

Pedagogías digitales y narrativas transmedia

GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ

Se examinan las pedagogías digitales más representativas que se han desarrollado en Venezuela durante el siglo XXI. Este tema es un punto de partida para delinear una serie de orientaciones básicas que deberían considerarse en los métodos de alfabetización digital que fomenten lecturas advertidas y creativas de las narrativas transmedia a partir del contexto cultural de los prosumidores.

I. PENSAR LAS PEDAGOGÍAS DIGITALES Y LAS NARRATIVAS TRANSMEDIA DESDE LA CULTURA

I.1. La pedagogía digital solo tiene sentido si atiende al consumo cultural de los info-ciudadanos. Esta información de primera fuente debe ser considerada por el docente al momento de proponer didácticas sobre el uso de medios masivos e Internet. Así pues, la educación en medios digitales debe tener presente que:

Desde el punto de vista de los intereses juveniles, es decir, de los usos y gratificaciones, sigue manteniéndose la tendencia de la búsqueda de las *satisfacciones vinculadas al entretenimiento y la diversión, muy por encima de las informativas y formativas*. La caída de la lectura, sea de prensa periódica, revistas y libros es la más significativa, y más aún el descenso del deporte, convertido más en un espectáculo, que en una actividad física. (Aguirre, 2020: 30. *Cursivas nuestras*)

I.2. Es imprescindible discernir las tecnologías en el ámbito educativo. Computadoras, tabletas, telefonía móvil y videojuegos son artefactos que convergen con la industria creativa multimedia y con la producción de aplicaciones y servicios tecnológicos. No incurrir en el uso instrumental de Internet y medios electrónicos. Hay que saber por qué, cómo y para qué se van a utilizar las tecnologías en el ámbito educativo. Imprescindible preguntarse sobre el consumo de los ciudadanos desde estos asuntos: intereses culturales, gustos y preferencias, usos y gratificaciones, relaciones íntimas, privadas y públicas con las comunidades digitales, agenda temática de orden informativo y de entretenimiento.

I.3. Aun cuando no se puede menoscabar el poder de emisión de los medios masivos y de las redes sociales, estas entidades no son las únicas que median en la interpretación de la realidad. Por lo tanto, hay que considerar otras fuentes informativas que influyen en el orden cognoscitivo, institucional, videotecnológico, situacional y referencial y que confieren significados a la

DOSSIER

cultura (Orozco, 1996, 2001). Escuelas, universidades, familia y amigos, son agencias de mediación que tienen mucho que decir y aportar sobre la cultura. En suma, hay que reiterar la premisa de que no solo los medios intervienen lo que atañe a la concepción y representación de la realidad. Dirá el mismo Orozco (1991: 73) que la mediación es: “El conjunto de influencias que estructuran el proceso de aprendizaje y sus resultados, provenientes tanto de la mente del sujeto como de su contexto socio-cultural”.

Se conoce de la existencia de la educación mediática en Venezuela desde la década de los sesenta del siglo XX. Que no haya calado en el magisterio es un asunto que habría que indagar a fondo y en otro momento (...)

I.4. Manuel Martín Serrano, citado por Marcelino Bisbal (2020: 12), predijo hace ya veinticinco años las influencias de las mediaciones videotecnológicas en el mundo. Menciono de manera literal tres de ellas:

- ▀ *Teletrabajo y autoformación.* Las tecnologías multimedia se habrán incorporado a la vida cotidiana cuando las familias se sirvan de ellas en las actividades relacionadas con el trabajo, la formación y la cultura, los usos privados de la información y el acceso a la información pública.
- ▀ *Aislamiento social.* Estamos solo en el inicio de una tendencia que parece orientarse hacia el procesamiento y el consumo de información en condiciones de aislamiento físico y emocional. Seguramente, en un futuro próximo, este hecho constituya un problema de dimensiones considerables.
- ▀ *Necesidad de formación en educación mediática e informacional.* Todo parece indicar que en el futuro los mismos aparatos y las mismas competencias que sean necesarias para utilizar la información o esparcimiento son las que se van a requerir para el empleo formativo y el uso profesional de la información.

