

Creando nuevos medios para el aprendizaje

Por Daniela Santibáñez

Hoy las TICs benefician la creación de espacios educativos y nuevas experiencias cognoscitivas y emocionales, pertinentes para la sociedad actual, centrada en la imagen.

La dependencia de la imagen que existe en nuestra sociedad puede comprenderse a partir de la influencia de la globalización y las nuevas tecnologías que han ido transformando la cultura hacia la visualidad. Hoy en día es casi inevitable no visualizar objetos, ideas, historias, sucesos, mientras desempeñamos actividades diarias, por la inconsciencia con la que sucede. Nicholas Mirzoeff (1999) define a la cultura visual como un aspecto intrínseco de la vida diaria de los seres humanos. En palabras textuales del autor de *An introduction to visual culture*, cultura visual «se refiere a los acontecimientos visuales en los que el consumidor solicita la información, el significado o placer en una interfaz con la tecnología visual». (1999, pág. 3)

Sucesos como la modificación de la percepción del tiempo luego de la invención del cine, el enterarse de lo que sucede en el mundo únicamente a partir de los noticieros de televisión; el posible diagnóstico sobre la salud de un individuo a partir de las imágenes de rayos X —y ni hablar del detalle en tres dimensiones—, son acontecimientos visuales a los que Mirzoeff hace referencia y que dotan a la imagen de una importancia absoluta. Las tecnologías visuales mencionadas son las herramientas (o medios) que continúan dando lugar a este tipo de acontecimientos. Por lo tanto, el papel de las tecnologías visuales como la pintura, la fotografía, el cine o el internet, ha sido clave para calificar de omnipresente a la cultura visual, debido a la fácil producción y proliferación de las imágenes que se han podido originar de ellas y que han dado forma a nuestra existencia. (Freedman & Stuhr)

«Si tenemos en cuenta todo esto, la cultura actual ha impuesto a escala mundial una *folie du voir* que si bien en parte remite al barroco, adquiere modalidades nuevas [...] que tiene su manifestación material en la construcción de una iconosfera [...] que sería una de las capas fundamentales de la semiosfera [...] que constituye el medio cultural del hombre a partir del siglo XX».
(Castañares, 2007, pág. 30).

Es así como la evolución de las tecnologías contribuyó a la globalización y a un cambio cultural general, político, económico, social y de estilos de vida. La manera de experimentar el tiempo y el espacio cambió a raíz de la globalización, considerando las realidades virtuales originadas por tecnologías visuales, creando una nueva experiencia cultural, conectando a las personas a través de varios medios y promoviendo la comunicación, prestándose entre ellas íconos culturales propios y apropiándose de estos, disminuyendo límites y barreras (Vicente,

2008; Freedman & Stuhr; Dias, 2010). Esta cultura global se manifiesta a través de la cultura visual y en el proceso, enseña y modifica la existencia y la identidad, a través de lo aprendido:

«La representación visual juega un papel muy importante en la negociación de nuestras identidades colectivas y culturales».

(Ardévol, cit. por Rayón Rumayo et al., 2010, pág. 120)

Educación y pertinencia: nuevos espacios de aprendizaje

El cambio hacia una cultura visual trajo consigo una serie de transformaciones en el campo de la educación que ya advertía la UNESCO desde 1988 en la Conferencia Mundial sobre la Educación Superior, por la estrecha relación entre el modelo de sociedad resultante del modelo de educación aplicado. Conceptos como calidad y pertinencia se incorporan para lograr la formación de un ser humano integral, a partir de una educación interdisciplinaria, de cooperación basada en la solidaridad, que brinde respuestas a necesidades sociales y estimule la transferencia de conocimientos. (UNESCO, 1998)

Martínez-Salanova, Vicente (2008), Vilalta (2008), Dias (2010) y Santibáñez (2011) coinciden en que las nuevas tecnologías ejercen un rol importante como herramientas que facilitan el proceso de transformación y transferencia de los procesos educativos; pero aseguran también que la preparación de los docentes es imprescindible para aprovechar el recurso de la imagen como una fuente importante de información y conocimiento en un mundo lleno de artefactos tecnológicos. Para esto, se han planteado las siguientes situaciones:

Situación 1. La educomunicación como respuesta y el cómic como vehículo

La educomunicación, campo que relaciona las ciencias de la educación y las ciencias de la comunicación, parecería ser la respuesta de adaptación para una sociedad dominada por la imagen y la capacidad intrínseca de esta de transmitir contenido. Para la educomunicación «es vital aprender a leer tanto textos como imágenes [...] y provocar el interés de las personas para que se descubran como productoras de cultura» (Martínez-Salanova Sánchez); y no abarca únicamente a la educación formal sino que se expande para potenciar la naturaleza social del ser humano por medio de la comunicación.

Dentro de este campo es pertinente resaltar el trabajo de Mario Kaplún al implementar medios no tradicionales en la educación, convirtiéndola en entretenimiento popular.

«Sólo participando, involucrándose, investigando, haciéndose preguntas y buscando respuestas, problematizando y problematizándose, se llega realmente al conocimiento. Se aprende de verdad lo que se vive, lo que se recrea, lo que se reinventa y no lo que simplemente se lee y se escucha».

(Kaplún, 1998, pág. 51)

Partiendo de la experiencia de Kaplún, Santibáñez (2011) analiza el uso del cómic (o novela gráfica) en el campo de la ciencia y tecnología a nivel internacional, y lo propone como medio

ideal para transmitir conocimiento porque logra educar de una manera entretenida. «¿Su secreto? Entra por los ojos» (Ojeda, cit. por Santibáñez, 2011:181).

El autor resalta el uso del cómic como mecanismo persuasivo —sus ventajas promotoras de la imaginación y la lectura—, y detalla una suerte de cronología en la que la utilización del cómic en el ámbito educativo y científico, es cada vez más notoria.

Situación 2. Experiencia e identidad: Prácticas de los museos a nivel internacional

Los museos —al menos aquellos norteamericanos y europeos— han creado nuevas maneras de servir a la sociedad. Las cambiantes motivaciones de visita que poseen las personas se vuelven objeto de estudio, y para responder a una demanda de algo más que una simple, lineal y ya no aceptada instrucción, los museos implementen las TICs para lograr que sus asistentes vivan experiencias memorables. Estas experiencias se manifiestan a partir de una conexión emocional y de un intercambio dinámico que se logra entre asistentes y la institución. (Falk, 2009)

Al incorporar escenarios virtuales, de instalaciones multi-sensoriales con sonidos, olores y artefactos programados para funcionar en conjunto y potenciar el recorrido por el museo, se traslada al asistente a un mundo de espectáculo a ser descubierto, fusionando así la enseñanza con el entretenimiento de los sentidos. (Kotler, Kotler, & I., 2008).

Situación 3. Expandiendo la educación

La accesibilidad a una educación gratuita es posible a través de las redes. En un intento por ayudar a sus familiares separados geográficamente a resolver problemas matemáticos, Salman Khan incursionó en un método de enseñanza totalmente inspirador que lo motivó a fundar seis años después la *Khan Academy*, una organización sin fines de lucro que proporciona educación gratuita a cualquier persona en cualquier lugar, con el apoyo financiero de Bill y Melinda Gates.

Valiéndose de las tecnologías visuales, Khan desarrolló una serie de videos educativos caseros que subió a YouTube (la conocida plataforma para la difusión de videos) para fácil acceso de sus familiares pero también de acceso público. Ahora los videos llegan a más de 3500. En ellos enseña desde aprender a sumar hasta temas complejos en el campo de la física, finanzas, aritmética y que son vistos cientos de miles de veces alrededor del mundo. En busca de su objetivo de mejorar la educación, desarrolló además una plataforma digital con la ayuda de voluntarios destacados en desarrollo de software, que permite poner en práctica lo instruido en los videos para que pueda ser utilizado por padres de familia, tutores, docentes y guías, como un monitoreo de aprendizaje del alumno y obtener así estadísticas de su desempeño (Khan Academy, 2012). De esta manera se fomenta la tutoría como un soporte de valor en el proceso de aprendizaje.

