

PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA COMUNICACIÓN DEL TRABAJO

AUTOR: HERMES VILLAREAL



San Marcos

ÍNDICE

Introducción.....	3
Propuesta metodológica para la comunicación del trabajo	5
Las competencias profesionales	7
Las funciones del lenguaje	9
Las funciones	10
Estrategias comunicativas para la presentación de informes	12
Recomendaciones básicas	15
Bibliografía.....	16

INTRODUCCIÓN

Las estrategias comunicacionales son de vital importancia para socializar el conocimiento, sin embargo, no basta con cualquier forma o estilo acostumbrado, hoy día, se cuenta con una gran cantidad de recursos que ofrecen las TIC, que invitan a desarrollar y potenciar la creatividad y la imaginación. Asimismo, es importante desarrollar diversos tipos de recursos que llamen la atención e inviten a la lectura agradable, interactiva y complementaria. La ciencia cuenta con estos recursos para hacer más práctica la difusión del conocimiento científico y accesible a todo tipo de persona en diferentes formatos, lo cual ha permitido, ir dejando a un lado escritos o textos fríos y planos que cansan al lector del siglo XXI, que buscan textos científicos y rigurosos, pero con la posibilidad no sólo de trabajar lo cognitivo, sino también aspectos como, los sentimientos, las sensaciones y las emociones como parte de un texto integral.

Teniendo en cuenta lo anterior, se ha diseñado este referente de pensamiento, con el ánimo de invitar a los estudiantes del curso de psicología de los grupos, a innovar en la presentación de comunicaciones académicas haciendo uso de las herramientas que ofrecen las TIC. En este sentido, se han estructurado tres capítulos con sus respectivos recursos y actividades de aprendizaje, como parte del texto que ayuda a enriquecer los contenidos del curso. En el primer capítulo, encuentran las competencias profesionales que se relacionan con dos tipos de conocimiento: el declarativo y el procedimental, que los estudiantes deben desarrollar durante la carrera de formación disciplinar, las cuales deben evidenciarse en la práctica, la argumentación seria y la aplicación de los conocimientos en el área correspondiente; en el segundo, se aborda el tema de las funciones del lenguaje, se llama la atención sobre la claridad de la intención de cualquier tipo de mensaje que se quiere comunicar y sus posibles efectos en quienes los reciben; finalmente, en el tercero, se exponen algunas estrategias para la difusión creativa de los conocimientos.

Para efectos de una comunicación adecuada con más alternativas estéticas, en este eje ofrecemos algunas estrategias didácticas y herramientas virtuales de internet, sencillas y útiles que se disponen en la web, entre ellas, el video comunitario, el periódico virtual, las presentaciones *Slider* y las presentaciones en *Prezzi*, herramientas que posibilitan el trabajo asincrónico, la participación y el desarrollo de la creatividad y la imaginación.

INTRODUCCIÓN

Para este referente se ha diseñado la siguiente pregunta orientadora:

¿Cuáles son algunas de las estrategias metodológicas para la difusión creativa de conocimientos en la formación y aprendizaje en la modalidad virtual?

Por otra parte, se ha planteado el siguiente propósito educativo:

Los estudiantes socializan y explican los conocimientos adquiridos durante el desarrollo del módulo de psicología de los grupos, a través de un estudio de caso, explicando las características, tipos y estructuras de un grupo por medio de un producto realizado con aplicaciones de internet, fortaleciendo sus competencias profesionales, el uso de las TIC y la construcción de conocimiento.

Como se ha hecho en los referentes anteriores, los estudiantes deben ampliar algunos temas para fortalecer el aprendizaje, por consiguiente, deben consultar los links para acceder a las lecturas y videos que se recomiendan, entre ellas: *“Cómo hacer un periódico utilizando Microsoft Word”* y *“crea tú propio diario o periódico”*. Estos recursos son de acceso libre y están disponibles en la web. Asimismo, les invitamos a realizar las actividades que relacionamos en el desarrollo del presente referente de conocimiento.

Propuesta metodológica para la comunicación del trabajo





Figura 1.
Fuente: Shutterstock/425928187

El trabajo académico es un proceso continuo de aprendizaje de conocimientos, habilidades y competencias que deben reflejarse con un nivel de apropiación conceptual y práctico de la profesión, a través de la comprensión, el uso y manejo de conceptos y metodologías. En este orden de ideas, es necesario destacar las competencias profesionales en este cuarto eje de intencionalidad comunicativa, trabajando especialmente, las competencias declarativas y procedimentales, que se supone son las que deben adquirir a lo largo de la formación en el programa de estudios y que son propias del profesional en psicología.