I.5. Urge que la educación en Internet en Venezuela discierna sobre estos problemas apremiantes: adicción tecnológica, ludopatía, apatía social, desestructuración cognitiva, infoxicación, infobecidad, identidades palimpsesto, debilidad ante el compromiso social, inconsecuencialidad en las relaciones afectivas, virtualización de las relaciones, ciber-pornografía. (Aguirre, 2020). Investigación reciente sobre usos de las redes sociales en España confirma que el *sexting* es una de las prácticas en las que los jóvenes exploran su sexualidad. “Tanto para chicos como para las chicas el sexting es una invitación para participar en actividades sexuales. Las chicas están más involucradas como víctimas del sexting, sufriendo las consecuencias negativas de este fenómeno.” (Ojeda, Del-Rey, Walrave, 2020: 15). Otro estudio realizado en España da cuenta de que: “[...] un elevado número de adolescentes hace uso de la tecnología a todas horas, sin ninguna formación ni control por parte de adultos. Los jóvenes más asiduos al uso de las TIC son los que mayor nivel de estrés presentan, tanto por el uso prolongado, como por la carencia de la posibilidad de uso.” (Díaz-López, Maquilón-Sánchez, Mirete-Ruiz, 2020:37).

II. DE LA EDUCACIÓN MEDIÁTICA A LAS PEDAGOGÍAS DIGITALES

II.1. Se conoce de la existencia de la educación mediática en Venezuela desde la década de los sesenta del siglo XX. Que no haya calado en el magisterio es un asunto que habría que indagar a fondo y en otro momento a través de un análisis exhaustivo de los planes de la nación en materia de educación, cultura y comunicación. En cambio, la educación informal que abarca la participación de monitores culturales, escuela de padres, animadores de pastoral, organizaciones populares, grupos de ciudadanos, fundaciones, ha sido un sector muy activo que sí ha abrazado, históricamente, la tarea de concientizar en medios de comunicación. Para Jenkins (2006: 278), el aprendizaje informal en la sociedad red:

[...] tiene lugar fuera de la clase formal, incluidos los programas extracurriculares y extraescolares, la escolarización en casa, y las clases en museos y otras instituciones públicas, así como el aprendizaje menos estructurado que tiene lugar cuando la gente entra en contacto con nuevas ideas a través de su implicación en los medios informativos y de entretenimiento o en sus interacciones sociales.

II.2. En estos últimos veinte años de régimen despótico en Venezuela, el currículo escolar ha estado sesgado por la visión política y prusiana del régimen, que obstaculiza la posibilidad de un Estado docente democrático, que no alberga la idea de una sociedad de la comunicación y del conocimiento. Diálogo y saber están en terapia intensiva. (Hernández Díaz, 1998, 2008, 2010a, 2010b). Tampoco es el momento de discernir sobre la situación de la educación en Venezuela en este siglo XXI. Pero un programa de cibercultura no puede dejar al margen la precariedad económica y social que aciaga al país. Uno de los desafíos que tendremos que encarar cuando se recupere la democracia es cómo reconstruir el contexto educativo de escolares y universitarios. Las cifras hasta ahora son calamitosas y se han agravado, obviamente, con la pandemia:

Entre 2015 y 2017 el acceso a la educación entre la población de 3 a 24 años, en promedio, descendió de 78% a 71%. Esto significa que poco más de 9,3 millones de niños y jóvenes en ese rango de edad asisten a clases. Seis de cada 10 jóvenes entre 18 y 24 años no acceden a la educación superior. Esto implica un aumento de 10% versus el año 2016. Cuatro de cada 10 niños y adolescentes entre 3 y 17 años (38%) dejan de asistir a clases por distintas causas, incluyendo problemas de transporte, apagones o falta de alimentación. (Aguirre, 2020: 14)

II.3. Mario Kaplún, José Martínez de Toda y Guillermo Orozco son tres autores clave para comprender la evolución de la educación mediática en Venezuela desde la década de los sesenta hasta comienzos del año 2000. Nos referimos a una modalidad educativa que desarrolla métodos para comprender los medios tradicionales, cine, radio, televisión, medios impresos y que abrevan, en lo fundamental, de estos modelos teóricos: mediaciones sociales, estudios culturales, socio-

semiótica, teoría crítica de la comunicación, construccionismo social, psicología de la educación, enfoques del aprendizaje de Vygotsky, Bruner, Piaget, Ausubel, Freire.




