

ALGUNAS IDEAS PARA EL DISEÑO DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Chan Núñez María Elena¹

CUDI, Diplomado Objetos 2006

Desde una perspectiva cognoscitivista del aprendizaje y tomando como referente a uno de los autores que han escrito para los docentes recomendado estrategias para enseñar a aprender: Robert Marzano², se reconocen cinco dimensiones del aprendizaje.

Tomando en cuenta las dimensiones del aprendizaje de Robert Marzano, pero haciendo una adaptación al diseño instruccional de un Objeto de Aprendizaje planteamos lo siguiente:

1a. DIMENSIÓN.

Problematización-Disposición.

Remite a la generación de actitudes favorables para aprender. Ello implica que el estudiante reconozca las necesidades formativas que tiene. Equivale a una fase de problematización o interrogación sin la cual es difícil que el sujeto pueda iniciar un proceso de aprendizaje, pues el carácter de cuestionamientos, curiosidad inicial o la motivación no se genera en él y su aplicación al estudio puede obedecer a finalidades no necesariamente ligadas al conocimiento. Los elementos de esta dimensión son:

¹ Esta lectura es un fragmento de la Guía para la elaboración de materiales orientados al aprendizaje autogestivo, de Chan y Tiburcio, 2000, INNOVA, U de G. Adaptada como complemento en la formación de autores en el campo del diseño por objetos de aprendizaje para los Talleres ANUIES 2006 y DIPLOMADO EN OBJETOS DE APRENDIZAJE de CUDI 2006.

² **MARZANO Robert, Dimensiones del aprendizaje, ITESO, 1993.**

2a. DIMENSIÓN.

Adquisición y organización del conocimiento.

Dimensión que contempla las conexiones que los estudiantes hacen de la información, aquello nuevo que requiere un punto de enlace con lo ya sabido para significar algo. Así mismo esta integración informativa se hace con base en una organización, de modo que toda información es acomodada de acuerdo a determinados esquemas.

El estudiante puede aprender a incorporar información de manera significativa y a organizar esta información de diversas formas según su naturaleza y los usos que dará a la misma.

Cuando se adquiere un conocimiento el primer paso es pensar en lo que ya se ha aprendido, para después incorporar el nuevo conocimiento. Posteriormente se procesará la información de tal manera que la pueda recordar en ocasiones posteriores cuando la necesite.

Este proceso incluye operaciones cognoscitivas tales como unir el conocimiento nuevo con el viejo, hacer predicciones y verificarlas y proveer la información que no esté explícita. Lo que se pretende es construir significados con la información que se presente.

El ciclo de aprendizaje de contenido incluye:

- construir un significado
- organizar
- guardar

Para propiciar la adquisición de conocimientos es necesario involucrar a los estudiantes en actividades que los ayuden a amalgamar lo conocimientos anteriores con la información que se está presentando; por ejemplo:

- ◇ La lluvia de ideas personal es una actividad muy útil para cumplir este objetivo, le ayudará a percibir que es lo que saben del tema y que es lo que le falta por aprender.
- ◇ Solicitar al estudiante que imagine lo que un tema o unidad puede tratar.
- ◇ Preguntas sobre el tema a estudiar: éstas pueden ser obvias, esto es de búsqueda rápida en el texto; otras de piensa y busca, esto es que la respuesta no está ligada a la forma como se pregunta; y las propias que el alumno se haga y que contestará de acuerdo a su propia experiencia.
- ◇ La lectura puede ser una estrategia muy útil para la adquisición de conocimientos y lo podemos conceptualizar en tres fases:

Antes de leer el estudiante:

- Identifica lo que se sabe acerca del tema
- Escribe preguntas específicas que le gustaría contestar
- Elabora predicciones acerca de lo que se encontrará en la lectura

Durante la lectura:

- Trata de generar imágenes acerca de lo que lee
- Ocasionalmente elabora un resumen de lo leído
- Trata de responder las preguntas planteadas antes de leer
- Determina si sus predicciones fueron correctas

Después de la lectura

- Hace un resumen final de lo que ha leído
- Menciona la utilidad que tendrá información leída.