Las competencias permiten poner en práctica el conocimiento, contextualizarlo, ampliarlo, contrastarlo y recrearlo (entre otras posibilidades), de igual forma, cuando se pone en la práctica el conocimiento o adquiridos, se evidencia el dominio que tenemos sobre el mismo, es decir, conoceremos, qué tanto sabemos de lo que creemos saber y cómo hacemos del conocimiento algo práctico y útil al servicio de la sociedad. Es muy importante, saber comunicar el conocimiento, para eso está la pedagogía y una serie de herramientas didácticas que ayudan a la socialización adecuada e incentivar el diálogo con otros conocimientos y profesionales no necesariamente de nuestra profesión, lo cual, enriquece el conocimiento. Ese es el sentido, interactuar, comunicar e intercambiar y construir nuevos conocimientos.

Normalmente, se suele asegurar que tenemos claridad cuando comunicamos algún tema, aunque no siempre ocurre, sobre todo cuando no tenemos dominio sobre el tema, en otro caso, cuando desconocemos quién es el público, sus características culturales, credos, etc., el público es un actor fundamental en la comunicación, por consiguiente, toda comunicación, mensaje o diálogo debe ser clara y precisa, bien sea, escrita u oral, que todo público indistintamente del nivel educativo, cultural, social y económico, debe comprender lo que se quiere comunicar, las ideas, los objetivos y el contenido del mensaje, de ahí la importancia de la pieza comunicativa, que debe tener un diseño agradable, preciso, contextualizado, con fuentes verificables, apoyada en diferentes recursos: videos, imágenes, fotografías, gráficos, cuidando de no estar saturada en ninguna forma.

Las competencias profesionales



Instrucción

Antes de comenzar revisemos el recurso infografía sobre competencias.

Se reconocen dos tipos de competencias como principales y relacionadas con dos tipos de conocimientos, según Pozo (1996), existe un conocimiento de tipo declarativo que está relacionado con el saber acerca de la realidad y de las cosas y otro tipo de conocimiento procedimental, vinculado con el hacer y con el ejercicio de destrezas y habilidades para resolver determinados problemas, estas dos competencias deben estar integradas en todo proceso que desarrolle el profesional.

Quiero resaltar que, sólo hacemos referencia al uso de estas dos competencias como parte del quehacer profesional, de la praxis, no se hace referencia a las condiciones personales o aptitudinales requeridas para una tarea específica, ni de aquellas de orden psicológico en las que se buscan rasgos de personalidad. Es decir, lo que interesa es el desempeño con una tarea determinada a partir de una experiencia en la que se articulan saberes y que el profesional desarrolla de manera automática, expresando un conocimiento tácito: datos, teoría, situación, condiciones, normas, reglas; y procedimental: habilidades, destrezas, técnicas relacionadas con lo que sabe hacer.

Ahora bien, estas competencias del conocimiento declarativo (lo que se conoce) y conocimiento procedimental (lo que se sabe hacer) son las que nos interesan en este curso. De igual manera, pondremos algunas estrategias para desarrollar en este eje. Teniendo en cuenta lo anterior, la estrategia nos debe permitir establecer la metodología y los objetivos de la intencionalidad comunicativa:

1. Los objetivos nos deben llevar a preguntarnos sobre lo que perseguimos o buscamos, por ejemplo:
 - Conocimiento sobre el tema y dar a conocer resultados.
 - Fundamentar desde la disciplina un problema.
 - Proponer soluciones desde el campo disciplinar.
2. Las intencionalidades específicas que se persiguen y se desean comunicar:
 - Informar.
 - Proponer estrategias de cambio.
 - Diseñar propuestas de trabajo grupal.
 - Hacer diagnósticos sociales.
3. Las intencionalidades formativas sobre lo que buscamos lograr:
 - Pensamiento crítico.
 - Capacidades personales.
 - Habilidades sociales.
 - Participación política.

