogo histórico”. Al finalizar la composición, comienza a taparse con barras verticales de fotografías con fenómenos históricos.</p>
<p>En este sentido, adoptó su propia perspectiva, en la que emplea como herramienta general de análisis, lo que él llamó tipos ideales.</p> <p>Un tipo ideal es un concepto construido por un sociólogo a partir de su interés y orientación teórica destinado a ser usado en el estudio de las porciones de la realidad histórica.</p>	<p>Sobre la esquina superior izquierda, se imprimen las palabras: “perspectiva propia”; “herramienta general de análisis” y “Tipos ideales”. Debajo y centrado “conceptos construidos para el estudio de la realidad histórica”. Debajo se despliega una línea de tiempo con los espacios correspondientes para cada hecho histórico presentado anteriormente.</p>
<p>Weber analiza puntualmente las características de la burocracia típico ideal, y considera que tiene estas características:</p> <p>- Consiste en una organización continua de cargos limitados por reglas.</p>	<p>Ingresa por debajo de la composición el texto “burocracia típico ideal, que permanecerá hasta el fin de la explicación de sus características. En la primera definición, sobre el título ingresan 13 personajes genéricos dispuestos en filas.</p>
<p>- Cada cargo tiene una esfera de competencias limitada. El cargo implica la obligación de realizar sus funciones, la autoridad para llevarlas a cabo y los medios de fuerza requeridos para hacer el trabajo.</p>	<p>Los primeros 4 personajes se visten de jardinero, los siguientes 6 se visten con mameluco, los siguientes dos con moño y el último personaje de traje.</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Los cargos están organizados en una jerarquía. - Los integrantes de cada cargo pueden requerir competencias especiales para poder ejercer su trabajo. - El personal que ocupa estos cargos no es dueño de los medios de producción a los que está vinculado. A los miembros se les suministra lo necesario para poder hacer su trabajo. - 	<p>Comienzan a distribuirse los 13 personajes en forma piramidal. Los jardineros pasan arriba de los de mameluco, los de moño sobre estos dos y el ejecutivo representa la cima de la pirámide. Al lado de cada rango, aparece una herramienta correspondiente para cada oficio.</p>
<p>Si tomáramos como tipo ideal la situación de los medios de comunicación en la Argentina actual, hallaríamos que existen varias diferencias evidentes con respecto a la situación de los medios correspondiente al gobierno de la década del 70.</p>	<p>El titular “tipo ideal de los medios de comunicación en Argentina” ingresa al centro superior. En la izquierda, el titular “actualidad” con imágenes representativas del gobierno actual y la ley de medios audiovisuales, sobre la derecha, el titular “década del 70” con imágenes representativas del gobierno de Videla y la ley de radiodifusión.</p>
<p>La sociología de Weber se basa en la concepción de lo que denominaba acción social. Estaba interesado en la acción de las personas que, a diferencia de la conducta, supone la intervención de procesos reflexivos entre el origen de un estímulo y la conclusión de la respuesta. Digamos que la acción está destinada a ocurrir cuando los individuos atribuyen significados a su comportamiento.</p>	<p>Sobre el matiz más claro ingresa el titular “acción social”. Luego, un personaje con la boca abierta y la viñeta exclamando “acción”. Un segundo personaje sentado en posición reflexiva, ingresa junto a los textos “a diferencia de la conducta” y “supone procesos reflexivos”. El tercer personaje ingresa con el cartel que dice “significado”.</p>
<p>Así, Weber identifica 4 tipos de acción social:</p>	<p>En bloques grandes de texto ingresan las palabras: “WEBER EXPLICA” “4TIPOS” “DE ACCIÓN SOCIAL”.</p>
<ul style="list-style-type: none"> - En la acción tradicional, a la que podemos interpretar como una costumbre o hábito, se habla de acciones conducidas por normas o principios en las que el componente racional se encuentra prácticamente ausente. La rutina 	<p>Se imprime el texto “acción tradicional: costumbres o hábitos” “normas y principios”. Un personaje espera el colectivo, cuando llega, se sube y desaparece del lienzo con los</p>

<p>colectiva, o el automatismo mecánico de la costumbre popular, son ejemplos de la acción tradicional.</p>	<p>pasajeros.</p>
<p>- En la acción afectiva, regida por la emoción, también se habla de una acción irracional. Pero este tipo de acción se define en base al estado emocional del actor, que puede estar guiado por el amor, la ira, la violencia, la ambición, e incluso la pasión.</p>	<p>Se imprime el texto “acción afectiva” “regida por la emoción” y “definida por el estado emocional del autor”. Debajo, con personajes de los simpsons, comienzan a ilustrarse el amor, la ira, la violencia, la ambición y la pasión.</p>
<p>- La racionalidad con arreglo a fines condiciona a una persona a actuar motivada por sus expectativas con respecto al comportamiento de otras personas u objetos del mundo exterior, y utilizando estas expectativas como medios para el logro de fines personales determinados racionalmente. Tal es el caso de la ciencia, que aplica la tecnología como medio de observación, demostración y divulgación de procesos racionales.</p>	<p>Empieza con el texto “racionalidad con arreglo a fines” sobre la parte superior. Debajo de él, los textos “Condiciona a la persona a actuar motivada por las expectativas” y “utiliza las expectativas como medios o fines”. Se ilustra el concepto de la ciencia con una lupa, un Erlenmeyer y una hoja de datos de divulgación.</p>
<p>- En la racionalidad con arreglo a valores, además de perseguir un fin racional, la acción está motivada por la presencia de un valor o una creencia. Este tipo de acción puede verse en los comportamientos vinculados a la ética, la religión o la ideología, y su motivo no tiene relación alguna con el resultado de la acción.</p>	<p>“Racionalidad con arreglo a valores” empieza sobre la parte superior. Luego el subtítulo “acción motivada por un valor o una creencia”. Se ilustran los conceptos con una flor entre engranajes para la ética, una cruz para la religión y un stencil de Che Guevara para ideología.</p>
<p>Max Weber ha tenido mucha más influencia en una amplia variedad de teorías sociológicas que cualquier otro teórico de la sociología. Esta influencia puede ser tachada de sofisticada, compleja, y algunas veces incluso de confusa. A pesar de estos problemas, la obra de Weber representa una fusión notable de la investigación histórica y la teoría sociológica.</p>	<p>Se ilustra el texto del audio a modo de titular hasta “sociología”. Luego ingresan las 3 descripciones de su teoría con tipografías representativas de cada concepto. Por último se añade, ocultando los adjetivos, un papel en color llamativo con la definición de la fusión. Las transiciones finales presentan su nombre, la dirección del canal de sociomedios en Youtube y el logo de UES 21.</p>

--	--

Semanas 4, 5 y 6

5 – Diseño de los audiovisuales

En esta etapa se muestra cada toma del guión multimedia en su resolución gráfica final. En la interpretación de cada párrafo se utilizan las técnicas de fotomontaje, dibujo vectorial, dibujo tradicional, modelado 3D, modelado en 2 dimensiones y Texto.

Por otro lado, las funciones audiovisuales que resultan de mayor interés en la composición gráfica de las secuencias son: Motivar; introducir una temática; presentar o transmitir información; reforzar (colaborar con el refuerzo del aprendizaje impartido en otro ámbito); y confrontar la realidad.

Selección de tipografías

La tipografía seleccionada para la composición de títulos, palabras clave, fechas, e ilustración de conceptos mencionados, es Clarendon LT Std en sus tres variantes: Roman, Bold y Light.

El criterio de selección de la fuente tiene que ver con los factores de legibilidad, composición en el plano, y disponibilidad de variantes de grosor y caracteres especiales.

Clarendon LT Std Roman

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz áéíóú
0123456789 !"#%&/()=?¡ú**

Clarendon LT Std Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

Clarendon LT Std Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Selección de paleta cromática

La elección de los colores para el desarrollo de los audiovisuales se rige en función de los siguientes criterios:

- Cada autor será identificado por una gama de 4 colores RGB característicos:

Karl Marx



Color 1 / R: 254 - G: 111 - B: 33

Color 2 / R: 255 - G: 232 - B: 170

Color 3 / R: 32 - G: 32 - B: 30

Color 4 / R: 51 - G: 148 - B: 139

Émile Durkheim



Color 1 / R: 25 - G: 148 - B: 128

Color 2 / R: 207 - G: 239 - B: 202

Color 3 / R: 32 - G: 32 - B: 30

Color 4 / R: 210 - G: 35 - B: 64

Max Weber



Color 1 / R: 136 - G: 73 - B: 188

Color 2 / R: 234 - G: 193 - B: 235

Color 3 / R: 32 - G: 32 - B: 30

Color 4 / R: 249 - G: 176 - B: 19

- En los extremos de cada paleta, se presentan sugeridos los colores complementarios: Azul y naranja en Marx; Verde y rojo en Durkheim y Violeta y amarillo en Weber. En los términos medios, se sitúa el color negro, compatible con todos los colores y un matiz del color principal, reducido hacia el blanco.
- El color principal, junto a su matiz más claro y el más oscuro funcionan como la identidad principal de cada infografía. El color restante funciona como recurso para distinguir información especial, conceptos relevantes, e incluso aportar en la definición de la identidad cromática de cada paleta.

Resolución gráfica del guión multimedia (storyboard)

Las capturas presentadas a continuación, representan la sucesión de las imágenes de transición, que luego serán editadas junto con las pistas de audio y la música ambiental en la etapa 7 de esta intervención. Cada toma se presenta con su respectivo momento narrativo especificado en el guión multimedia.

Storyboard para KARL MARX



Introducción. El texto "Karl Marx" se imprime sobre el centro de la composición.



Karl Heinrich Marx nació en 1818 en la ciudad de Tréveris, la más antigua ciudad de Alemania. Karl era uno de 7 hermanos, hijos de una familia de clase media.



Desde una edad temprana mostró su interés por la filosofía y el mundo del pensamiento.



Aunque sus primeros pasos tuvieron que ver con el derecho, luego decidió dejarlo para estudiar filosofía en Berlín, donde obtuvo su doctorado.



La obra de Marx se caracteriza por utilizar con audacia, rasgos irónicos en sus apreciaciones sobre los sistemas económicos y las relaciones de poder, sobre todo cuando se refiere a la naturaleza **vampírica** del capitalismo.



La postura de pensamiento adoptada por Marx, tomada de su contemporáneo Hegel, es la **dialéctica**. Un pensador social dialéctico, jamás se centra en una unidad social aislada.



Lo que hizo Marx, fue aplicar la lógica comparativa en el mundo material de las relaciones sociales. Es este enfoque lo que lo distingue de sus antecesores dialécticos.



El pensamiento de Marx se distingue de la mayor parte del pensamiento sociológico porque su análisis dialéctico se ocupa de la dirección futura hacia la que se proyecta la sociedad.



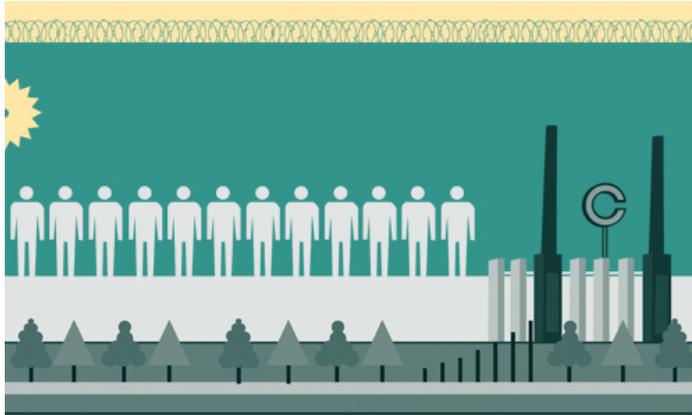
Es decir, contempla una relación causa – efecto bidireccional, puesto que se ocupa de fenómenos sociales del pasado y es capaz de anticipar los hechos futuros de forma predictiva en servicio de la acción. Esta perspectiva es lo que hace que nuestro pensador tenga interés sobre las raíces históricas del mundo contemporáneo.