Para hacer resúmenes de lectura se requiere:

- Quitar la información trivial o redundante
- Reducir la información de listas o series refiriéndose a ella con un solo término o frase
- Buscar generalizaciones que abarquen grandes bloques de información

Uno de los procesos más importantes, ya que se ha adquirido alguna información es el de la **organización**, esto es, distinguir los diferentes aspectos de la información y relacionarlos.

Para ello conviene distinguir los diferentes tipos de contenido, que se presentan en la información, ellos son:

Hechos: Dan información acerca de personas, lugares, cosas, eventos y abstracciones específicas.

Secuencias temporales: Que tiene que ver con la cronología en que suceden los eventos.

Redes causales: Son eventos que llevan a algo, que producen un producto o efecto.

Problema-soluciones: Consiste en señalar un problema y sus posibles soluciones.

Episodios: Son eventos específicos que tienen un lugar, participantes, duración, una causa y efecto.

Generalizaciones: Son oraciones que pueden proveer ejemplos.

Principios: Los principios son generalizaciones que se consideran como reglas generales que se aplican a un contenido y pueden ser: Causa-efecto, correlacional, probabilidad y axiomáticos

Las habilidades que interviene en la adquisición y organización de la información son:

La observación

Interviene cuando se adquiere un conocimiento. Es un proceso de identificación permanente en la interacción del sujeto con su ambiente, se experimenta cotidianamente con los sentidos.

Existen dos tipos:

- Directa. Observación personal de hechos o eventos, identificación de características de objetos o situaciones.
- Indirecta: Es la que observamos mediante, lectura de libros, revistas y periódicos, conversaciones con otras personas, mediante televisión, la radio etc.

Los pasos a seguir en la observación son:

- Delimitar el propósito de la observación
- Definir el tipo de observación: directa o indirecta.
- Enunciar las características del objeto o situación tomando en cuenta el propósito.

El análisis

Es un proceso que constituye una operación de pensamiento compleja que permite dividir el todo en sus partes, de acuerdo con la totalidad que se seleccione, es posible realizar análisis de partes, cualidades, funciones, usos, relaciones, estructura y operaciones.

El procedimiento que se sigue para un análisis es:

- Definir el propósito
- Definir el tipo de análisis que empleará para organizar la información
- Seleccionar un tipo de análisis
- Definir lo que se va a separar
- Separar todo o en sus partes los elementos de acuerdo con el criterio de organización
- Enumerar las partes o los elementos
- Agotar los tipos de análisis seleccionados
- Integrar el análisis de la información organizada

La síntesis

Es un proceso que permite integrar elementos, relaciones, propiedades, o partes para formar entidades o totalidades nuevas y significativas. No existe un proceso único para operacionalizar el proceso de síntesis. A continuación se describe el siguiente:

- Definir el propósito
- Realizar el análisis de conceptos y relaciones
- Elaborar esquemas para enlazar conceptos y relaciones
- Explorar nexos o relaciones entre los elementos del esquema
- Integrar conceptos y relaciones en un contexto determinado
- Elaborar síntesis.

Un ejercicio que podría ayudar a desarrollar la adquisición y organización de la información es a través de la lectura, un ensayo o la elaboración de cualquier

representación gráfica: cuadros sinópticos, mapas conceptuales, esquemas, cuadros de doble entrada, etc.

3a. DIMENSIÓN

Procesamiento de la información.

No basta organizar la información, sino que el aprender implica operar con ella, es decir, desarrollar operaciones mentales tales como, la deducción, la inducción, la comparación, la clasificación, la abstracción, operaciones todas que constituyen una base de pensamiento que habilita al sujeto para trabajar con todo tipo de información. Al igual que las primeras dimensiones, los estudiantes aprenden a problematizarse, a adquirir, a organizar y a procesar paralelamente a la apropiación informativa que realizan, pero estas dimensiones como andamiaje de todo tipo de aprendizajes futuros son la parte más duradera, el basamento del aprender.

Las operaciones mentales se utilizan para ayudar al estudiante a desarrollar sus conocimientos y habilidades, para convertirlas en maneras nuevas e inusuales, extendiéndolas y refinándolas, dando origen a nuevas formas de aprendizaje.

Cuando se parte de una premisa universal, y de ésta se hace referencia a una proposición singular, a este razonamiento se llama **deducción**, la deducción implica la inferencia lógica, cuando alguien razona deductivamente no va más allá de la información que está a la mano. El uso de la deducción es frecuente en la vida diaria. Mucho de lo que se conoce acerca del mundo no fue aprendido explícitamente, pero es deducible de lo ya conocido.