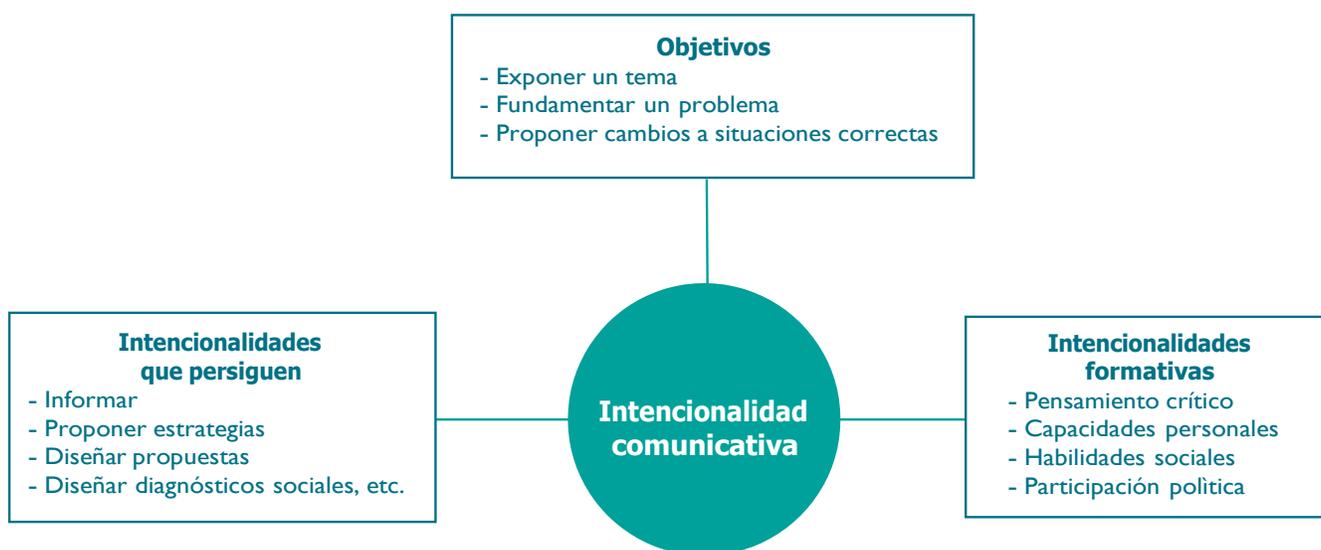


Figura 2. Esquema intencionalidades comunicativas
Fuente: propia

En el esquema se presentan las que pueden ser algunas y diferentes intencionalidades, no se pretende, determinar que sean estas u otras, son simplemente ejemplos, porque estas pueden variar de acuerdo a las necesidades o intereses del proyecto en cuestión. Lo que importa ahora, es destacar cómo se ubican las competencias profesionales, las declarativas y las procedimentales, en el esquema, no se aprecian de manera taxativa, sin embargo, podemos observar que en los objetivos se ven mejor referenciadas las declarativas, las procedimentales estarían en las intencionalidades que se persiguen, y en las formativas se imbrican las dos competencias.

Es necesario aclarar que toda intencionalidad comunicativa está relacionada con las funciones del lenguaje, lo cual vamos a señalar de manera muy general, pues el tema requiere de tiempo y espacio que en este documento no es posible allanar. De manera muy sencilla expondremos las seis funciones del lenguaje señaladas por Román Jakobson, que recoge Pierre Guiraud (1997), en la semiología. Igualmente, dejar claro, que, en la comunicación, la modalidad que sea, están presentes los diversos lenguajes, signos, códigos, señales, subsistemas de comunicación que, por consiguiente, hacen parte de la semiología, pues ella es *“la ciencia que estudia los sistemas de signos”* (Guiraud, 1997) en el seno de la sociedad.

Las funciones del lenguaje



Video

Revisemos previamente el recurso videocápsula:
funciones del lenguaje.

https://www.youtube.com/watch?v=J2iSogg_ynM

Antes de entrar en las funciones del lenguaje, revisemos un poco el objetivo del signo, que trata de comunicar ideas a través de mensajes. Jakobson presenta un esquema que nos sirve de base para tenerla en cuenta, en la que nos habla de que existe:

- a. Una cosa de la que se habla, es decir, el referente.
- b. Un medio.
- c. Un código.
- d. Un medio de transmisión.
- e. Un emisor.
- f. Un destinatario.

A partir de ese esquema, se definen las seis funciones lingüísticas y su análisis (mutatis mutandis).

