

SEMINARIO OPTATIVO:

DESARROLLO DE RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE Y LA PROMOCIÓN.

**Gladys Añorve Añorve
José Laureano Novelo**

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Universidad Pedagógica Nacional
Licenciatura en Intervención educativa 2002
Área de formación: Línea terminal en educación de las personas jóvenes y adultas
Campo de competencia curricular: saber hacer
Semestre: 7° Semestre
Créditos 10

PRESENTACIÓN

Uno de los problemas más frecuentes en el campo de la educación de las personas adultas es la falta de socialización y visibilidad de los proyectos y acciones socioeducativas que se realizan a favor del campo, por lo que quienes se trabajan este aspecto tienen serios problemas para involucrar a los destinatarios de una manera efectiva, en virtud de que en la mayoría de las ocasiones la promoción y difusión que se realiza no responde a las necesidades culturales, sociales y económicas, e inquietudes de las personas destinatarias, aunado a esto los medios y materiales usados frecuentemente son diseñados de manera rígida, tradicional y sin adaptarlos a las realidades concretas donde son aplicadas. Esta situación genera grandes esfuerzos tanto económicos, humanos, materiales y de tiempo para incorporar beneficiarios a las acciones socioeducativas.

Una vez captada la población objetivo, las y los profesionales de la educación de adultos, enfrentan otra problemática dentro de los procesos de enseñanza y aprendizaje, dicha problemática se centra en la realización y uso de materiales y recursos didácticos en los cuales, de manera general, no consideran diversos las características y necesidades de aprendizaje de los destinatarios, así como sus estilos de aprendizaje, elementos necesarios para análisis, reflexión de diversos contenidos, experiencias, metodologías, integración de grupos y equipos de trabajo.

La ausencia, mal uso o diseño de recursos didácticos, influye en los resultados de aprendizaje e impacto de las acciones educativas, esto ha provocado que la labor educativa se centre en métodos tradicionales, por demás inapropiados y obsoletos.

Debido a que el diseño y uso de recursos didácticos son un elementos importantes que coadyuvan a facilitar los procesos de enseñanza y aprendizaje, es necesario que el profesionista de la educación, sepa elaborarlos y utilizarlos oportunamente, considerando las características de los sujetos, así como sus necesidades de aprendizaje.

Por último, una situación problemática de las instituciones u organismos no gubernamentales que proporcionan servicios no tangibles a la población adultas, lo constituye la forma de difusión de los resultados, en el marco de la rendición de cuentas, de manera tal que con éstas acciones se pueda dar visibilidad a los impactos de las acciones a través de las cuales se enfrentan las distintas problemáticas y necesidades sociales.

Por lo anteriormente expuesto, la línea de formación específica en adultos, contempla este seminario taller, que pertenece al 7º semestre, con el cual se pretende que las alumnas y alumnos logran desarrollar la siguiente competencia:

COMPETENCIA

Promover y difundir, las acciones y proyectos socioeducativos con una actitud de respeto a la diversidad de los sujetos que participan en ellos en una perspectiva de apropiación democrática, al mismo tiempo, se diseñarán materiales y recursos didácticos que favorezcan los procesos de aprendizaje.

OBJETIVO GENERAL

Diseñen una campaña de promoción social y difusión, considerando los destinatarios como los contextos sociales, culturales y económicos de las comunidades, a partir de revisar los elementos básicos de la comunicación social de servicios no tangibles.

Elaboren recursos didácticos que contribuyan a favorecer los aprendizajes de las personas jóvenes y adultas tomando en cuenta los materiales del medio ambiente.

CONTENIDOS

Bloque I. Promoción de proyectos

1.1 La importancia y dificultades de la promoción de servicios no tangibles.

1.2 Identificación de los destinatarios.

- a) Características
- b) Necesidades
- c) Conductas
- d) Priorización de problemáticas a atender.

1.3 Diseño de estrategia de promoción

- a) Concepto del producto social a promover.
- b) Diseño de la presentación a los destinatarios
- c) Características de los mensajes
- d) Planeación de campaña
- e) Distribución considerando las estrategias y recursos disponibles
- f) Distribución en diferentes puntos concurridos por los destinatarios

1.4 Elementos teórico-metodológicos de la comunicación social.

- a) Uso social de la comunicación
- b) La comunicación en la promoción social
- c) Comunicación masiva
- d) Comunicación selectiva
- e) Comunicación personal
- f) Importancia e impacto de los medios

1.5 Diseño de materiales de promoción.

- a) a) Impresos (Texto guía, Manuales, Cartel, Tríptico, Folletos, Periódicos murales, Historieta, Fotografías, Láminas.)
- b) Auditivos (Audiocassette, Audioconferencia).
- c) Audiovisuales (Vídeo, Videoconferencia).
- d) Informáticos (Computadora más software herramienta, sistema multimedia).
- e) Nuevas Tecnologías de la Informática: (Internet: Correo electrónico, foros de discusión, Web, Chat: tv interactiva, etc
 - o Características de los materiales.
 - o Análisis de productos sociales
 - o Código de lenguaje en los materiales
 - o Expresión y creatividad en cada material
 - o Uso del lenguaje.