Se pueden hacer deducciones a partir de generalizaciones o principios explícitos, para identificar consecuencias específicas, por ejemplo: todas las aves tienen plumas y a partir de ahí se pueden hacer inferencias específicas que se pueden deducir de la regla general.

Otra forma de propiciar la deducción es presentando oraciones condicionales de “si... entonces...” tratando de que se infieran las consecuencias de este planteamiento: si son verdaderas o falsas.

Todos estos problemas nos llevan a describir de esta manera el proceso:

- a) Identifica generalizaciones o principios que parecen gobernar la situación con la cual se está tratando
- b) Identifica consecuencias específicas de esas generalizaciones o reglas
- c) Actúa de acuerdo con las conclusiones o se extraen basándose en las consecuencias que se han identificado.

La **inducción** se define como el raciocinio que se genera a partir de la observación constante entre fenómenos, o los objetos de conocimiento para buscar la relación esencial, y por lo tanto, universal y necesaria, entre los objetos y los fenómenos. La inducción hace posible extraer conclusiones a partir de objetos de conocimiento específicos. Su factor formativo estriba en su uso consciente y sistemático. En la enseñanza resulta importante para descubrir leyes, principios y generalidades.

Presente información a los estudiantes para que puedan inducir la regla que determina su relación en categorías específicas. Una poderosa estrategia de inducción es proveer a los estudiantes de las categorías y los elementos que están en la información, luego pedirles que induzcan las reglas que determinan su inclusión en las categorías que han identificado. Esta técnica puede ser muy útil cuando se quiera que comprendan mejor las características importantes de un concepto particular.

La técnica de matriz de inducción utiliza una representación gráfica de información de la cual se pueden extraer generalizaciones. Se aplica más

fácilmente a conceptos. Las filas de matriz de inducción contienen los conceptos a considerar. En general todos estos conceptos deben pertenecer a una categoría común. Las columnas de la matriz contienen preguntas para ser respondidas acerca de cada concepto.

	¿En qué asignatura?	¿En qué nivel?	¿En qué estado de la república?	¿Índice nacional?
Reprobados				
Aprobados				
Deserción				
Rezago				

Pasos a seguir en el razonamiento inductivo:

- Observar elementos y características específicas de lo que se está estudiando
- Tomar notas
- Analizar la información recolectada y buscar categorías
- Extraer conclusiones basándose en las categorías observadas.
- Buscar más evidencias que confirmen o desconfirмен las conclusiones
- Si se encuentra una evidencia que contradiga, revise y modifique la conclusión.

En el procesamiento de la información interviene la **comparación** que se define como el proceso básico que constituye el paso previo para establecer relaciones entre las características de objetos o situaciones, nos ayuda a identificar atributos que normalmente no identificamos.

Una manera de ejercitar esta habilidad es presentar los puntos que se van a comparar y las características de cada objeto o situación de manera estructurada.

Cuando se haya hecho la comparación pida a los estudiantes que resuman lo que aprendieron en la actividad. Se sugiere que se presenten dos situaciones de las cuales se puedan encontrar similitudes y diferencias.

En la comparación no estructurada los elementos que se van a comparar son identificados por los propios estudiantes, las características que se comparan son generados por ellos mismos. La técnica es:

- Identificar dos o más puntos del contenido dado
- Generar las características que serán comparadas
- Comparar las características identificadas y por último.
- Resumir lo aprendido en la actividad.

En general este es el procedimiento que utilizamos para comparar:

Identificar el propósito

Identificar las variables que definen el propósito

Dividir la (s) variables (s) en otras más específicas

Especificar las características semejantes y diferentes correspondientes de cada variable.

Esta habilidad puede ser usada en diversas áreas de conocimiento: Ciencias naturales, ciencias sociales, físico-matemáticas, literatura, arte, etc.

Otra forma de procesamiento sería la **clasificación** que consiste en un proceso mental que permite realizar dos tipos de operaciones mentales, una, agrupar conjuntos de objetos en categorías³ denominadas clases y otra establecer

³Proceso lógico que tiende a ordenar la realidad basándose en criterios cualitativos.

categorías conceptuales, esto es, denominaciones abstractas que se refieren a un número limitado de características de objetos o eventos y no a los objetos directamente. El criterio se determina a partir de los factores que queremos organizar en el proceso de clasificación, así como su designación de clases y organización de grupos de características esenciales.