Marx critica puntualmente la **estructura de la sociedad capitalista**. Considera que el capitalismo, así como las formas anteriores de sociedad, resultaban un entorno opresivo para el óptimo desarrollo de las personas.



Se refiere al potencial absoluto de los seres humanos, condicionado en su desarrollo por estar inmerso en una sociedad capitalista...



...que no garantiza una distribución equitativa de las riquezas, ni permite a los individuos desarrollarse en plenitud.



En su teoría, la **actividad humana** resulta un aspecto central. Es en el trabajo humano, como condición de sociabilidad, donde nos apartamos del análisis de la conciencia y nos ocupamos de lo objetivo.



La actividad humana es la objetivación, la acción deliberada del hombre en la naturaleza en relación de apropiación y producción de bienes materiales. Esta actividad involucra **la creatividad** como factor propio del acto de producción.



Es en el trabajo donde el ser humano demuestra al máximo su **potencial de ser.**



La crítica que Marx elabora tiene que ver con el propósito de la actividad real de las personas sujetas al sistema capitalista. El incentivo del trabajo en sociedad se vuelve confuso en función de fines lucrativos. La adquisición de dinero, un elemento simbólico fundamental en el capitalismo, no representa en sí mismo una verdadera satisfacción de necesidades humanas.



- En la **plusvalía**, el excedente generado por los trabajadores, es obtenido finalmente por los dueños de los medios de producción.



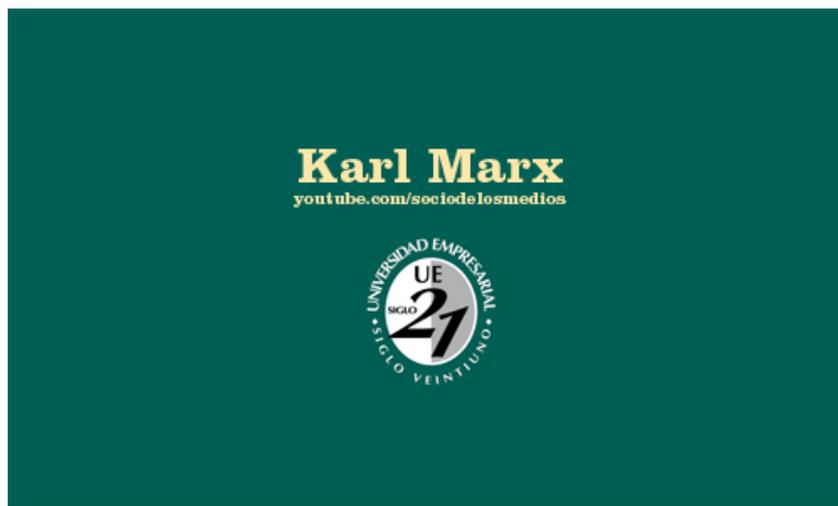
-La **alienación** produce en el trabajador una relación de distanciamiento con respecto a su actividad productiva. Su trabajo le resulta extraño, el resultado de su actividad no le pertenece.



-La **reificación**, como el proceso por el cual se cree que las formas sociales humanamente creadas son naturales y absolutas. Como resultado, llegan a adquirir tales características. Una persona llega a creer que las estructuras sociales están fuera de su control y son inalterables.

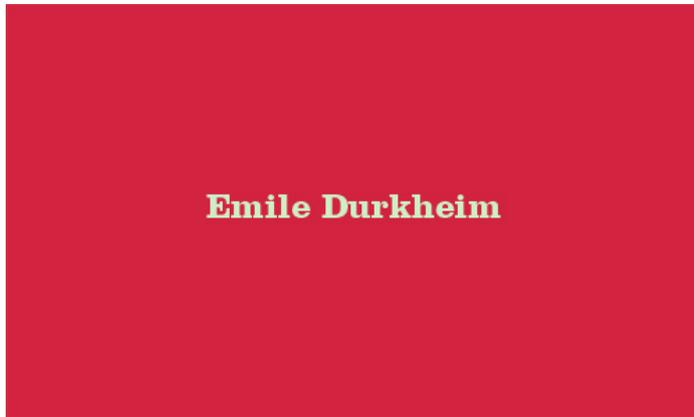


La obra de Marx no solo se trata de una filosofía, sino que también resulta una fuerza social transformadora. Su influencia histórica merece ser reconocida y su vigencia en el campo del pensamiento, aún permanece intacta.



(Print Final) Karl Marx – youtube.com/sociodelosmedios

Storyboard para EMILE DURKHEIM



Introducción. El texto "Emile Durkheim" se imprime sobre el centro de la composición.



Emile Durkheim nació en 1858 en la ciudad de Espinal, Francia. De adolescente, se sintió insatisfecho, no solo con su formación religiosa, sino también con la educación general que había recibido.



Ansiaba aprender los métodos científicos y los principios morales que guiaban la vida social. Se negó a estudiar una carrera tradicional de filosofía...



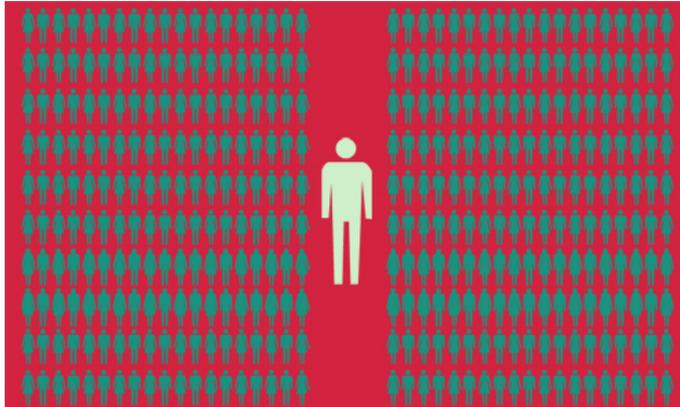
...y en su lugar se esforzó por conocer los requerimientos para contribuir a la dirección moral de la sociedad.



Durkheim afirmó que el objetivo distintivo de la sociología debía ser el estudio de los hechos sociales. Que los hechos sociales debían ser tratados como **cosas...**



...era de crucial importancia para distinguir la sociología de la filosofía.



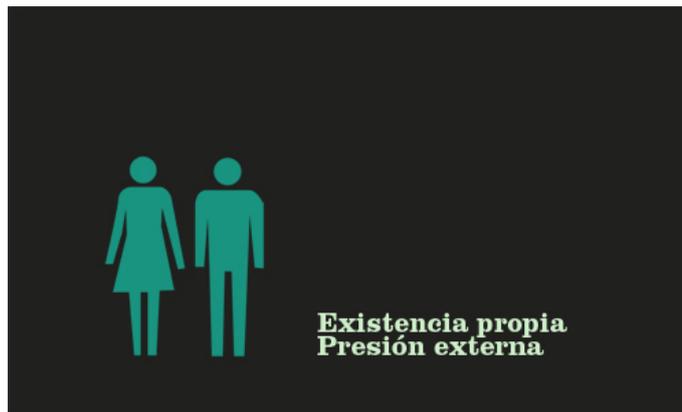
También dijo que la sociedad era algo que estaba fuera y dentro del hombre al mismo tiempo...



...gracias a que este adoptaba e interiorizaba los valores y la moral de la sociedad.



De esto se deriva que algunos se vean obligados a parámetros y límites con los que no están de acuerdo.



En palabras de nuestro autor, es un **hecho social** toda manera de hacer las cosas en una sociedad, que puede ejercer sobre las personas una presión externa y tiene una existencia propia, independientemente de sus manifestaciones individuales.



A su vez, distinguía entre dos grandes tipos de hechos sociales: materiales e inmateriales:



Los hechos sociales materiales son los más claros de ambos tipos, porque son entidades reales y materiales. Es el caso de algunos componentes que conforman la sociedad, como el estado, la distribución de la población, la arquitectura y los canales de comunicación.



Sin embargo, el núcleo de su sociología es el estudio de los hechos sociales inmatereiales. Entre ellos podemos reconocer la moralidad, la conciencia colectiva, las representaciones colectivas y las corrientes sociales...



o en términos más generales, la cultura. Veamos de qué se tratan:



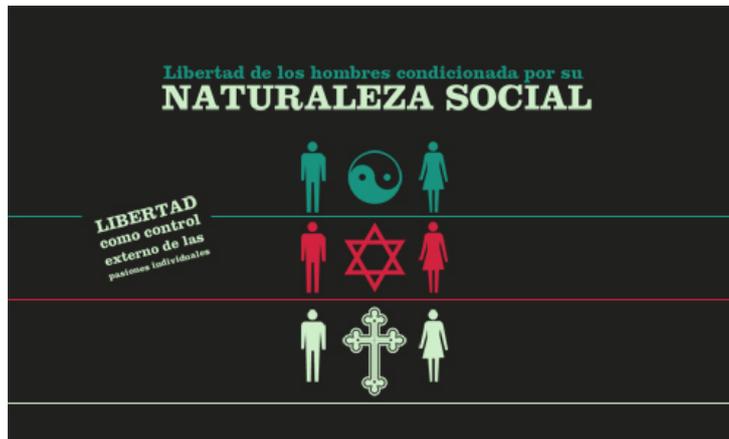
Para Durkheim, el concepto de **conciencia colectiva** es el conjunto de creencias y sentimientos comunes al término medio de los miembros de una sociedad, que forma un sistema determinado con vida propia.



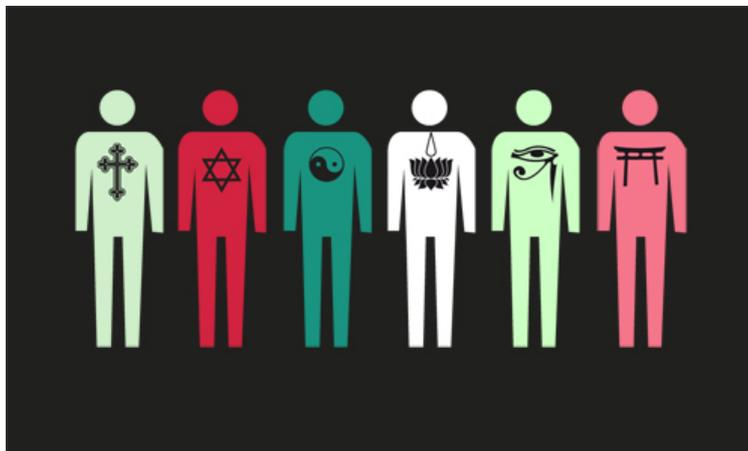
Por su parte, las **representaciones colectivas**, resultan estratos específicos o substratos de la conciencia colectiva que hace referencia a normas y valores adoptados por colectividades específicas, como la familia, la ocupación, el estado y las instituciones educativas y religiosas.



Además, propuso un concepto aún más específico: las **corrientes sociales**, hechos sociales inmateriales que carecen de forma cristalizada como en los hechos materiales, pero resultan igualmente objetivos e influyentes en los individuos. Podemos encontrar un ejemplo de corriente social en los grandes movimientos de masas guiadas por el entusiasmo, la indignación o la piedad.



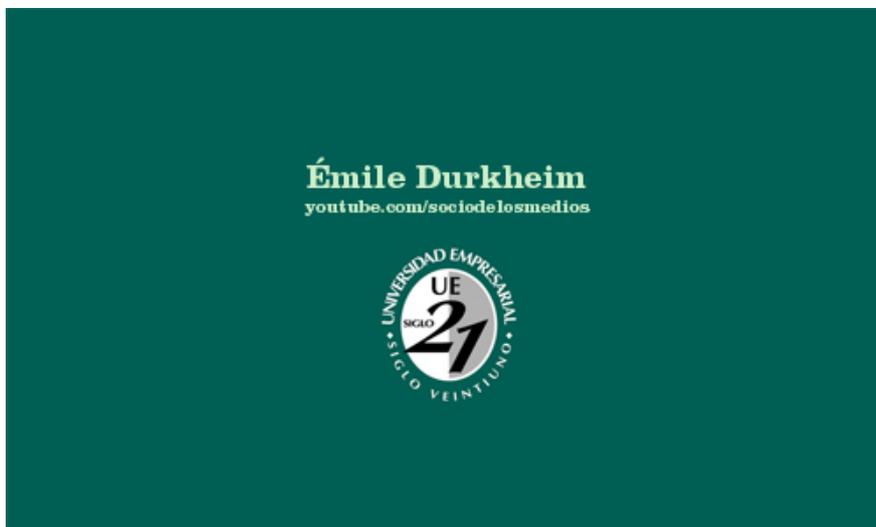
Durkheim supone que la libertad de las personas está condicionada por su naturaleza social. Creía que los hombres se encontraban inclinados naturalmente hacia sus semejantes, hacia la fabricación de la sociedad en su conjunto, hacia sus costumbres e instituciones. Así, Durkheim propone una definición de libertad como un control externo de las pasiones individuales de cada persona.