II.4. Mario Kaplún (1979, 1986) propone un método de lectura crítica de los medios que se basa en seis aspectos, a saber: audiovisual, inductivo y participativo, conocimiento gradual, análisis semiótico, divulgativa, vivencial y participativa. Otra de las propuestas educativas integrales en pedagogía de los medios es la del investigador en comunicación Martínez de Toda (1997). Su método contempla seis dimensiones temáticas para comprender el funcionamiento sociocultural y económico de los medios masivos: lectura crítica, alfabetizada, creativa, consciente, social y activa. Y finalmente, Guillermo Orozco (1996, 2002), desarrolla un método de educación en medios que gira en torno a aspectos de orden institucional, mediático, lingüístico y técnico. En el Cuadro 1 ofrecemos una síntesis de los planteamientos de estos autores.

Mario Kaplún (1979, 1986) propone un método de lectura crítica de los medios que se basa en seis aspectos, a saber: audiovisual, inductivo y participativo, conocimiento gradual, análisis semiótico, divulgativa, vivencial y participativa.

II.5. En los primeros años del siglo XXI, progresa la idea de la educación digital y sus equivalentes como la educación en Internet, de educación informacional, educación en redes sociales (RRSS), debido a la presencia superlativa de Internet, medios sociales, plataformas y dispositivos móviles. En el caso venezolano, los medios masivos han migrado a Internet pero también siguen operando en el espectro radioeléctrico desde la década de los cincuenta del siglo pasado. Al respecto, señala Aguirre (2020:35):

En general los medios tradicionales y RRSS son utilizados en la niñez y adolescencia con fines de gratificación y entretenimiento. En la medida en que los adolescentes pasan a la juventud, que trata

CUADRO 1
AUTORES CLAVE DE LA EDUCACIÓN MEDIÁTICA EN VENEZUELA (1970-1999)