Algunos ejercicios son:

- Presentar las categorías importantes para ciertos contenidos y hacer que pongan en esas categorías elementos previamente identificados por ejemplo en matemáticas puede darles una lista de números del 1 al 100 y las categorías de números; naturales, positivos, negativos, pares, impares, etc. para que los distribuyan en las categorías antes mencionadas.
- Dar categorías a los estudiantes y pedirles que identifiquen los ejemplos o elementos que caben en cada categoría. La diferencia es que en esta técnica los estudiantes deben generar los elementos que pertenecen a cada una de las categorías.

Este es el procedimiento que se sigue en la clasificación:

- Identificar el propósito
- Identificar las características
- Identificar características semejantes y diferentes
- Establecer relaciones entre características
- Identificar variables correspondientes
- Seleccionar variables que definen semejanzas y diferencias
- Definir criterios de clasificación
- Identificar grupos de temas o tópicos que comparten las mismas características
- Asignar a cada tema o tópico las características que le correspondan

- Anotar o describir las características de las clases que los forman

La **abstracción** es inherente a cualquier proceso cognitivo. Es la operación de separar el concepto de un todo concreto, brindando una característica sin existencia independiente. Esta separación no pertenece al orden de realidad, sino a la mente; su resultado es un concepto. Mediante la abstracción se aprende lo esencial del objeto.

Un elemento elegido como objeto de percepción, atención, observación, consideración e investigación es sometido a un proceso de abstracción cuando se aísla de otras partes con las cuales se encuentra en una relación de totalidad.

La estrategia para abstraer incluye los siguientes elementos:

- Identificar una situación en la cual será útil pensar de manera inusual sobre la información.
- Identificar lo que es importante acerca del trozo de información o del tema que se está considerando.
- Escribir la información importante de manera esquemática
- Identificar otra pieza de información que quepa en la forma general

Al principio la habilidad de abstraer debe ser muy estructurada para que los estudiantes adquieran práctica en su utilización. Se podría presentar cualquier historia, evento real o imaginario, por ejemplo un cuento infantil “La cenicienta”, luego se les pide que enlisten los acontecimientos importantes ocurridos en el cuento, esto se podría catalogar como el patrón específico, que se podrá convertir a una forma más abstracta y menos concreta, que implica argumentar los acontecimientos tal y como ocurren. Para abstraer es necesario expresar lo que en el cuento se percibe pero no se explicita, esto es, “Cenicienta hace todo lo posible por ser servicial para mejorar la relación, pero en cambio abusan de

ella” de este ejemplo podemos destacar que la abstracción implica otras habilidades deducción e inferencia. Esto es partir de varios elementos informativos para llegar a una abstracción.

4. DIMENSIÓN

Aplicación de la información.

El ciclo del aprendizaje se consolida en la medida que la información se pone en juego para tratar con problemas reales o posibles.

Hacer prácticas, operar los conceptos, investigar, planear el proyecto, resolver el problema y estudiar casos, entre otros ejercicios, nos permiten utilizar los conocimientos adquiridos de manera significativa, en otro apartado de este documento encontrará una lista de productos que podrán ayudar a que el estudiante evidencie sus procesos, conocimientos y el tipo de habilidades que se están ejercitando.

Para el significado de aprendizajes se requieren tareas multidimensionales, son tareas que involucran una variedad de pensamientos. Por ejemplo podrían incluir clasificación, inducción, abstracción y apoyo.

Para desarrollar el conocimiento de los estudiantes y por tanto propiciar aprendizajes significativos es necesario proponer ejercicios donde se incluyan múltiples operaciones cognoscitivas:

- Indagaciones experimentales. Es el proceso de generar hipótesis para explicar fenómenos físicos y para aprobar luego su validez.
- Resolución de problemas: Es el proceso de lograr una meta a pesar de los obstáculos.
- Toma de decisiones. Es el proceso de elegir entre alternativas aparentemente iguales.
- Invención. Es el proceso de crear algo nuevo.