Para él, la libertad deviene de la internalización de una moralidad común que acentúa el significado de la independencia individual.

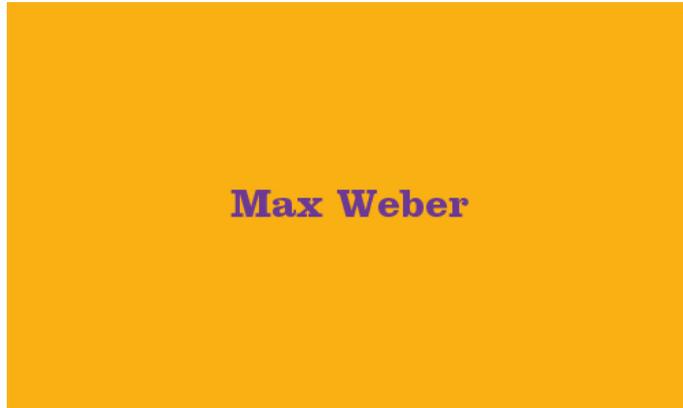


En la totalidad de su obra, Durkheim ofreció una teoría más coherente que cualquiera de las que desarrollaron los demás teóricos clásicos de la sociología. Quienes están de su lado dirían que la claridad de su pensamiento se deriva de esta coherencia, al tiempo que sus críticos aducirían que esa claridad se debe a la relativa simplicidad de su teoría. En cualquier caso, es ciertamente más fácil penetrar en la esencia del pensamiento de Durkheim que en la de las reflexiones de otros teóricos clásicos.



(Print Final) Emile Durkheim – youtube.com/sociodelosmedios

Storyboard para MAX WEBER



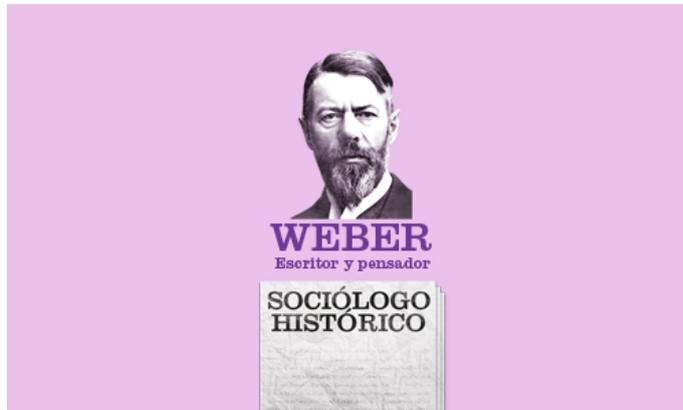
Introducción. El texto "Emile Durkheim" se imprime sobre el centro de la composición.



Max Weber nació en 1864 en la ciudad de Erfurt, Alemania. A la edad de 18 años abandonó su casa para asistir a la universidad y comenzar sus estudios en Derecho. Años más tarde, se convirtió en abogado, pero sus intereses cambiarían hacia las preocupaciones del resto de su vida...



...economía, historia y sociología.



Podemos pensar que Weber, prolífico escritor y complejo pensador, fue un sociólogo histórico...



ya que tenía interés en identificar conceptos claros y distintivos en la historia, y con ellos poder representar un análisis causal de los fenómenos históricos...



En este sentido, adoptó su propia perspectiva, en la que emplea como herramienta general de análisis, lo que él llamó **tipos ideales**. Un **tipo ideal** es un concepto construido por un sociólogo a partir de su interés y orientación teórica destinado a ser usado en el estudio de las porciones de la realidad histórica.



Weber analiza puntualmente las características de la burocracia típico ideal, y considera que tiene estas características: Consiste en una organización continua de cargos limitados por reglas.



Cada cargo tiene una esfera de competencias limitada. El cargo implica la obligación de realizar sus funciones, la autoridad para llevarlas a cabo y los medios de fuerza requeridos para hacer el trabajo.



Los cargos están organizados en una jerarquía.

Los integrantes de cada cargo pueden requerir competencias especiales para poder ejercer su trabajo.



El personal que ocupa estos cargos no es dueño de los medios de producción a los que está vinculado. A los miembros se les suministra lo necesario para poder hacer su trabajo.



Si tomáramos como tipo ideal la situación de los medios de comunicación en la Argentina actual, hallaríamos que existen varias diferencias evidentes con respecto a la situación de los medios correspondiente al gobierno de la década del 70.



La sociología de Weber se basa en la concepción de lo que denominaba **acción social**. Estaba interesado en la acción de las personas que, a diferencia de la conducta, supone la intervención de procesos reflexivos entre el origen de un estímulo y la conclusión de la respuesta. Digamos que la acción está destinada a ocurrir cuando los individuos atribuyen significados a su comportamiento.



Así, Weber identifica **4 tipos** de acción social:



En la *acción tradicional*, a la que podemos interpretar como una costumbre o hábito, se habla de acciones conducidas por normas o principios en las que el componente racional se encuentre prácticamente ausente. La rutina colectiva, o el automatismo mecánico de la costumbre popular, son ejemplos de la acción tradicional.



En la *acción afectiva*, regida por la emoción, también se habla de una acción irracional. Pero este tipo de acción se define en base al estado emocional del actor, que puede estar guiado por el amor, la ira, la violencia, la ambición, e incluso la pasión.



La **racionalidad con arreglo a fines** condiciona a una persona a actuar motivada por sus expectativas con respecto al comportamiento de otras personas u objetos del mundo exterior, y utilizando estas expectativas como medios para el logro de fines personales determinados racionalmente. Tal es el caso de la ciencia, que aplica la tecnología como medio de observación, demostración y divulgación de procesos racionales.



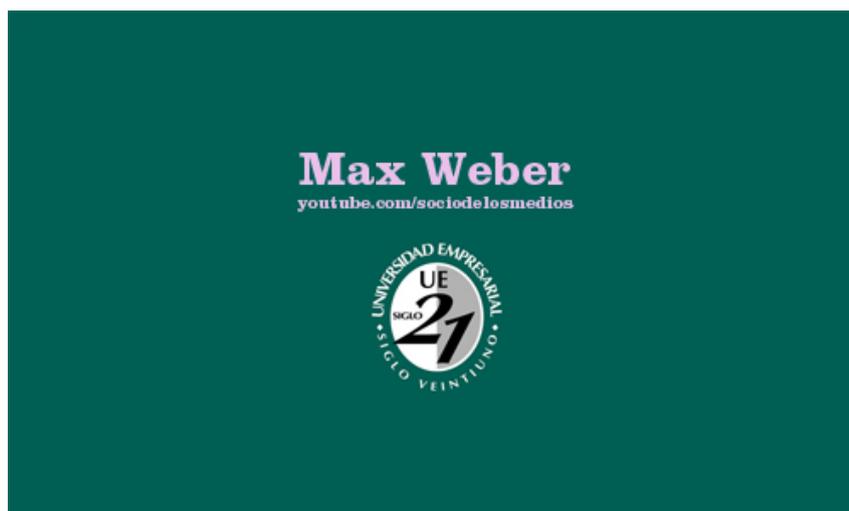
En la **racionalidad con arreglo a valores**, además de perseguir un fin racional, la acción está motivada por la presencia de un valor o una creencia. Este tipo de acción puede verse en los comportamientos vinculados a la ética, la religión o la ideología, y su motivo no tiene relación alguna con el resultado de la acción.



Max Weber ha tenido mucha más influencia en una amplia variedad de teorías sociológicas que cualquier otro teórico de la sociología. Esta influencia puede ser tachada de sofisticada, compleja, y algunas veces incluso de confusa.



A pesar de estos problemas, la obra de Weber representa una fusión notable de la investigación histórica y la teoría sociológica.



(Print Final) Max Weber – youtube.com/sociodelosmedios

Semana 4

6- Contratación de servicio de locución

El objetivo de esta etapa es obtener en formato de audio, el contenido de los textos redactados para cada autor. Es importante la presencia del diseñador en el proceso de grabación para solicitar las formas de enunciación en cada sección del texto, así como para indicar los conceptos sobre los que se desea enfatizar.

La ubicación cronológica de esta etapa tiene que ver con la posibilidad de crear con anterioridad los guiones. La disponibilidad del argumento gráfico en el momento de la grabación puede servir para indicaciones de interpretación.

Semana 7

7 – Edición de los audiovisuales

En este paso, la concreción de los objetivos de edición depende de la consecución de 3 acciones específicas:

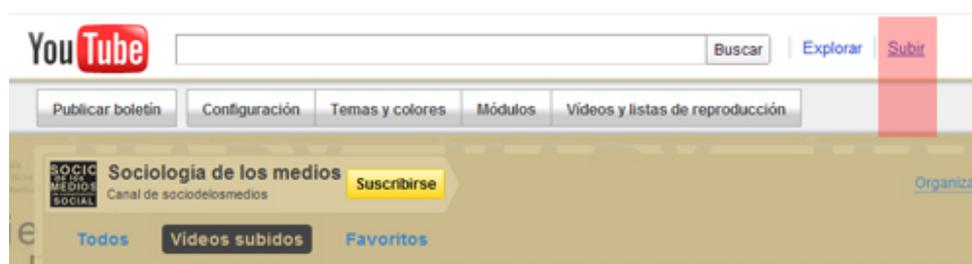
- 1 – Edición de sonido: Los textos grabados en la locución, son editados en un software de edición para producir una única pieza de audio y, de ser necesario, eliminar segmentos defectuosos. La extensión de la pista final obtenida, determinará el tiempo de duración de cada infografía.
- 2 Musicalización: Por medio de un software de edición musical, cuya interfaz permita incluir el audio de la locución, se podrá generar música ambiental que enfatice las partes enfáticas, dinamice las secuencias y distinga los conceptos a través de las variaciones tonales.
- 3 Edición audiovisual: En la etapa final, por medio de un programa de edición o post producción de video, se dota de animación a las imágenes obtenidas en el story board, junto con la música y las pistas de voz.

Semana 7

8 – Alojamiento de audiovisuales

Luego de haber completado cada etapa de la intervención, el último paso será alojar los videos en Youtube. En nuestro caso, esta tarea ha sido asignada como competencia propia de trabajo de diseño en fin de concretar la intervención. Sin embargo, esta tarea puede asignarse al docente para que la distribución de los contenidos sea administrada por él. A continuación, se describen los pasos para alojar los videos en el sitio Youtube, que pueden ser abordados por cualquiera de ambas partes:

1 – **Subir:** En la esquina superior derecha del canal de sociodelosmedios, se debe acceder a la opción “subir”.



2 - **Subir video:** El paso siguiente es seleccionar el audiovisual desde su ubicación en la base de datos correspondiente en el archivo personal.



3 – **Subida de archivo de video:** El último paso despliega un menú con opciones de configuración y denominación. Las opciones que presenta deben completarse para dotar a la infografía de identidad y reconocimiento en la búsqueda.

Subida de archivo de vídeo

 **Karl Marx / Sociodelosmedios** (1.43M)

 Tu vídeo aparecerá en un momento en:
<http://www.youtube.com/watch?v=Rm-4cAbRaMk>

Progreso de subida:  **100%** [Detalles de la subida](#)

Vista previa:     

Procesando 100% — Se ha completado el procesamiento.