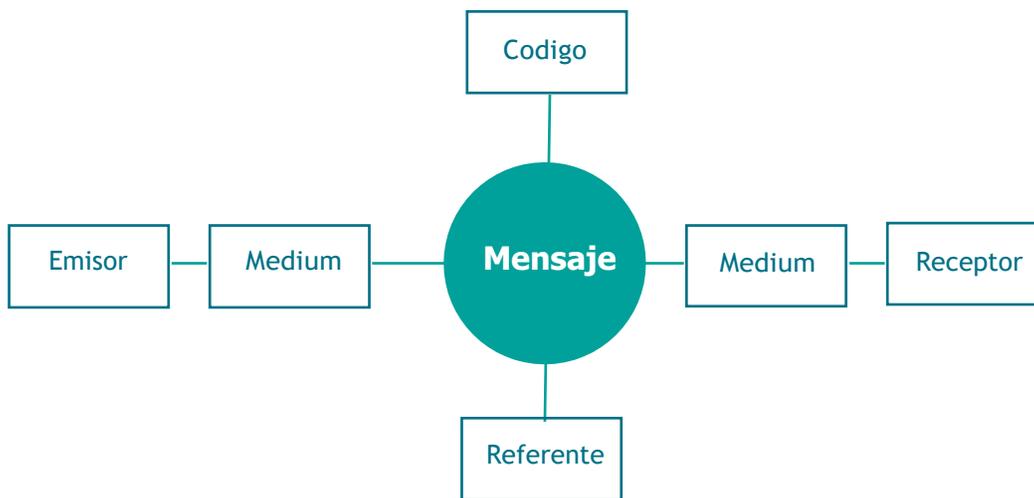


Figura 3. Las funciones lingüísticas
Fuente: Pierre Guiraud, 1997

El gráfico nos muestra las relaciones entre cada aspecto de la comunicación, el tema, los medios, signos, códigos y objetivos, es la regla para una comunicación planteada desde este esquema, no quiere decir, que no exista la información de retorno de la comunicación, es decir, un diálogo interactivo, dinámico y de doble vía. El diálogo debe estar mediado por “otro”, sin ese “otro” no hay diálogo ni comunicación, y esa mediación, constituye un diálogo en el que se puede presentar la confrontación, la contradicción de ideas o posturas políticas e ideológicas. El problema de las funciones está vinculado al medio de comunicación (el vehículo del mensaje), la forma en que se transmite o da a conocer el interés de la comunicación.

Las funciones

La función referencial es la base de toda comunicación, define las relaciones entre el mensaje y el objeto al que hace referencia. Es importante, que el referente esté fundamentado en información verdadera, objetiva, observable y verificable. Se debe evitar todo tipo de confusión entre el signo y el tema del que se habla, entre el mensaje y la realidad codificada.



Figura 4.
Fuente: Shutterstock/127585232



Figura 5.
Fuente: propia



Ejemplo

Un ejemplo es cuando se pone una palabra entre comillas y precisamos el sentido que se le atribuye señalando de donde se extrae el significado, así la función metalingüística evita caer en errores o interpretaciones fuera de contexto.

Como señalamos anteriormente, esperamos que, con estos presupuestos de la comunicación, se pueda llevar a cabo un ejercicio pedagógico, manteniendo los criterios para presentar una pieza comunicativa sobre un informe, proyecto, sistematización, monografía, cartilla o cualquier otro tipo de documento, a través de un medio de comunicación alternativo. Los elementos como el esquema de las intencionalidades comunicativas, ubica las competencias declarativas y procedimentales y las funciones del lenguaje, como hemos señalado, el objeto de la comunicación, y las precauciones que debemos tener para no tergiversar o dar una información errática.



Instrucción

Para finalizar este tema, le invitamos revisar la actividad de aprendizaje: videopregunta.

Estrategias comunicativas para la presentación de informes

Ahora pasemos a la parte práctica teniendo en cuenta los apartados anteriores para proponer algunas iniciativas. Antes quiero llamar la atención en lo siguiente. estamos en los albores del siglo XXI participando de una metodología mediada por las tecnologías de la información y la comunicación -TIC-, llamados a utilizar un sinnúmero de recursos tecnológicos de fácil uso y accesibles a cualquier persona, nos invita a superar muchas barreras sobre todo en el tema de nueva formas de aprendizaje, romper con la dependencia del profesor o tutor, pues los encuentros son, algunos sincrónicos (muy esporádicos) y asincrónicos, en la mayor parte del tiempo, el estudiante debe ser autónomo y autorregularse en el aprendizaje.