- Investigación. Es el proceso de llenar lagunas o resolver controversias que existen en la información

5a. DIMENSIÓN

Conciencia del proceso de aprendizaje- Auto evaluación

El sujeto que hace conciencia de la forma como aprende, de los pasos que sigue, que controla cada dimensión y se da cuenta del trayecto de la información, las operaciones y usos de la misma, consigue un método para aprender y con ello su formación puede darse autogestivamente.

Podemos decir que tener conciencia es definir: lo que sabemos y lo que ignoramos y esto nos facilita:

- La planificación de estrategias para buscar información
- El conocimiento consciente de las estrategias que se usan para resolver problemas
- La evaluación de la productividad del pensamiento propio y de otros.

La conciencia de los procesos de aprendizaje nos sirven para:

- Definir problemas y estrategias
- Aplicar estrategias
- Lograr la representación interna de un problema
- Distribuir recursos mentales, materiales, temporales, etc.
- Regular impulsos
- Vencer limitaciones y bloqueos mentales
- Adquirir conocimientos
- Procesar información

- Aplicar modelos de pensamiento
- Supervisar y controlar lo que se piensa y lo que se hace.

Se presenta el cuadro No. 6 para definir actividades de aprendizaje. Para su llenado habrá de considerarse el orden planteado en la trayectoria de unidades o módulos.

El cuadro tiene dos columnas en la de contenido deberán desagregarse los elementos tales como los valores, actitudes, conocimientos y habilidades (que reunidos integran el contenido), y en la columna dos las actividades de aprendizaje elegidas o diseñadas para apropiarse de los contenidos.

Se parte de considerar los cinco dimensiones de aprendizaje, y de aparejar a cada un los elementos del contenido que deberán considerarse con particular atención.

Por su sentido problematizador, interesa que los valores y las actitudes sean un componente central en el planteamiento de las actividades iniciales de la unidad.

Los conocimientos y habilidades psicomotrices, se enunciarán como parte de lo adquirible y organizable (segunda dimensión del aprendizaje).

Las habilidades mentales que se hayan enunciado se acomodarán en un tercer nivel, identificando para ello actividades de aprendizaje de la dimensión tres o de procesamiento.

El conjunto integrado de saberes en su sentido de aplicación, corresponderán a la cuarta dimensión, eligiéndose los diversos tipos de aplicaciones o productos que integren el contenido.

Por último, en la dimensión cinco se volverá al reconocimiento de los valores y la conciencia de la transformación en todos los elementos integradores del contenido.

RELACIÓN ENTRE CONTENIDOS Y ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE: DOS USOS DE LAS DIMENSIONES EN LOS PROGRAMAS DE MATERIA.

La información es un insumo del conocimiento, pero como se señaló en el apartado anterior, es la actividad sobre la información lo que produce el aprendizaje. De ahí que contenidos y actividad se deban considerar de manera integrada. A continuación se presentan dos maneras de pensar la relación entre contenidos y actividades de aprendizaje:

CONTENIDOS EN FUNCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:



Sí lo que importa es enseñar a pensar, sí los aprendizajes fundamentales tienen que ver con el control que los estudiantes logren de las dimensiones del aprendizaje, y de lo que se trata es de que estén habilitados en ellas para que cualquier tipo de información pueda ser manejada ahora y en el futuro, es fundamental reconocer que las estrategias de aprendizaje deberían poner el énfasis en las actividades. ¿Qué tipo de razonamiento requiere esto en la programación? Sí se quiere tener en cuenta de manera prioritaria la actividad de aprendizaje, lo primero que se plantearía como intención en el programa serían las dimensiones:

- Problematización
- Acceso y organización de la información
- Procesamiento de la información
- Aplicaciones

- Autoevaluación

En el siguiente paso se revisarían las unidades y temas del programa para reconocer la función que tienen de acuerdo a cada dimensión.