Bloque 2. Recursos didácticos para las personas jóvenes y adultas.

2.1 Conceptos básicos

- a) Recurso didáctico
- b) Auxiliares didácticos
- c) Recursos del aprendizaje
- d) Técnicas grupales como recursos didácticos.
- e) Las guías, cuadernillos etc., como favorecedores del aprendizaje.

2.2 Diseño y uso de recursos del aprendizaje.

- a) Características de los materiales dirigidos a adolescentes y personas adultas.
- b) .La tarea como base de comunicación
- c) Los guiones como recursos didácticos.
- d) Elaboración y uso de rotafolios

- e) Uso del Video, películas, documentales, TV y radio.
- f) Diseño de historietas
- g) Diseño de letreros, en diferentes materiales.
- h) Diseño y uso del power point.
- i) Elaboración y uso de materiales para procesos de enseñanza-aprendizaje, específicos de la comunidad.

Bloque 3 Seguimiento y evaluación de la promoción.

3.1 Evaluación de promoción

- Indicadores, planeación, ejecución, impacto inicial

3.2 Evaluación de materiales de campaña.

- Indicadores: uso, atracción, mensaje impacto.

3.3. Difusión de resultados

- Identificación de destinatarios
- Diseño de campaña de difusión
- Ejecución

Bloque 4 Evaluación de los recursos didácticos

4.1 Pertinencia

4.2 Seguimiento en el uso

4.3 Impacto en los aprendizajes y/o en la población de acuerdo a objetivos.

4.4 Criterios para evaluación de los recursos

4.5 Indicadores de evaluación de los recursos.

SUGERENCIAS METODOLÓGICAS

Las educadoras y los educadores de personas adultas se enfrenta frecuentemente ante el reto de diseñar y elaborar tanto materiales educativos como medios de promoción y difusión, de aquí será importante que las temáticas de seminario se aborden con la participación del grupo en el diseño de materiales y o recursos didácticos, a fin recoger las experiencias y posibilitar el mejoramiento en su uso y diseño.

Por otro lado, será necesario que a lo largo del semestre se diseñe una campaña en la que se promueva alguna estrategia para una problemática específica, en la que el grupo realice las aportaciones pertinentes para su seguimiento y evaluación.

Otra estrategia será que los y las estudiantes, a partir de un tema de su interés, o bien, del proyecto socioeducativo que está desarrollando en su seminario de tesis, elaborará, a lo largo del curso, diversos materiales educativos que le permitan sistematizar su aplicación en distintos contextos educativos.

Derivado de lo anterior el contenido temático del seminario-taller estará determinado a promover la participación de los y las estudiantes para que a partir de una reflexión práctica elabore materiales didácticos y diseñe una campaña.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

De acuerdo a las distintas temáticas derivadas de las competencias, es necesario que los estudiantes muestren evidencias a lo largo del semestre de:

Diseño y ejecución de una campaña de promoción.

- Planeación
- Diagnóstico de los destinatarios.
- Presentación de los mensajes
- Tipo de comunicación
- Uso del medio
- Distribución de los materiales de promoción y /o difusión.

Diseño y uso efectivo de los distintos materiales para la enseñanza y el aprendizaje.

Manejo de recursos en determinados contextos.

Creatividad en la elaboración de recursos

Observación de las características de los materiales.

BIBLIOGRAFÍA

BAENA, Guillermina. *La comunicación en el trabajo comunitario*. México, Pax, 1989.

CABELLO Martínez, María J. *Didáctica y educación de personas adultas*. Málaga, España, Ediciones Aljibe, 1997.

DEDE, Chris (comp.). *Aprendiendo con tecnología*. México, Paidós, 2000.

Didáctica de los medios de comunicación. Lecturas, México, SEP-Pronap, 1998.

FERREZ, Joan. *Televisión y educación*. España, Paidós, 1994.

GARCÍA Sánchez, José Luis. *Lenguaje audiovisual*. México, Alhambra, 1988.

HERNÁNDEZ, Guadalupe y Aurora Alonso. "Modelos educativos y esquemas comunicacionales", en: *Comunicación y educación*. Fascículo, Curso Multimedia de Educación para los Medios, México, SEP-UPN, 1994.

KAPLÚN, Gabriel. "Materiales educativos que no educan, materiales no educativos que educan", en: *La Piragua*. N° 12-13, Revista Latinoamericana de Educación y Política, CEAAL.

QUINTANA, José María. *Pedagogía comunitaria. Perspectivas mundiales de educación de adultos*. Madrid, Narcea, 1991.

REPARAZ, Charo, et al. *Integración curricular de las nuevas tecnologías*. Barcelona, Ed. Ariel Practicum, 2000.

SCHMELKES, Silvia. "Las necesidades básicas de aprendizaje de los jóvenes y adultos en América Latina", en: OSORIO J. y J. Rivero (org.). *Construyendo la modernidad educativa*. UNESCO/OREALC-CEAAL-Tarea, Lima, Perú. 1996.

TAPSCOTT, Don. *Creciendo en un entorno digital. La generación net*. Bogotá, Ed. McGraw-Hill.