Información del vídeo y configuración de privacidad

Título:

Descripción:

Etiquetas:

Categoría:

Privacidad: Público (cualquier usuario puede buscar y ver el vídeo; recomendado)
 Sin clasificar (cualquier usuario que disponga del enlace al vídeo puede verlo)
[Más información](#)
 Privado (solo determinados usuarios de YouTube pueden ver el vídeo)

Omitir por el momento

Opciones para compartir

URL:

Insertar:

- Progreso de subida: Una barra de carga con porcentaje nos indica cuando el audiovisual ha completado su progreso y se ha instalado en el canal.
- Vista previa: Una serie de imágenes en miniatura presentan una vista previa de la apariencia general de la infografía.

Información del video y configuración

Título: Karl Marx / Sociodelomedia

Descripción: Bienvenido a la infografía de Karl Marx para Sociología de los medios.

Etiquetas: Las etiquetas ayudan a los buscadores web a reconocer la existencia del audiovisual a través del ingreso de palabras clave que deben detallarse en este campo. (Marx, Sociología, medios, Karl, Capital, Plusvalía, Alienación, Reificación).

Categoría: Ciencia y tecnología.

Privacidad: Público.

Cuando las configuraciones se hayan completado con éxito, se deben guardar los cambios para que el video se aloje satisfactoriamente en el sitio. En la sección inferior se provee de un URL para el video que será la dirección web precisa para hallarlo con precisión.

YouTube

Buscar | Explorar | Subir | sociodelosmedios | Salir

Publicar boletín | Configuración | Temas y colores | Módulos | Vídeos y listas de reproducción

SOCIO de los MEDIOS SOCIAL Sociología de los medios [Suscribirse](#)

Canal de sociodelosmedios

Todos | Vídeos subidos | Favoritos



0:14 / 0:57 360p

OBJETIVACIÓN

Subí un video mostrando esa virtud que sólo **VOS TENÉS**

Telefónica

Anuncio

Videos subidos (1)

Karl Marx
1 reproducciones - hace 39 minutos

[ver todo](#) [organizar](#)

Favoritos (2)

José Pablo Feinmann
- Karl Marx - El docmstaza - 34974 reproducciones

Filosofía Aquí y Ahora: Capítulo 1 -
CartuchoXp - 22406 reproducciones

[ver todo](#) [organizar](#)

Karl Marx
De: sociodelosmedios | 06 de diciembre de 2010 | 0 reproducciones

[Me gusta](#) [Comentar](#)

[Ver comentarios, videos relacionados y mucho más](#)

SOCIO de los MEDIOS SOCIAL sociodelosmedios
Los visitantes de tu canal verán enlaces aquí, como "suscribirse" y "añadir como amigo".

Suscriptores [editar](#)

Amigos [editar](#)

Intervención 2 – Flyers promocionales

Objetivo General

Diseñar 3 flyers gráficos promocionales de cada autor de la sociología clásica.

Descripción

Se desarrollará una serie de 3 piezas gráficas que representen de forma atractiva algún aspecto de la obra de cada autor. Cada pieza será publicada junto a la presentación de los autores en Facebook, junto con el link de acceso a los audiovisuales.

Programa de diseño y producción

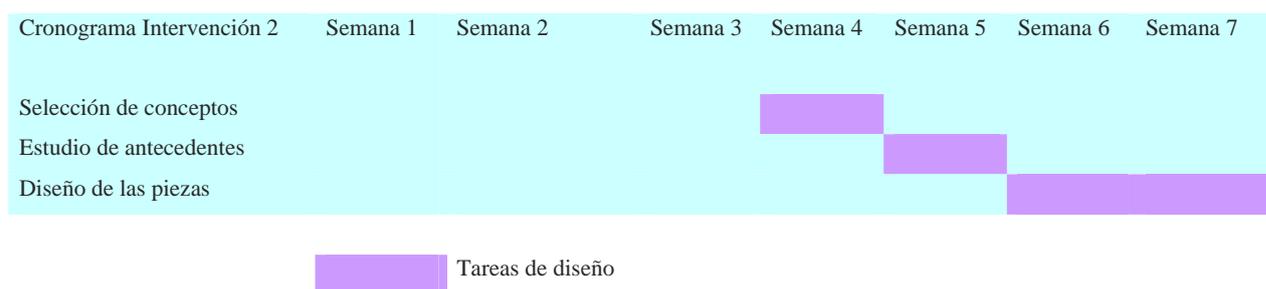
El programa de diseño y producción para la segunda intervención se compone de las siguientes etapas:

1 – Selección de conceptos: La primera instancia se destina a la elección de un aspecto representativo del pensamiento de cada autor. En esta etapa, se describen los conceptos extraídos de cada autor.

2 – Estudio de Antecedentes: Se define el estilo para la pieza gráfica y se realiza un análisis de antecedentes de piezas gráficas correspondientes a cada uno.

3 – Diseño de las piezas: Se desarrolla una propuesta de diseño gráfico para cada flyer en base a las características obtenidas.

En el siguiente Diagrama, se puede observar la distribución temporal de las etapas en el período de 7 semanas:



Semana 4

1 – Selección de conceptos

KARL MARX

“La batalla más grande de todos los tiempos”.

Fundamentación del concepto

La definición del mensaje que se desea transmitir para la promoción de este autor, deviene de la concepción de las ideas de Marx sobre las relaciones de poder a lo largo de la historia. Precisamente, la extracción del concepto se realiza en base al siguiente párrafo perteneciente a *El mundo de Sofía* de Jostein Gaarder:

“En todas las fases de la historia ha habido, según Marx, un antagonismo entre las dos clases sociales dominantes. En la sociedad de esclavitud de la antigüedad, el antagonismo estaba entre el ciudadano libre y el esclavo; en la sociedad feudal de la Edad Media entre el señor feudal y el siervo; y más adelante entre el noble y el burgués. Pero en la época del propio Marx, en lo que él llama una sociedad burguesa o capitalista y el obrero o proletario. Existe, pues, un antagonismo entre los que poseen y los que no poseen los medios de producción. Y como la “clase superior” no quiere ceder su predominio, un cambio sólo puede tener lugar mediante una revolución”. (Gaarder, 1994:485)

El concepto general que propone este fragmento de la obra de Marx, se refiere a una gran batalla histórica, una contienda dialéctica desplegada eternamente, susceptible de ser analizada en cualquiera de sus porciones, que desde la antigüedad se manifiesta y aún permanece vigente.

ÈMILE DURKHEIM

“CULTURA: un hecho social”.

Fundamentación del concepto

El concepto que se obtiene del sociólogo francés, deviene de la interpretación de las ideas del autor, referidas a los hechos sociales inmateriales como normas y valores. El siguiente extracto de su apartado en *Teoría sociológica clásica*, nos brinda orientada en la redacción del concepto:

“(…) el grueso de la obra de Durkheim, y el núcleo de su sociología, es el estudio de los hechos sociales inmateriales (...) Lo que para los sociólogos son hoy en día las normas y valores, o en términos más generales, la cultura, son ejemplos adecuados de lo que Durkheim quería decir con hechos sociales inmateriales”. (Ritzer, 1993: 208)

La interpretación de este fragmento nos lleva a pensar que los hechos inmateriales, como el concepto fundamental de estudio de la obra de Durkheim, puede ser representado a través de elementos de la cultura. En este caso, la representación de elementos culturales cercanos a la realidad de un estudiante universitario, sirve para ilustrar el concepto central de la obra de Durkheim en su gráfica promocional.

MAX WEBER

“Un tipo ideal”.

Fundamentación del concepto

La construcción del mensaje que se elabora para la promoción de Max weber tiene que ver con dos aspectos de su persona:

1 – La consideración de las múltiples disciplinas en las que se ha desempeñado a lo largo de su carrera y las distintas denominaciones que pueden atribuirse a su condición profesional: Filósofo, economista, jurista, historiador, politólogo y sociólogo.

2 – La asociación de sus múltiples capacidades con uno de sus conceptos fundamentales: el tipo ideal.

“El tipo ideal es una de las más famosas contribuciones de Weber a la sociología contemporánea (...) un tipo ideal es un concepto construido por un científico social a partir de su interés y orientación teórica, para aprehender los rasgos esenciales de ciertos fenómenos sociales” (Ritzer, 1993:255)

La combinación de los aspectos descritos, nos brinda una definición de nuestro autor que, por medio de un razonamiento analógico, permite presentar a Weber como una persona atractiva, con múltiples talentos y al mismo tiempo, vincular su presentación con una de sus contribuciones más importantes en la sociología.

Semana 5

2 . Estudio de antecedentes

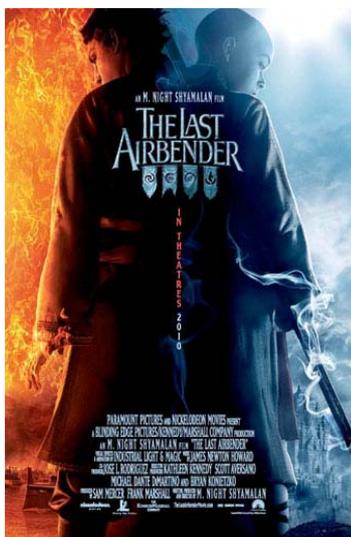
Definición de estilo gráfico

La elección del estilo de pieza gráfica para el diseño de “la batalla más grande de todos los tiempos”, “CULTURA: un hecho social” y “Un tipo ideal” es un afiche cinematográfico. La elección del estilo responde a las evocaciones: bélica, documental y biográfico de los títulos de las piezas.

Por su parte, la presentación de los autores en la materia a modo de títulos de cine en cartelera, intenta atraer la atención e interés de los alumnos hacia los contenidos de la materia, a través de un lenguaje que se encuentra instalado culturalmente, y se relaciona con una actividad placentera.

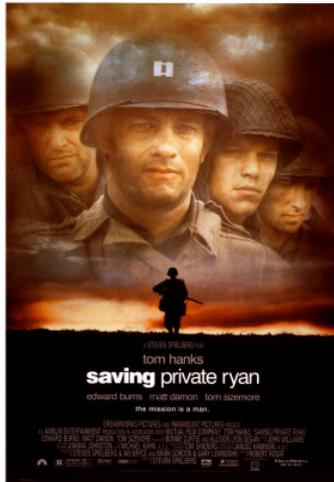
A continuación, se presentan los criterios de selección de recursos de composición identificados en antecedentes de afiches cinematográficos:

KARL MARX / Film bélico



Dualidad

En “the last airbender”, el recurso de dualidad acentúa la identificación de dos nociones opuestas, de un enfrentamiento, de un mismo elemento con dos facetas, e incluso sugiere la interdependencia de los elementos dialécticos.



Protagonismo

La figura de un personaje principal en el centro de la composición, representado por su silueta recortada sobre un plano anterior con mayor exposición, sugiere la presencia de un protagonista que desencadena los hechos principales.



Situación espacial

La representación de una escena determinada en un contexto espacial, sugiere un enfrentamiento que tiene un fundamento supremo. El resultado de su definición está más allá de las preocupaciones humanas y confiere gran importancia.