- Los antecedentes históricos en un curso, debieran servir para reconocer la importancia que tiene determinado objeto de conocimiento en un contexto determinado, la evolución, su actualidad...sobre todo debe sensibilizar al estudiante y disponerlo para trabajar dada la identificación de los tipos de problemas que se resuelven en la actualidad con determinados conceptos, métodos, técnicas, etcétera.
- Las teorías, conceptos, premisas o principios, métodos, técnicas, procedimientos: son la información fundamental que permitirá posteriormente operar a los estudiantes sobre determinado tipo de ejercicios. Por lo tanto la función que juegan para el aprendizaje es la de proporcionar insumos para la reflexión y la acción.
- Se necesitan momentos en el curso en donde esas teorías, principios, métodos y técnicas se utilicen para observar la realidad, o para pensar utilizando la información para integrarla o procesarla. Procesar la información requiere de que las unidades o temas se presenten de modo que hagan que el estudiante: induzca, deduzca, compare, clasifique, abstraiga, analice valores, analice e identifique errores.
- En cada unidad, o por lo menos una unidad del curso, debiera ser dedicada a ejercitar, operar o resolver, de modo que la aplicación del contenido se reconozca como parte del curso.
- Así mismo, la entrega de productos parciales y finales, deberá significar la oportunidad para reconocer lo que se aprendió. El momento para identificar lo que se puede mejorar y las dificultades enfrentadas en el proceso.

A continuación un ejemplo con un programa académico:

Se analiza una unidad del programa de la materia de Mercadotecnia II (Publicidad):

IV. Definición, historia y principales decisiones en publicidad,

Objetivo: al término del curso el estudiante será capaz de reconocer la composición de los mensajes y medios publicitarios y de plantear criterios para la evaluación de la publicidad.

Temas:

Función: ¿?

- 4.1. Conceptos de publicidad
- 4.2. Antecedentes de la publicidad
- 4.3. Objetivos y presupuesto publicitario
- 4.4. Estrategia creativa
- 4.5. Mensajes y medios publicitarios
- 4.6. Evaluación de la publicidad

Visto así el temario, sólo con los nombres, cualquiera de los temas podría cubrir cualquiera de las funciones respecto al aprendizaje. Por ello el enfoque que se dé al tema es lo que lo hace funcionar respecto a determinada dimensión. Veamos una alternativa:

4.1. Conceptos de publicidad. Función PROBLEMATIZADORA

Este tema puesto al inicio del curso puede servir para que el estudiante reconozca lo que sabe de la publicidad. Sí se aborda el tema de modo que los estudiantes se cuestionen sobre la función social de la publicidad, su importancia en el contexto actual y generen preguntas sobre sus estrategias y conceptualizaciones diversas, estaríamos trabajando el tema desde su sentido problematizador.

Sin embargo este mismo tema puede ser por supuesto trabajado en su función INFORMATIVA, considerando que los conceptos de publicidad, serán los que permitirán en los temas siguientes abordar otras funciones como: comparar enfoques publicitarios, o reconocer estrategias.

Así mismo, sí lo que importara en el tema: Conceptos de publicidad, fuera comparar diversos enfoques de acuerdo a distintos autores o prácticas publicitarias, su función sería fundamentalmente PROCESADORA, dado que lo que le plantearía al estudiante sería la necesidad de comparar y tal vez de clasificar los enfoques de acuerdo a determinados criterios.

El tema podría así mismo ser trabajado para que el estudiante desarrolle ejercicios de acuerdo a cada concepto publicitario.

Por último, podría ser trabajado para identificar el concepto integrado de manera personal sobre la publicidad, y compararlo con el de otros compañeros y con los autores.

Es decir, que cualquier tema puede tener cualquier función, lo que importa es la intención del docente al incluirlo en el temario, y lo que busca al plantearlo como insumo de algún tipo de actividad.

Veamos el mismo temario una vez tomada la decisión del tipo de funciones que el contenido tendrá para el aprendizaje:

TEMA	FUNCIÓN
4.1. Antecedentes de la publicidad	Problematizadora
4.2. Conceptos de publicidad	Informativa y procesadora
4.3. Mensajes y medios publicitarios	Informativa y procesadora
4.4. Objetivos y presupuesto publicitario	Aplicativa
4.5. Estrategia creativa	Aplicativa y autoevaluativa

Como puede observarse se hizo un cambio en el orden de los contenidos para plantearlos considerando las dimensiones como fases del aprendizaje.

Actividades consideradas:

4.1. Antecedentes de la publicidad:

Actividades de aprendizaje:

Se interrogará a los estudiantes sobre lo que saben respecto al surgimiento de la publicidad pidiendo que presenten por equipos un mensaje de un producto comercializado en el siglo XVIII, en el XIX, y a principios del siglo XX.