Es muy importante para realizar el trabajo académico recurrir a los aplicativos y herramientas de la web 2.0 y 3.0, para elaborar documentos de todo tipo, algunas herramientas y aplicaciones que pueden utilizar de forma gratuita son:

- Para sitios: Google Sites.
- Para cursos a distancia (e-learning) con udutu, BuddySchool.
- Para Blogs: WordPress o Blogger.
- Para audio con Goear o SkreemR.
- Para videos con YouTube, TeacherTube.
- Para documentos en línea Google Docs.
- Para presentaciones SlideShare.
- Para mapas conceptuales Cmap.
- Para crear radios Pandora.
- Para construir información en grupo wikis.
- Redes sociales Facebook, Xing, LinkedIn, Myspace, que son repositorios de bibliotecas y se pueden hacer videos.
- Para imágenes: Picassa o Flickr (smush.it o photoshop express).

También encontramos bases de datos muy útiles para la consulta de temas científicos, artísticos, tecnológicos, etc., en general es información actualizada en todos los campos del conocimiento y de diversos saberes, la mayoría de estas bases de datos son gratis y de libre acceso, es importante tener en cuenta que sean revistas serias y ojalá indexadas, que le dan confiabilidad y fidelidad a los recursos.

.

Es muy importante conocer estos recursos, pues vemos que todavía en educación a distancia o virtual se trabaja como si estuviéramos en metodología presencial, entonces, el llamado es a escribir en otro tipo de formatos o multiformatos para dar rienda suelta a la creatividad, dejar volar la imaginación y potenciar la inteligencia.

Teniendo en cuenta las posibilidades que nos ofrecen las TIC, podemos hacer un **video comunitario** sencillo para presentar un informe académico, para lo cual, lo primero que se debe hacer es la estructura del guion. La ventaja es que se puede hacer con el celular o cámara fotográfica y no sale costoso y sí ofrece muchas posibilidades para desarrollar la creatividad y una buena presentación. Veamos algunos puntos para realizar un video básico.



Es una técnica para grabar escenas de una comunidad o grupo en la que se reflejan aspectos de la vida cotidiana, generalmente, son experiencias directas que no requieren obligatoriamente de un libreto, sin embargo, es posible diseñar un guion de las secuencias y escenas que se desean grabar.

Elemento 1	Descripción- Encabezado de escenas		
Tomas	Encabezado: nombre del tema		
2	Definir: número de escenas y los lugares donde se van a realizar.	Interior	Exterior
		Una habitación	Un parque
3	Definir el momento del día.	Tarde	Noche

Tabla 1. Criterios básicos para el video didáctico
Fuente: propia

Elemento 2	Descripción de la acción		
Escena 1	Personajes	Situación	Conflicto
2	Personajes	Situación	Conflicto
3			

Tabla 2. Criterios básicos para el video didáctico
Fuente: propia

Elemento 3	Construcción de los diálogos		
Escena 1	Personajes	Espacio y tiempo	Lugar
2	Personajes	Espacio y tiempo	Lugar

Tabla 3. Criterios básicos para el video didáctico
Fuente: propia

Recomendaciones básicas

El libreto debe tener una duración de 15 a 25 minutos, no se recomienda de más tiempo, especialmente cuando son didácticos. Este debe mostrar: conflicto, nudo y desenlace, en un tiempo (presente, pasado), y espacio (lugar donde se desarrolla la escena). También debe cuidar de la iluminación de tal manera que las escenas no queden saturadas. Es importante presentar en el video, imágenes alusivas al tema que se está tratando y en tiempo presente. Una vez terminado el video, se debe subir a YouTube y publicar el enlace en el sitio sugerido por el tutor.

BIBLIOGRAFÍA

3w2. [3w2]. (2016, mayo 9). 1 - Curso - Crea tu propio diario o periódico digital. Introducción [Archivo de video]. Recuperado de <https://youtu.be/Vpx1AupwXlk>

Guiraud, P. (1995). *La semiología*. Madrid, España: Siglo XXI.

Pozo, I. (1996). *Aprendices y maestros*. Madrid, España: Alianza Editorial.

wikiHow. (s.f.). Cómo hacer un periódico utilizando Microsoft Word. Recuperado de <https://es.wikihow.com/hacer-un-peri%C3%B3dico-utilizando-Microsoft-Word>



www.usanmarcos.ac.cr

San José, Costa Rica