Título y subtítulo

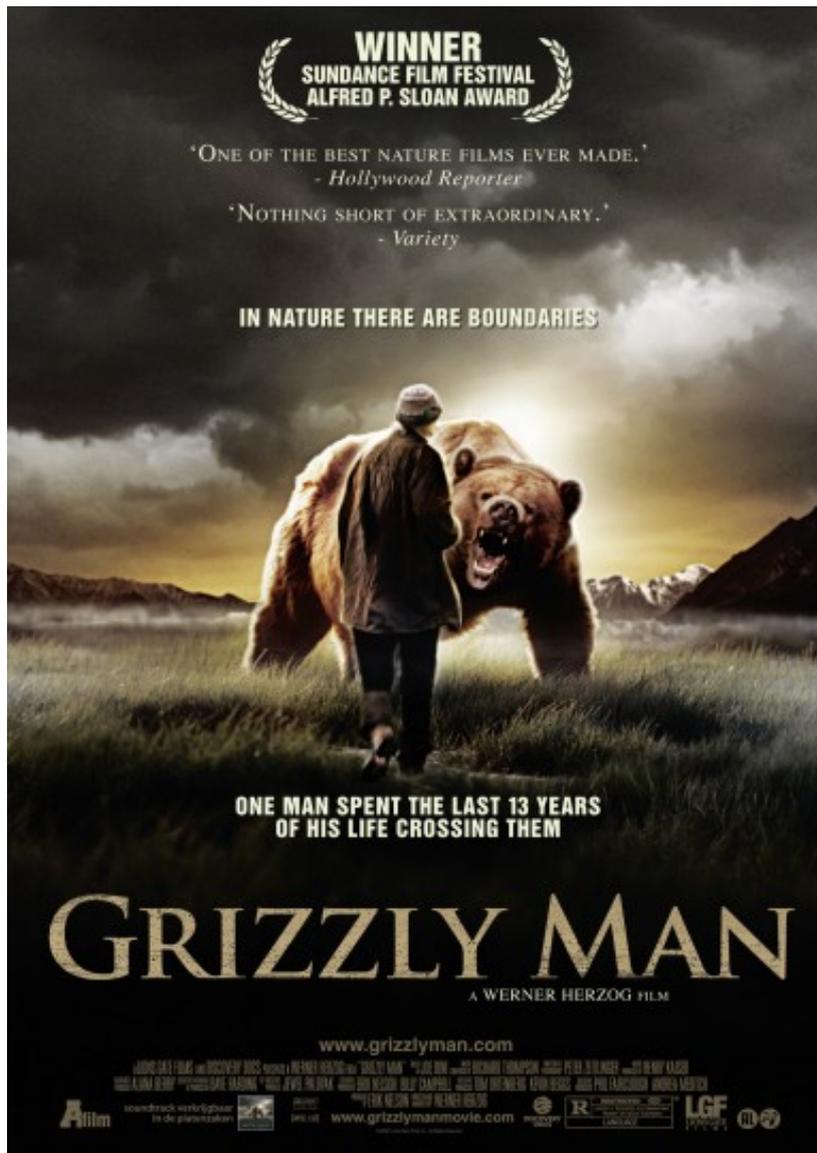
El elemento principal en la composición de “Home” es el titular seguido de un subtítulo a modo de anclaje de la información principal. En este caso, título de la película y autor.

MAX WEBER / film biográfico



Protagonista

En “La muerte del Che parte 2”, el protagonista de la película se encuentra de frente a la toma y constituye el elemento central de la composición. En este tipo, la presencia del personaje resulta información suficiente para reconocer el argumento de la película.



Descripción

A diferencia del afiche anterior, en “Grizzly man” predomina una situación central en la que se encuentra envuelto el protagonista. El elemento de información más importante en esta composición, resulta la información adicional a modo de anclaje del argumento sugerido en la imagen.

Semana 6 y 7

3 . Diseño de las piezas

A continuación, presentamos la propuesta de diseño de flyer para cada uno de los autores. El diseño de cada pieza, responde al estudio de antecedentes presentado anteriormente. Cada concepto representado, responde a las características de los mensajes empleados para cada tipo de afiche cinematográfico. Los elementos morfológicos y cromáticos responden a las mismas características que los empleados para las infografías, en fin de integrar la comunicación del mensaje en su aspecto visual.

KARL MARX / “La batalla más grande de todos los tiempos”.



EMILE DURKHEIM / “CULTURA: Un hecho social”.



MAX WEBER / “Un tipo ideal”



Intervención 3 – Autoevaluación on-line

Objetivo General

Desarrollar un sistema de autoevaluación que permita el refuerzo y control de los contenidos audiovisuales de la materia.

Descripción

Este punto consiste en la creación de cuestionarios interactivos de autoevaluación para enviar a los alumnos inscriptos en el semestre de la materia. Se busca concluir el recorrido interactivo propuesto desde la red social y obtener una respuesta de la participación de los alumnos en la introducción de los autores anterior a su presentación oficial en la materia.

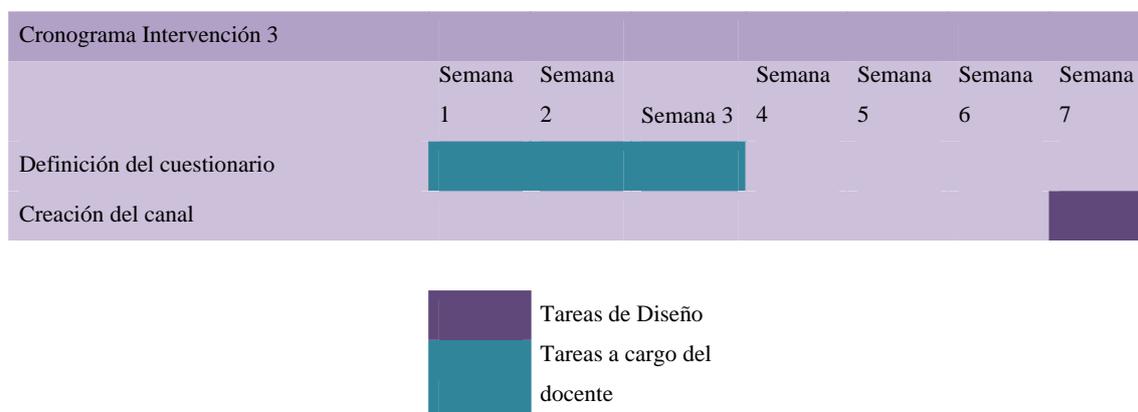
Programa de diseño y producción

El programa de diseño y producción para la tercera intervención se compone de las siguientes etapas:

1 – Definición del cuestionario: Aquí se definen las preguntas que tendrá el cuestionario y el formato de presentación de cada una.

2 – Creación del canal: Se determina el medio donde será creado el cuestionario. Se define su aspecto visual y los requerimientos para la creación de la configuración. Al finalizar, se muestra un modelo terminado a modo de ejemplo del documento final propuesto.

En el siguiente Diagrama, se puede observar la distribución temporal de las etapas en el período de 7 semanas:



Desarrollo del programa de diseño y producción

Semana 1 a 3

1 – Definición del cuestionario

En las primeras semanas, se deben definir las preguntas del cuestionario de autoevaluación. El desarrollo del cuestionario debe seguir las siguientes premisas:

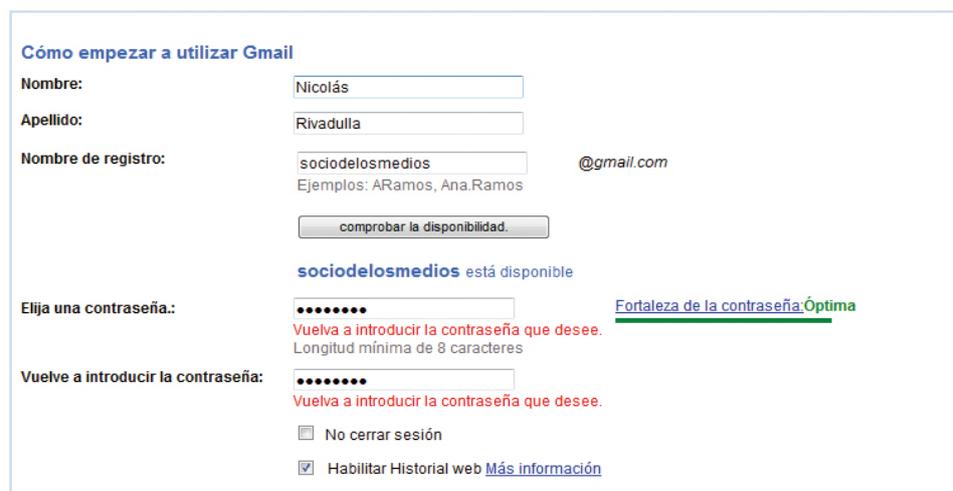
- Las preguntas deben formularse en base a los textos desarrollados para cada autor.
- La redacción de la estructura de cada pregunta debe responder a uno de los siguientes formatos:
 - a) Desarrollar un texto: Un campo en blanco debajo de cada pregunta permite completar la respuesta con redacción propia del alumno. Este tipo de pregunta permite desarrollar contenidos complejos o plantear una reflexión personal.
 - b) Múltiple opción: Una pregunta genera una serie determinada de respuestas posibles. La cantidad de respuestas es configurada por el autor del cuestionario. Este tipo de pregunta permite distinguir entre conceptos confusos o similares.
 - c) Casillas de verificación: En este formato se pueden obtener varias respuestas posibles a una misma pregunta. Resulta de utilidad cuando existen distintas posibilidades ante un interrogante.
 - d) Elegir de una lista: Un menú desplegable presenta una serie de respuestas posibles. Posee ventajas similares al sistema de opción múltiple.
 - e) Escala: En este tipo se introduce un valor mínimo y un máximo para evaluar determinado planteamiento. Este tipo de respuesta es útil cuando se desea obtener una opinión valorativa.
 - f) Filas y columnas: Aquí se introducen variables de doble entrada con posibilidad de verificar la coincidencia de dos variables. La utilidad de este tipo se reconoce en el despliegue de varios conceptos en formato vertical que pertenezcan a un mismo listado de respuestas posibles dispuestas en el eje horizontal.

Semana 7

2 – Creación del canal

Para la definición del canal en el que tomará lugar la difusión del cuestionario, se utilizará Google Docs, un servicio gratuito de programación de documentos de trabajo en internet que brinda la posibilidad de crear cuestionarios con opciones de configuración personalizables.

Para utilizar Google Docs es necesario poseer una cuenta en el servicio de correo electrónico Gmail.



Cómo empezar a utilizar Gmail

Nombre:

Apellido:

Nombre de registro: @gmail.com
Ejemplos: ARamos, Ana.Ramos

sociodelosmedios está disponible

Elija una contraseña: [Fortaleza de la contraseña: Óptima](#)

Vuelva a introducir la contraseña que desee.
Longitud mínima de 8 caracteres

Vuelva a introducir la contraseña:

Vuelva a introducir la contraseña que desee.

No cerrar sesión

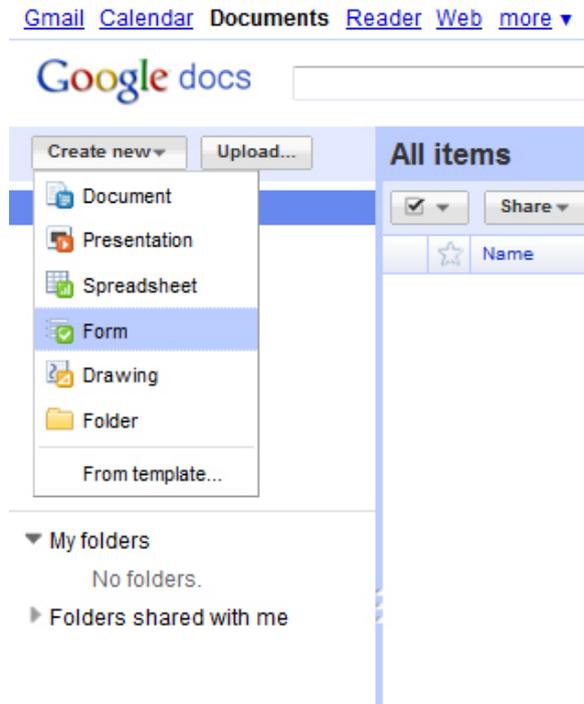
Habilitar Historial web [Más información](#)

Una vez obtenida la cuenta, se puede comenzar a configurar un cuestionario. A continuación, se especifican los pasos para la creación del cuestionario desde Google Docs:

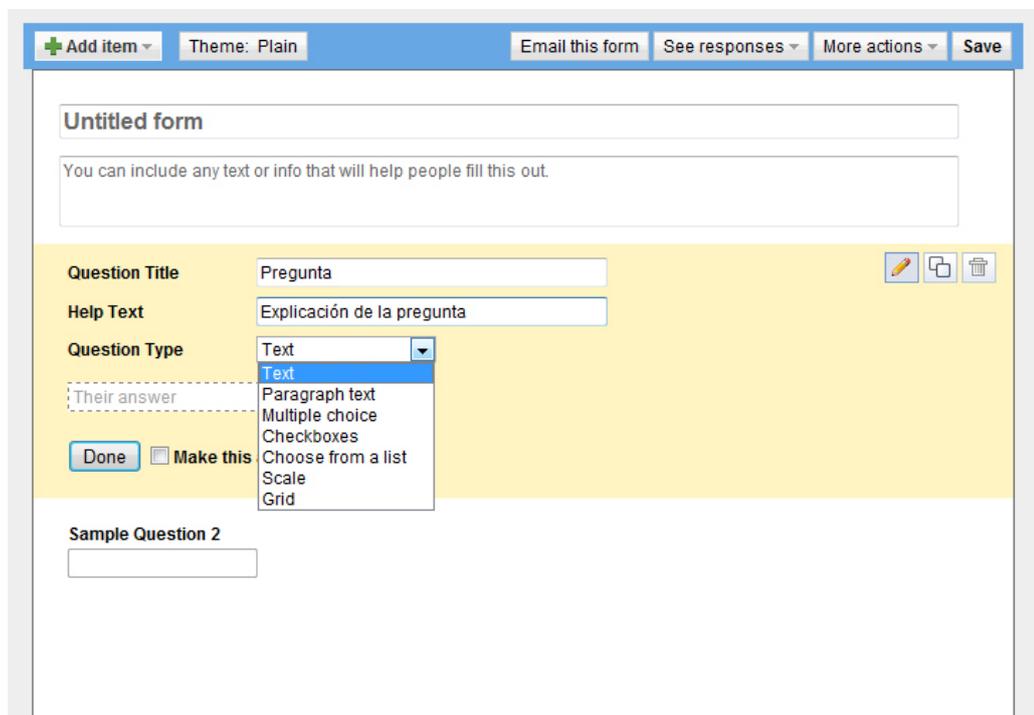
1 – Acceso a Docs: Desde la cuenta de sociomedios@gmail.com, se debe ingresar al apartado “Docs” en la esquina superior izquierda de la interfaz.



2 – En esta sección, debemos ir específicamente a la creación de un cuestionario. En la interfaz se ubica en el menú desplegable “create new” y luego “Form”.



3 – Las opciones disponibles para la configuración se presentan de la siguiente manera:



Los campos disponibles permiten crear las opciones de pregunta, el formato de las respuestas, una pre visualización de la forma final de la pregunta elaborada, el botón que finaliza la configuración y el acceso a la siguiente pregunta.

En el menú superior, la primera opción “Add Item” permite añadir nuevas preguntas con la opción de formato predefinida. En “Plain theme”, se ofrecen 96 opciones distintas para la visualización del cuestionario.

Las últimas opciones del menú superior tienen que ver con la administración y gestión del cuestionario. La primera de ellas “Email this form” permite enviar las preguntas con las configuraciones establecidas a una serie de destinatarios, ingresando la lista de correos electrónicos en un campo determinado. Luego, en “See responses” se pueden observar las respuestas generadas por los alumnos en forma de hojas de cálculo editables para la administración de los contenidos. Por último, “Edit Confirmation” permite configurar el mensaje que recibirán los destinatarios al completar y enviar el cuestionario a la profesora de la materia.

Karl Marx



Bienvenido a la autoevaluación de Karl Marx! Responde las preguntas en base a la infografía que viste en el canal de Socio de los medios en Youtube. Ojo, no vale mirarlo otra vez!

En qué ciudad de Alemania nació Marx?
Hablamos de la ciudad más antigua del país europeo.

Erfurt
 Berlín
 Tréveris
 Frankfurt

Cuales fueron los estudios formales universitarios de Marx?
Marx estudió más de una carrera... podés señalar cuales son?

Filosofía
 Derecho
 Economía
 Sociología

Desarrollá un pequeño párrafo explicando los principales conceptos desarrollados por Marx.
Contá con una pista: son 3.

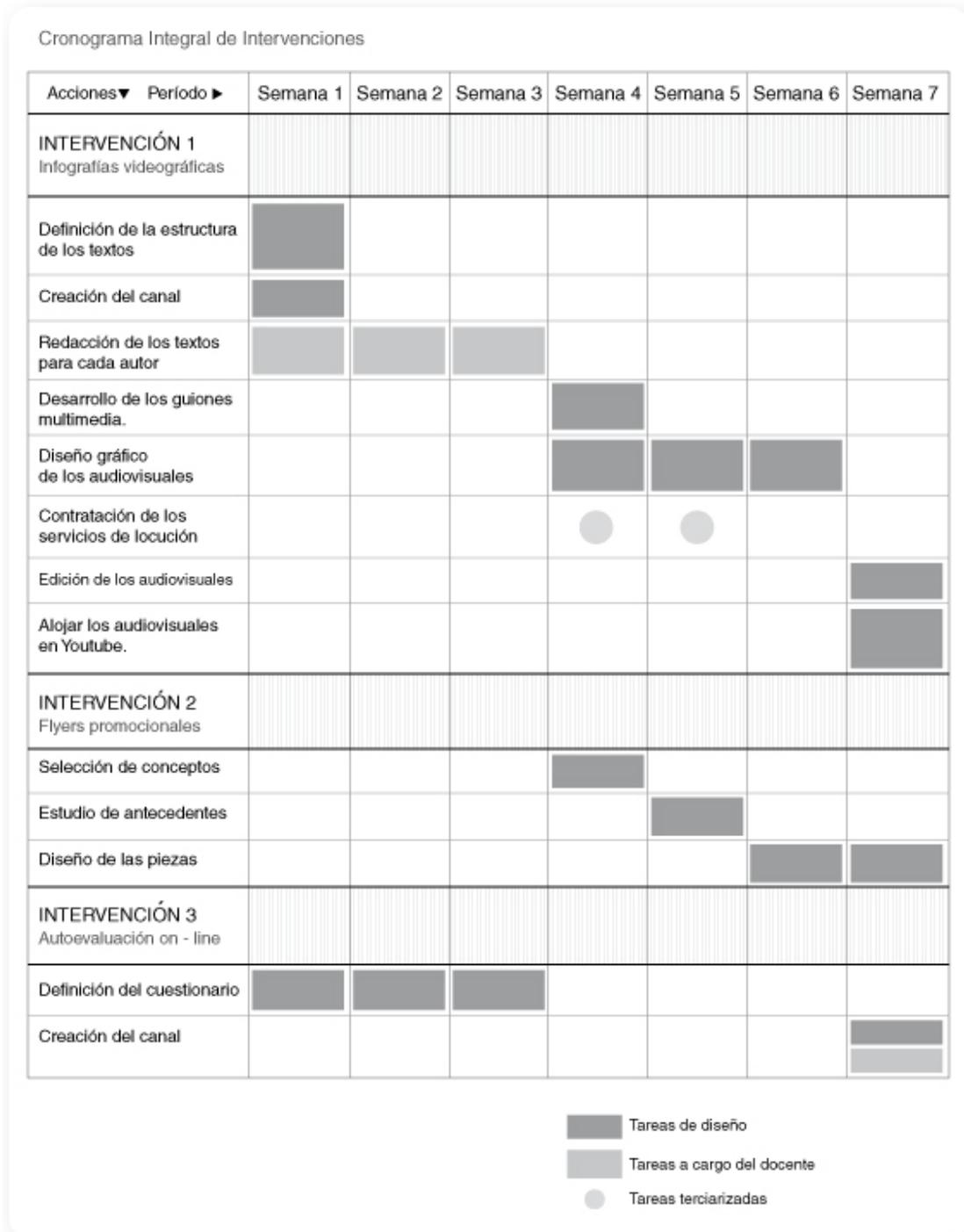
Según el audiovisual. Qué es lo que critica puntualmente nuestro autor?

Las condiciones de trabajo indignas
 La estructura de la sociedad capitalista
 La distribución de los medios de producción
 La indiferencia del proletariado

Uni cada concepto de las columnas, con su correspondiente atributo.

	Alienación	Reificación	Plusvalía
Excedente obtenido por los dueños de los medios de producción	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Refacción de distanciamiento con respecto a la actividad productiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estructuras sociales inalterables	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Cronograma integral de las intervenciones.



Conclusión

Luego de aplicar las diferentes técnicas de investigación, para obtener la información de cada antecedente de comunicación desarrollado para la materia Sociología de los medios de comunicación social, se llevó a cabo un programa de diseño y producción para cada una de las intervenciones de diseño en medios interactivos, complementarios en la enseñanza universitaria.

Para analizar un antecedente de comunicación em medios interactivos complementarios en la enseñanza para la materia, se realizó un análisis de contenido al sistema de aprendizaje multimedia (SAM) de Sociología de los medios de comunicación. De este análisis se obtuvieron consideraciones relacionadas al refuerzo, la obtención de calificaciones, la jerarquización de la información, la comunicación de contenidos a distancia, los mecanismos de auto evaluación y la necesidad de un contar con contenido planificado para su estructuración.

Luego, para analizar un recurso de comunicación informal paralelo a la clase, de características hipermedia, se realizó un nuevo análisis de contenido a la red social Facebook de SocioMedios Ues. Las consideraciones más influyentes obtenidas de este análisis, reflejan que las potencialidades de un diseño de interfase que permita generar, compartir, difundir y publicar información de diversos formatos, resulta el criterio comunicación más acertado para promover una interacción intuitiva.

Para conocer el perfil actual de usuario de la intervención e identificar sus percepciones e inquietudes con respecto al desenvolvimiento académico en nuevos medios, se llevó a cabo una encuesta a un grupo de alumnos reducido. Los resultados pusieron en evidencia una gran predisposición e interés por parte de los usuarios, en una intervención hipermedia desarrollada para redes sociales y nuevos medios interactivos. Además de la actitud favorable, se descubrió que una gran mayoría de los encuestados tiene una cuenta en redes sociales y una gran porción participa en SocioMedios Ues o, en todo caso, participaría.

En base a la información obtenida en la etapa de investigación, se desarrollaron 3 distintas intervenciones interactivas en nuevos medios, con la intención de potenciar el aprovechamiento de los medios interactivos y las redes sociales como canales de transmisión e intercambio de contenidos académicos. Las 3 acciones, realizadas en un período de 7 semanas, fueron:

- 1) Infografías videográficas, la más extensa de las intervenciones tuvo que ver con la consecución de 8 etapas, que contemplan en su desarrollo la definición de estructura para textos audiovisuales, la creación del canal de comunicación en internet, el despliegue de los guiones multimedia y storyboards, la terciarización de

servicios de locución y, por último, la edición y publicación del material terminado en el canal de Internet.

- 2) Flyers promocionales que suponen la motivación de participar activamente en los distintos canales creados para la comunicación académica interactiva. Los flyers presentan con lenguaje moderno, gracias a la aplicación de técnicas de diseño de información y la consecución de un proceso de diseño persuasivo, conceptos relacionados a los contenidos, que solo pueden ser obtenidos en medios digitales.
- 3) Un sistema de auto evaluación on-line que se propone cerrar el ciclo interactivo a través de una evaluación personal de la incorporación de los contenidos vistos en los diferentes medios. Además, el sistema sugiere la incorporación de los nuevos medios en el sistema de evaluación. La posibilidad de obtener una respuesta feedback de parte de los alumnos, acerca de los contenidos impartidos en medios digitales, sugiere la consideración de un nuevo implemento en el sistema de evaluación.

Muchas veces, la utilización de nuevos medios interactivos en relación de difusión y publicación de material, es asociado a un comportamiento vinculado al ocio y la distensión. Más aun, la contratación de un servicio proyectual de diseño gráfico, no se encuentra frecuentemente vinculado con la generación y difusión de contenido académico. De todas formas, se cree que puede resultar de gran utilidad la adopción de nuevos paradigmas de desempeño profesional relacionados con la instrucción e impartición de contenidos, sobretodo si se consideran las capacidades administrativas e integrales de comunicación, propias del trabajo interdisciplinario del diseño gráfico.