Después se trabajará con una lectura sobre los antecedentes de la publicidad y cada equipo evaluará que tan cerca o lejos se estaba con los ejercicios realizados previamente.

Se completará la actividad planteando los siguientes cuestionamientos:

- ¿La publicidad tiende a desaparecer?
- ¿Qué transformaciones sufrirá en el próximo siglo?
- ¿Hay un sólo tipo de publicidad?
- ¿Cómo se crea un mensaje publicitario?

4.2. Conceptos de publicidad

4.3. Mensajes y medios publicitarios

En estos temas se trabajaría con exposiciones de equipo sobre los diversos enfoques y se solicitaría que se trabajará con ejemplos reales encontrados en medios impresos, radiofónico, televisivo e informáticos.

La actividad medular será el contraste entre los enfoques sobre publicidad, y la clasificación de los mensajes trabajados como ejemplos de acuerdo a dichos enfoques.

Así mismo se caracterizará a los mensajes de acuerdo a los medios de transmisión.

4.4. Objetivos y presupuesto publicitario:

A cada equipo se le asignará un caso publicitario a resolver, de modo que tengan que plantear objetivos y procedimientos para actuar de acuerdo a determinadas necesidades y limitaciones económicas planteadas en el caso.

Cada equipo contará adicionalmente con información sobre los principios básicos del cálculo presupuestario en publicidad.

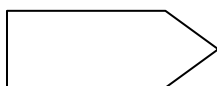
4.5. Estrategia creativa:

A partir del análisis de por lo menos un caso de diseño publicitario, los estudiantes reconocerán el procedimiento seguido y ejercitarán los pasos necesarios en un caso que entregarán como producto final de la unidad.

Los equipos expondrán sus diseños considerando: objetivos, presupuesto y estrategia creativa. Durante la exposición cada equipo evaluará y autoevaluará su trabajo considerando criterios establecidos previamente con el grupo.

II. 2. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE EN FUNCIÓN DE LOS CONTENIDOS:

Actividades de Aprendizaje



CONTENIDOS

También se puede pensar a la inversa, considerando para cada unidad temática las actividades de aprendizaje que propiciarían ciclos completos de aprendizaje. Es decir, trabajar cinco tipos de actividades por unidad. Veamos el mismo ejemplo trabajado de esta manera:

4.1. Conceptos de publicidad

Actividad problematizadora:

Se trabajará por equipos y se pedirá a los estudiantes que elaboren un listado de las cosas de consumo personal y familiar que conocen a través de algún tipo de publicidad, y aquellas que no la contienen de ninguna manera.

Al final del ejercicio contestarán: Qué es la publicidad?

Acceso y organización de información:

Revisarán un cuadro sinóptico con cinco definiciones sobre publicidad

Procesamientos:

Compararán las distintas definiciones y encontrarán los elementos comunes e invariantes para establecer una definición sintética.

Aplicación:

De tarea, buscarán en un periódico de circulación local mensajes publicitarios y los diferenciarán de los propagandísticos, y reconocerán en ellos los elementos básicos de la definición trabajada.

Autoevaluación:

Comentarán en su tarea por escrito lo que consideran que ya sabían acerca del concepto de publicidad y lo que incorporaron a partir del trabajo en esta unidad.

4.2. Antecedentes de la publicidad**Problematizadora:**

Se cuestionará al grupo sobre la idea que tienen del origen de la publicidad considerando tres elementos: los productos publicitables en determinadas épocas pasadas, los medios por los cuales se podía hacer publicidad, las necesidades comerciales. Se pedirá que por equipos elaboren una hipótesis sobre el surgimiento de la publicidad considerando los tres elementos mencionados. La condición es plantear el origen en el momento histórico más alejado del presente para rastrear el antecedente más remoto.

Acceso y organización de información:

Un equipo expondrá conceptos básicos sobre el origen de la publicidad

Procesamientos:

Se solicitará una conclusión sobre la relación entre la evolución de los medios, los modos de producción, las relaciones comerciales internacionales y la evolución previsible de la publicidad contemporánea.

Aplicación:

Después de escuchar un anuncio comercial de los años 60's presentado al grupo en una radiograbadora, los estudiantes compararán con un comercial actual identificando los elementos que han evolucionado y los que han permanecido.