Conclusión

Un aspecto importante de la cultura visual es su capacidad de crear conexiones y romper barreras que afectan la vida de las personas. Sin duda la incorporación de las tecnologías visuales al campo de la educación contribuye a esta accesibilidad: desde el aprendizaje sin restricción de tiempo ni espacio a la posibilidad de creación de nuevos espacios virtuales, digitales (como blogs y aulas virtuales), que estimulan el dialogo y la discusión.

Por lo tanto nuevas estrategias de educación son necesarias. Hablamos de estrategias que incorporen docentes con un rol más humano, de guía, que empleen las tecnologías para formar estudiantes conscientes de la importancia de los procesos sociales y de su entorno, que promuevan una visión más crítica y una participación más activa y responsable que responda a las necesidades de la sociedad.

Publicado el 22/08/2013

Bibliografía:

- Castañares, W. (2007). «Cultura visual y crisis de la experiencia». CIC Cuadernos de Información y Comunicación, 12, 29-48.
- Dias, M. A. (2010). «¿Quién creó este monstruo? Educación y globalización: sus relaciones con la sociedad». Revista Iberoamericana de Educación Superior , 1 (2), 3-19.
- Falk, J. H. (2009). Identity and the Museum Visitor Experience. Walnut Creek, California, United States: Left Coast Press Inc.
- Freedman, K., & Stuhr, P. (s.f.). *Curriculum Change for the 21st Century: Visual Culture in Art Education*. 815-828. Recuperado el 12 de Octubre de 2012 de www.goo.gl/syhx6
- Kaplún, M. (1998). *Una Pedagogía de la Comunicación*. España: Ediciones de la Torre.
- Khan Academy. (2012). *Sobre nosotros*. Recuperado el 10 de 10 de 2012, de [Khan Academy](http://KhanAcademy.com).
- Kotler, N. G., Kotler, P., & I., K. W. (2008). *The Diverse World of Museums*. En *Museum Marketing & Strategy: designing missions, building audiences, generating revenue and resources* (Second ed., págs. 3-20). San Francisco, California, United States: Jossey-Bass A Wiley Imprint.
- Martínez-Salanova Sánchez, E. (s.f.). *Educomunicación*. Recuperado el 19 de Octubre de 2012, de [Grupo Comunicar](http://GrupoComunicar.com).
- Mirzoeff, N. (1999). *What is Visual Culture? An Introduction to Visual Culture* (págs. 1-33). New York, New York: Routledge.
- Rayón Rumayo, L., de las Heras Cuenca, A. M., & Muñoz Martínez, Y. (2010). «La creación y gestión del conocimiento en la enseñanza superior: la autonomía, autorregulación y cooperación en el aprendizaje». RIES Revista Iberoamericana de Educación Superior , 2 (4), 103-122.
- Santibáñez Vásquez, J. D. (2011). *El cómic como medio de educomunicación. El cómic como medio de comunicación de la ciencia y tecnología* (págs. 170-216). Guayaquil, Ecuador: Escuela Superior Politécnica del Litoral - Escuela de Diseño y Comunicación Visual.
- UNESCO. (1998). *Declaración Mundial sobre la Educación Superior*. Recuperado el 1 de 11 de 2012, de [UNESCO](http://UNESCO.org).
- Vicente, S. R. (2008). «El rol de la imagen en el mundo contemporáneo». Huellas, Búsquedas en Artes y

Diseño, (6), 68-75.

- Vilalta, N. C. (2008). «Ciencia, tecnología y sociedad en la literatura de ciencia ficción». CTS Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad , 4 (11), 165-177.

FOROALFA

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/creando-nuevos-medios-para-el-aprendizaje>