El diseño gráfico, como disciplina social y educativa, a favor del desarrollo del individuo y la sociedad a través de la reflexión particular y colectiva, se ofrece a disposición de los nuevos canales de comunicación y, a través de su análisis e intervención, adhiere a las nuevas propuestas comunicacionales de desempeño académico fuera de la clase tradicional.

Bibliografia

Bibliografía

- BARTOLI, A. (1992) *Comunicación y organización. La organización comunicante y la comunicación organizada*, Editorial Paidós Ibérica: Barcelona.
- BONSIPE, Gui. (1999) *Del objeto a la interfase*, Ediciones Infinito: Buenos Aires.
- COSTA, Joan. (1998). *La Esquemática*. 1era ed. Paidós Ibérica: Barcelona.
- COSTA, Joan. MOLES, Abraham. (1992). *La imagen didáctica*. 2da ed. CEAC: Barcelona.
- DIAZ PÉREZ, Pedro. CATENAZZI, Nadia. AEDO CUEVAS, Ignacio.(1996) *De la Multimedia a la Hipermedia*, RA-MA: Madrid.
- ERREA, Javier. (2009) *Premios internacionales de infografía Malofiej16*, SND – E: Pamplona.
- FRASCARA, Jorge. (2006) *El diseño de comunicación*, Ediciones Infinito: Buenos Aires.
- FRASCARA, Jorge. (2004) *Diseño gráfico para la gente*, Ediciones Infinito: Buenos Aires
- HABERMAS, Jurgen. (2005) *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, Ed. Gustavo Gili: México.
- MOK, Clement. (1998). *El diseño en el mundo de la empresa*. 1era ed. Anaya Multimedia: Madrid.
- NASO, Alberto. (1999) *Manual de planificación de medios*, Editorial de las Ciencias: Buenos Aires.
- OCHOA, Rafael. (1999) *Evaluación pedagógica y cognición*, McGraw-HILL: Santa Fé de Bogotá.
- ORDUÑA, O. (2007) *Web 2.0*, ESIC Editorial: Madrid.
- ORIHUELA J.L. SANTOS, M.L (1999) *Introducción al diseño digital*, Anaya Multimedia: Madrid.
- RAVIOLO, A. RAMIREZ, P. (2009). *Analogías y metáforas en la enseñanza de las ciencias*. *Novedades Educativas*, N°219 Marzo, pp. 58 – 59.
- ROSENFELD, Louis. MORVILLE, Peter. (2000) *Arquitectura de información para el WWW*, Mc Graw – Hill: Méjico D.F
- SABINO, Carlos. (1996) *El proceso de investigación*, Lumen Humanitas: Buenos Aires.
- SAMPIERI, R; COLLADO, C; LUCIO, P. (2000) *Metodología de la investigación*.: Mc Graw – Hill: Méjico D.F
- SERULNIKOV, A. – SUÁREZ, R. (2001) *Piaget para principiantes*, Ed. Era Naciente: Buenos aires.
- VEEN, Jeffrey. (2001) *Arte y ciencia del diseño web*, Pearson Alhambra: Madrid
- WUMAN, R.S. (1996) *Information Architects*, Ed. Peter Bradford: Zurich.
- WODTKE VAN, Mark. (2001) *diseño con herramientas digitales*, Mc Graw – Hill: Méjico D.F

- *Edición no lineal* (2009) [Internet], disponible en:
<http://jlafulla.galeon.com/re_montaje4.htm> [Acceso el 22 de Junio de 2009]
- GRISOLÍA Carina, PAGANO Claudia Marisa. 2006 – *La inclusión de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (NTICs) en los procesos de aprendizaje*. Disponible en:
<http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=84> – [Acceso el 20 de Septiembre de 2010].
- SANTOVEÑA, Sonia (2004) *Metodología didáctica en entornos virtuales de aprendizaje*. Revista Eticanet – Publicación en línea. [Internet]. Disponible en:
<http://www.educarecuador.ec/upload/metodologia20didactica.pdf>
- GRANDA CANDÁS, Juan Carlos (2008). *Caracterización, evaluación y optimización de sistemas multimedia interactivos en entornos de e-learning síncrono*. (Tesis de Doctorado – Universidad de Oviedo), [En línea]. Disponible en:
http://www.tdr.cesca.es/TESIS_UOV/AVAILABLE/TDR-0115109-181504/UOV0043TJCGC1de2.pdf. [Consulta: 21 de Septiembre de 2010]
- MOYA, M, GONZALES, A. (2006) *Propuesta de desarrollo de material hipermedia para la enseñanza de la matemática*. Revista Iberoamericana de Tecnología en Educación y Educación en tecnología. [Internet]. Disponible en: http://teyet-revista.info.unlp.edu.ar/files/No1/06_Propuesta_de_desarrollo_de_material_hipermedia.pdf [Acceso el 20 de Septiembre de 2010].
- CABALLERO, Alejandra. (2010) *El audiovisual como herramienta pedagógica*. [Internet]. Disponible en:
http://www2.alejandria.cl/recursos/documentos/caballero_audiovisual_herramienta_pedagogica.doc [Acceso el 17 DE JULIO DE 2010 – 19:32 HS]
- Universidad Empresarial Siglo 21 (1995) [Internet] Disponible en <
<http://www.21.edu.ar/>> [01 de Julio de 2009].
- ESTEBANELL, M.M (2000) *Interactividad e interacción*. Revista Interuniversitaria de Tecnología Educativa [Internet], pp. 92-97. Disponible en:
<<http://web.udg.edu/pedagogia/images/gretice/INTERACT.pdf>>. [Acceso el 22 de Junio de 2009].

Anexos

Anexo 1

Instrumentos de análisis de contenido / Facebook de SocioMedios Ues y SAM.

Material hipermedia		Facebook SociomediosUEs.
	Canales multimedia	
Multimedia	Texto	Si.
	Palabras	Si.
	Números	Publicación de fechas y horarios.
	Datos	Fechas, números, cifras, enlaces.
	Dibujo vectorial	Identidad de la interfase con dis.interfase
	Dibujo tradicional	En publicaciones.
	Modelado tridimensional	En publicaciones.
	Fotomontajes	Publicaciones y foto de perfil.
	Animación bidimensional	En publicaciones.
	Animación tridimensional	En publicaciones.
	Video (filmación)	En publicaciones.
	Voz	En publicaciones.
	Música	En publicaciones. (no tiene la aplicación)
	Efectos sonoros	En publicaciones. (no tiene la aplicación)
	Orden intrínseco	
Hipertexto	Nodos	Muro, información, fotos.
	Enlaces	A otras redes, a otros usuarios.
	Legibilidad (óptima/deficiente)	óptima
	Tangibilidad (convenciones)	Pestañas, disposiciones jerárquicas, álbumes, muro, información.
	Estructura hipertextual	Mixta. (todas las posibles.)
Interactividad	Nivel de interactividad	Alto.
	Mapa cognitivo	Si. sistema de pestañas.
	Portada	Se configura con los usuarios.
	Estructura narrativa	Sugerida.
	Aplicación On/Off-line	On line.
Arquitectura / interfase	Rotulación	Si. pestañas y jerarquías.
	Sistemas de desplazamiento	Deslizadores de álbumes.
	Principios de eficacia comunicativa	transparencia, simplicidad, identidad, equilibrio, unidad, coherencia y contraste
	Planteo de 3 paneles	Si, con mayor complejidad.
	Observaciones	<p>Predominancia de características multimedia solo "en publicaciones".</p> <p>3 nodos claros y accesibles, siempre presentes.</p> <p>Tangibilidad presente en casi toda la aplicación.</p> <p>Estructura hipertextual que combina todas las posibilidades.</p> <p>Logra la totalidad de principios de eficacia comunicativa.</p> <p>Los 3 paneles combina otros sistemas para multiplicar beneficios.</p>

Comunicación y aprendizaje	Elementos de la comunicación	Facebook SociomediosUEs.
	Emissor	SociomediosUEs.
	Receptor	Jóvenes entre 19 y 27. Ambos sexos.
	referente	Contenido de los medios de comunicación.
	Código	Hipermedia.
	Canal	Internet
	Retroalimentación	Resulta la esencia misma del contenido actualizable por los usuarios.
	Aprendizaje / Refuerzo	SI/SI.

Material hipermedia		SAM
Canales multimedia		
Multimedia	Texto	Si.
	Palabras	Si.
	Números	Publicación de fechas y horarios.
	Datos	Fechas, números, cifras, enlaces, notas.
	Dibujo vectorial	En presentacions flash.
	Dibujo tradicional	No
	Modelado tridimensional	No
	Fotomontajes	En las lecturas.
	Animación bidimensional	Transiciones.
	Animación tridimensional	No
	Video (filmación)	Palabras del docente, despedida, largometrajes.
	Voz	En off en diagramas de filminas.
	Música	No
	Efectos sonoros	No
	Orden intrínseco	Fichero con jerarquías
Hipertexto	Nodos	Mis cursos, anuncios, Bdja. de entrada...
	Enlaces	Entre las pestañas y las fichas.
	Legibilidad (óptima/deficiente)	óptima
	Tangibilidad (convenciones)	Pestañas, disposiciones jerárquicas.
	Estructura hipertextual	Ramificada.
Interactividad	Nivel de interactividad	Medio.
	Mapa cognitivo	Si. sistema de fichero.
	Portada	No.
	Estructura narrativa	
	Aplicación On/Off-line	On line. (es necesario GoCourse Offline)
Arquitectura / interfase	Rotulación	Si. fichas y jerarquías.
	Sistemas de desplazamiento	Deslizadores.
	Principios de eficacia comunicativa	Unidad y contraste
	Planteo de 3 paneles	Si, en Ver un curso.
	Observaciones	<p>La producción del material del que se dispone es regulado por la universidad.</p> <p>La retroalimentación está dada por la calificación de la evaluación Multimedia.</p> <p>La incorporación de autoevaluación provee un refuerzo inmediato provisto por el servidor del sistema.</p>

Comunicación y aprendizaje	Elementos de la comunicación	SAM
	Emisor	SociomediosUEs.
	Receptor	Jóvenes entre 18 y 30, Ambos sexos.
	referente	Contenido de los medios de comunicación.
	Código	Hipermedia.
	Canal	Internet
	Retroalimentación	Solo hasta recibir la calificación oficial del semestre.
	Aprendizaje / Refuerzo	Si/Si.

Anexo 2

Instrumento de recolección de datos y cuestionario

Hola! soy Nicolás Rivadulla.

Esto es una encuesta para mi Tesis. Son muy útiles para mí tus respuestas. Te pido que contestes lo más sinceramente posible, tu identidad no será revelada. Gracias por tu tiempo.

Tenés acceso a internet fácilmente?

Con esto quiero preguntarte si podés usar internet para estudiar.

- Siempre
- Casi siempre.
- A veces.
- No tengo acceso a internet.

Cuánto tiempo destinás al uso de Internet?

Respondé aproximadamente la cantidad de horas diarias en las que estás Online (considerá que revisar tu correo, chatear e investigar también cuentan)

- 1 hora o menos.
- Hasta 3 horas.
- Más de 3 horas.

Tenés una cuenta de Facebook?

- Si
- No

Sabías que Sociología de los Medios tiene un Facebook en el que podés participar?

La profe Alejandra Martínez abrió "Sociomedios UES" para que ex alumnos, alumnos y estudiantes interesados puedan participar.

- Si, sabía y participo.
- Si, sabía pero no participo.
- No sabía, pero me interesa participar.
- No sabía, pero no tengo interés.

Si marcaste la primera opción en la pregunta anterior: ¿Qué cosas te motivan a participar del Facebook de Sociomedios UES?

Podés marcar más de una opción!

- El contacto con mis compañeros.
- El contacto con la profesora.
- Ver publicaciones relacionadas con la materia.
- Poder compartir cosas que me interesan.