Autoevaluación:

Al igual que en la unidad anterior reconocerán lo que ya sabían y lo que ignoraban sobre los antecedentes de la publicidad.

4.3. Objetivos y presupuesto publicitario**Problematización:**

Se pedirá por equipos que se realice una cotización para desarrollar la publicidad de un producto determinado.

Se cuestionará al final del ejercicio sobre:

¿Qué se propusieron como objetivos de la publicidad?

¿Qué elementos consideraron para la presupuestación?

Acceso y organización de la información:

Se revisarán los procedimientos básicos para el planteamiento de objetivos y desarrollo de presupuesto publicitario.

Procesamientos:

Se contrastarán los conceptos con lo realizado anteriormente y se complementará el ejercicio de presupuestación inicial.

Aplicación:

Se realizará un segundo ejercicio considerando los procedimientos antes vistos.

Autoevaluación:

Se pedirá que cada equipo evalúe lo trabajado por otro equipo e identifique posibles errores de procedimiento. Se hará la retroalimentación mutua de los trabajos.

4.4. Estrategia creativa

Problematización:

Se solicitará a cada equipo que desarrolle un plan para desarrollar la campaña publicitaria trabajada en la unidad anterior.

Acceso y organización de la información:

Se revisarán diversas metodologías para el diseño publicitario en sus elementos más generales.

Procesamientos:

Cada equipo elegirá la metodología que considere más conveniente para el tipo de producto que trabajará, los objetivos y presupuesto con que cuenta.

Aplicación:

Desarrollarán un ejercicio de creatividad por equipos dentro del salón de clases para resolver la publicidad de diversos productos utilizando medios al alcance y considerando las diversas fases de una estrategia creativa.

Autoevaluación:

Se expondrá la estrategia creativa de una campaña publicitaria real y se solicitará a los equipos que comparen lo hecho por el diseñador, y lo planeado por ellos mismos. ¿Qué pasos consideraron iguales? ¿Qué faltó?

4.5. Mensajes y medios publicitarios

Problematización:

Se pedirá a los estudiantes por equipos que conviertan un anuncio de prensa a mensajes transmitidos por cualquier otro medio.

Acceso y organización de la información:

Se revisarán los principios básicos para la elección de los medios de acuerdo al tipo de público y mensajes publicitarios.

Procesamientos:

Se solicitará la elaboración de un cuadro de ventajas y limitaciones de los medios de comunicación respecto a su uso en la publicidad.

Aplicación:

Se solicitará la resolución de un caso por equipo, llegando a la toma de decisiones sobre que medios utilizar en las diversas fases de una campaña publicitaria sobre un producto determinado.

Autoevaluación:

Se solicitará que cada equipo elabore un esquema con los pasos que siguió para poder decidir, y la contribución de cada participante del equipo en la solución planteada.

4.6. Evaluación de la publicidad

Problematización:

Se planteará como trabajo final la evaluación de diez mensajes publicitarios transmitidos a través de cualquier medio por equipo. El primer paso será elegir los mensajes.

Acceso y organización de la información:

Cada equipo investigará , en la bibliografía recomendada para este tema, los elementos básicos para realizar la evaluación de la publicidad.

Procesamientos y Aplicación:

Ambos tipos de actividad se desarrollarán al hacer la evaluación de los diez mensajes.

Autoevaluación:

Se pedirá que integren en el trabajo final la reflexión personal sobre :¿ cuáles son las cualidades que se reconocen para trabajar sobre la publicidad?,

¿cuáles son sus limitaciones?, ¿qué les gustaría desarrollar más en relación a la publicidad?

En este apartado se revisaron dos maneras de pensar en la relación entre los contenidos y las actividades de aprendizaje. Ambos son válidos, y aunque aparentemente sus propósitos son distintos, se puede considerar que en términos de resultados lo que se logra en los dos casos es la interrelación de información y desarrollo del pensamiento.

Por supuesto pensar el programa en términos de las actividades de aprendizaje requiere de una gran creatividad docente.

Bibliografía:

Chan María Elena, Tiburcio Adriana, 2000; Guía para el diseño de materiales educativos orientados al aprendizaje autogestivo.

Marzano Robert, 1999; Dimensiones del aprendizaje, ITESO, Guadalajara, México.