Qué opinás acerca de un aplicación multimedia interactiva para complementar el estudio de una materia?

Hacé de cuenta que tuviste la primer clase de Sociología de los medios, llegás a tu casa y podés ver en internet una introducción interactiva a la materia con sonido, imágenes, y curiosidades.

- Me parece interesante.
- No me parece interesante.
- Me resulta indiferente.

Anexo 3

Textos para cada autor de la sociología clásica: Marx / Durkheim / Weber.

Karl Heinrich Marx nació en 1818 en la ciudad de Tréveris, la más antigua ciudad de Alemania. Karl era uno de 7 hermanos, hijos de una familia de clase media.

Desde una edad temprana mostró su interés por la filosofía y el mundo del pensamiento. Aunque sus primeros pasos tuvieron que ver con el derecho, luego decidió dejarlo para estudiar filosofía en Berlín, donde obtuvo su doctorado.

La obra de Marx se caracteriza por utilizar con audacia, rasgos irónicos en sus apreciaciones sobre los sistemas económicos y las relaciones de poder, sobre todo cuando se refiere a la naturaleza **vampírica** del capitalismo.

La postura de pensamiento adoptada por Marx, tomada de su contemporáneo Hegel, es la **dialéctica**. Un pensador social dialéctico, jamás se centra en una unidad social aislada.

Lo que hizo Marx, fue aplicar la lógica comparativa en el mundo material de las relaciones sociales. Es este enfoque lo que lo distingue de sus antecesores dialécticos.

El pensamiento de Marx se distingue de la mayor parte del pensamiento sociológico porque su análisis dialéctico se ocupa de la dirección futura hacia la que se proyecta la sociedad. Es decir, contempla una relación causa – efecto bidireccional, puesto que se ocupa de fenómenos sociales del pasado y es capaz de anticipar los hechos futuros de forma predictiva en servicio de la acción. Esta perspectiva es lo que hace que nuestro pensador tenga interés sobre las raíces históricas del mundo contemporáneo.

Marx critica puntualmente la **estructura de la sociedad capitalista**. Considera que el capitalismo, así como las formas anteriores de sociedad, resultaban un entorno opresivo para el óptimo desarrollo de las personas. Se refiere al potencial absoluto de los seres humanos, condicionado en su desarrollo por estar inmerso en una sociedad capitalista, que no garantiza una distribución equitativa de las riquezas, ni permite a los individuos desarrollarse en plenitud.

En su teoría, la **actividad humana** resulta un aspecto central. Es en el trabajo humano, como condición de sociabilidad, donde nos apartamos del análisis de la conciencia y nos ocupamos de lo objetivo. La actividad humana es la objetivación, la acción deliberada del hombre en la naturaleza en

relación de apropiación y producción de bienes materiales. Esta actividad involucra **la creatividad** como factor propio del acto de producción. Es en el trabajo donde el ser humano demuestra al máximo su **potencial de ser**.

La crítica que Marx elabora tiene que ver con el propósito de la actividad real de las personas sujetas al sistema capitalista. El incentivo del trabajo en sociedad se vuelve confuso en función de fines lucrativos. La adquisición de dinero, un elemento simbólico fundamental en el capitalismo, no representa en sí mismo una verdadera satisfacción de necesidades humanas.

Su descripción de las estructuras del sistema, arroja conceptos fundamentales para comprender la profundidad de su obra:

- En la **plusvalía**, el excedente generado por los trabajadores, es obtenido finalmente por los dueños de los medios de producción.

- La **alienación** produce en el trabajador una relación de distanciamiento con respecto a su actividad productiva. Su trabajo le resulta extraño, el resultado de su actividad no le pertenece.

- La **reificación**, como el proceso por el cual se cree que las formas sociales humanamente creadas son naturales y absolutas. Como resultado, llegan a adquirir tales características. Una persona llega a creer que las estructuras sociales están fuera de su control y son inalterables.

La obra de Marx no solo se trata de una filosofía, sino que también resulta una fuerza social transformadora. Su influencia histórica merece ser reconocida y su vigencia en el campo del pensamiento, aún permanece intacta.

Emile Durkheim nació en 1858 en la ciudad de Espinal, Francia. De adolescente, se sintió insatisfecho, no solo con su formación religiosa, sino también con la educación general que había recibido. Ansiaba aprender los métodos científicos y los principios morales que guiaban la vida social. Se negó a estudiar una carrera tradicional de filosofía y en su lugar se esforzó por conocer los requerimientos para contribuir a la dirección moral de la sociedad.

Durkheim afirmó que el objetivo distintivo de la sociología debía ser el estudio de los hechos sociales. Que los hechos sociales debían ser tratados como cosas, era de crucial importancia para distinguir la sociología de la filosofía.

También dijo que la sociedad era algo que estaba fuera y dentro del hombre al mismo tiempo, gracias a que este adoptaba e interiorizaba los valores y la moral de la sociedad. De esto se deriva que algunos se vean obligados a parámetros y límites con los que no están de acuerdo.

En palabras de nuestro autor, es un **hecho social** toda manera de hacer las cosas en una sociedad, que puede ejercer sobre las personas una presión externa y tiene una existencia propia, independientemente de sus manifestaciones individuales.

A su vez, distinguía entre dos grandes tipos de hechos sociales: materiales e inmateriales:

Los **hechos sociales materiales** son los más claros de ambos tipos, porque son entidades reales y materiales. Es el caso de algunos componentes que conforman la sociedad, como el estado, la distribución de la población, la arquitectura y los canales de comunicación.

Sin embargo, el núcleo de su sociología es el estudio de los **hechos sociales inmateriales**. Entre ellos podemos reconocer la moralidad, la conciencia colectiva, las representaciones colectivas y las corrientes sociales, o en términos más generales, la cultura. Veamos de qué se tratan:

Para Durkheim, el concepto de **conciencia colectiva** es el conjunto de creencias y sentimientos comunes al término medio de los miembros de una sociedad, que forma un sistema determinado con vida propia.

Por su parte, las **representaciones colectivas**, resultan estratos específicos o substratos de la conciencia colectiva que hace referencia a normas y valores adoptados por colectividades específicas, como la familia, la ocupación, el estado y las instituciones educativas y religiosas.

Además, propuso un concepto aún más específico: las **corrientes sociales**, hechos sociales inmateriales que carecen de forma cristalizada como en los hechos materiales, pero resultan igualmente objetivos e influyentes en los individuos.

Podemos encontrar un ejemplo de corriente social en los grandes movimientos de masas guiadas por el entusiasmo, la indignación o la piedad.

Durkheim supone que la libertad de las personas está condicionada por su naturaleza social. Creía que los hombres se encontraban inclinados naturalmente hacia sus semejantes, hacia la fabricación de la sociedad en su conjunto, hacia sus costumbres e instituciones. Así, Durkheim propone una definición de libertad como un control externo de las pasiones individuales de cada persona. Para él, la libertad deviene de la internalización de una moralidad común que acentúa el significado de la independencia individual.

En la totalidad de su obra, Durkheim ofreció una teoría más coherente que cualquiera de las que desarrollaron los demás teóricos clásicos de la sociología. Quienes están de su lado dirían que la claridad de su pensamiento se deriva de esta coherencia, al tiempo que sus críticos aducirían que esa claridad se debe a la relativa simplicidad de su teoría. En cualquier caso, es ciertamente más fácil penetrar en la esencia del pensamiento de Durkheim que en la de las reflexiones de otros teóricos clásicos.

Max Weber nació en 1864 en la ciudad de Erfurt, Alemania. A la edad de 18 años abandonó su casa para asistir a la universidad y comenzar sus estudios en Derecho. Años más tarde, se convirtió en abogado, pero sus intereses cambiarían hacia las preocupaciones del resto de su vida: economía, historia y sociología.

Podemos pensar que Weber, prolífico escritor y complejo pensador, fue un sociólogo histórico, ya que tenía interés en identificar conceptos claros y distintivos en la historia, y con ellos poder representar un análisis causal de los fenómenos históricos.

En este sentido, adoptó su propia perspectiva, en la que emplea como herramienta general de análisis, lo que él llamó **tipos ideales**.

Un **tipo ideal** es un concepto construido por un sociólogo a partir de su interés y orientación teórica destinado a ser usado en el estudio de las porciones de la realidad histórica.

Weber analiza puntualmente las características de la burocracia típico ideal, y considera que tiene estas características:

- Consiste en una organización continua de cargos limitados por reglas.
- Cada cargo tiene una esfera de competencias limitada. El cargo implica la obligación de realizar sus funciones, la autoridad para llevarlas a cabo y los medios de fuerza requeridos para hacer el trabajo.
- Los cargos están organizados en una jerarquía.
- Los integrantes de cada cargo pueden requerir competencias especiales para poder ejercer su trabajo.
- El personal que ocupa estos cargos no es dueño de los medios de producción a los que está vinculado. A los miembros se les suministra lo necesario para poder hacer su trabajo.

Si tomáramos como tipo ideal la situación de los medios de comunicación en la argentina actual, hallaríamos que existen varias diferencias evidentes con respecto a la situación de los medios correspondiente al gobierno de la década del 70.

La sociología de Weber se basa en la concepción de lo que denominaba **acción social**. Estaba interesado en la acción de las personas que, a diferencia de la conducta, supone la intervención de procesos reflexivos entre el origen de un estímulo y la conclusión de la respuesta. Digamos que la acción está destinada a ocurrir cuando los individuos atribuyen significados a su comportamiento.

Así, Weber identifica **4 tipos** de acción social:

- En la *acción tradicional*, a la que podemos interpretar como una costumbre o hábito, se habla de acciones conducidas por normas o principios en las que el componente racional se encuentre prácticamente ausente. La rutina colectiva, o el automatismo mecánico de la costumbre popular, son ejemplos de la acción tradicional.
- En la *acción afectiva*, regida por la emoción, también se habla de una acción irracional. Pero este tipo de acción se define en base al estado emocional del actor, que puede estar guiado por el amor, la ira, la violencia, la ambición, e incluso la pasión.
- La *racionalidad con arreglo a fines* condiciona a una persona a actuar motivada por sus expectativas con respecto al comportamiento de otras personas u objetos del mundo exterior, y utilizando estas expectativas como medios para el logro de fines personales determinados racionalmente. Tal es el caso de la ciencia, que aplica la tecnología como medio de observación, demostración y divulgación de procesos racionales.
- En la *racionalidad con arreglo a valores*, además de perseguir un fin racional, la acción está motivada por la presencia de un valor o una creencia. Este tipo de acción puede verse en los comportamientos vinculados a la ética, la religión o la ideología, y su motivo no tiene relación alguna con el resultado de la acción.

Max Weber ha tenido mucha más influencia en una amplia variedad de teorías sociológicas que cualquier otro teórico de la sociología. Esta influencia puede ser tachada de sofisticada, compleja, y algunas veces incluso de confusa. A pesar de estos problemas, la obra de Weber representa una fusión notable de la investigación histórica y la teoría sociológica.

Formulario descriptivo del Trabajo Final de Graduación

Identificación del autor

Apellido y Nombre del autor:	Rivadulla, Pablo Nicolás
E-mail:	nicolasrivadulla@gmail.com
Título de grado que obtiene:	Lic. en Diseño Gráfico

Identificación del Trabajo Final de Graduación

Título del TFG en español	Diseño Gráfico y medios interactivos complementarios en la enseñanza universitaria.
Título del TFG en inglés	Graphic Design and complementary interactive media learning.
Integrantes de la CAE	Mariana Vigo – Alejandra Martinez
Fecha de último coloquio con la CAE	17 de Diciembre de 2010
Versión digital del TFG: contenido y tipo de archivo en el que fue guardado.	TFG (.pdf) formulario descriptivo y CV (.doc)

Autorización de publicación en formato electrónico

Autorizo por la presente, a la Biblioteca de la Universidad Empresarial Siglo 21 a publicar la versión electrónica de mi tesis. (marcar lo que corresponda)

Publicación electrónica:

Después de mes(es).