EDUCOMUNICADOR	MÉTODOS PARA LAS COMPRENSIÓN DE LOS MEDIOS
 <p>MARIO KAPLÚN</p> <p>“El educando debe ir descubriendo libremente, por sí mismo, lo que subyace en el mensaje mediático; y si él no llega a ese descubrimiento personal, el esfuerzo del docente será infértil. Lo que cabe al educador es acompañar, guiar, problematizar, suministrar herramientas para que el educando construya con ellas sus propias estructuras de significación”. (1995:6)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. AUDIOVISUAL: se utiliza tecnología audiovisual para estudiar detenidamente los componentes ideológicos de los mensajes. 2. INDUCTIVO Y PARTICIPATIVO: se considera la experiencia personal y la socialización del conocimiento para reflexionar sobre la relación entre medios y vida cotidiana; sin perder de vista los grandes problemas sociales. 3. GRADUAL: el estudiante requiere de un tiempo determinado para familiarizarse con los conceptos que aprenderá en el curso. No se apuesta a la asimilación veloz sino al sosiego y al entendimiento. 4. INSTRUMENTOS DE ANÁLISIS: la mayoría de los manuales de enseñanza de los medios se basan fundamentalmente en la semiótica aplicada a la comunicación con el fin de analizar modalidades de expresión y de contenido de géneros informativos y ficcionales. 5. SENCILLA, ACCESIBLE: Se evita terminología críptica o indescifrable. Se explica los conceptos de tal forma que el educando los entienda y, a su vez, los pueda aplicar, de manera consciente y creativa, en los mensajes. 6. VIVENCIAL: los procesos de recepción determinan gustos y preferencias y se aprovechan para diseñar estrategias educativas que sean cónsonas con la experiencia de las audiencias.
 <p>JOSÉ MARTÍNEZ DE TODA</p> <p>“El sujeto activo es un deconstrutor/ reconstructor del significado [...] Hace un análisis discursivo, a saber, pasa a través de un proceso de construcción activa de significado y de cultura popular, a partir de su propia identidad y contexto social, pero disfrutando de ello.” (1998:38)</p>	<p>En primer lugar el sujeto necesita estar (1) <i>alfabetizado mediáticamente</i> para que conozca el lenguaje audiovisual y su significado, para que así pueda comprender lo que el comunicador quiere comunicar (2) necesita estar <i>consciente</i> de cómo funciona la industria de los medios [...] cuáles son sus intereses comerciales; esto le permitirá discriminar mejor y saber por qué presentan aspectos antisociales [...] Ya frente al televisor el sujeto no está simplemente pasivo, (3) <i>sino activo, deconstruyendo y reconstruyendo el significado de los medios</i> según su propia identidad y contexto social [...] es muy importante que él sea suficientemente (4) crítico sobre las ideologías escondidas en los mensajes [...] es crucial que [...] (5) <i>sea consciente de ser social</i> [...] de <i>estar influenciado por diversas mediaciones, especialmente por sus padres y docentes</i> [...] Todo esto le ayudará a que pueda (6) crear su interpretación definitiva a través de sus resignificaciones, y asimismo pueda crear otros textos originales, donde pueda expresar sus propios sentimientos e ideas en la búsqueda de una cultura y de una sociedad mejor. (1998:47)</p>
 <p>GUILLERMO OROZCO</p> <p>“Indagar la situación de la audiencia frente a la televisión, explorando las múltiples mediaciones de que es objeto su compleja interacción con este medio, para luego diseñar estrategias de análisis e intervención que permitan a los miembros de la audiencia reconocerse como tales.” (1996:30)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. INSTITUCIONAL: se estudia los rasgos económicos y políticos que configuran a los medios como empresa. “Por esta misma razón, también se entiende que el receptor no consume irremediamente el mensaje propuesto, sino que lleva ese mensaje a otras instancias sociales donde también interactúa”. (1991:29) 2. MEDIACIDAD VIDEOTECNOLÓGICA: comprende los medios masivos de comunicación y las tecnologías de punta que operan al servicio de estos medios. “No es inocua, porque como medio, la TV tiene un potencial intrínseco que ejerce por lo menos una mediación en su audiencia al estimular su percepción y sus hábitos cognoscitivos y lingüísticos de cierta manera y no de otra.” (1996:20) 3. LINGÜÍSTICA: se estudia lenguaje, narrativas y códigos audiovisuales; en este aspecto, la semiótica aplicada a la comunicación ofrece un marco metodológico importante para descifrar modalidades de expresión y contenido. 4. TECNICIDAD: refleja todos aquellos mecanismos técnicos que hacen posible la simultaneidad de los acontecimientos, la verosimilitud de la imagen, la producción de efectos especiales, la versatilidad de las escalas de plano y de los encuadres, la edición fragmentada de imágenes y sonidos.

Fuente: elaboración propia.

en enrolarse en el campo laboral y asume mayores responsabilidades, la información noticiosa del entorno se vuelve más pertinente (cambios económicos, mercado laboral variaciones políticas, movimiento comercial, accidentes y desastres del entorno, etc.).

Otro dato significativo: Tendencias Digitales reporta que hay 20.9 millones de consumidores digitales en Venezuela, siendo un mercado potencial de sumo interés para marcas y empresas.

Las distintas necesidades de interacción de los venezolanos se satisfacen a través las distintas plataformas sociales por eso en el top de usos aparecen el leer publicaciones, el escribir a amigos y el publicar fotos. Esto se puede utilizar en favor de las marcas y los productos a través de estrategias que permitan a los usuarios informarse y compartir esa información. (Tendencias digitales, 2019)

USOS DE LOS MEDIOS SOCIALES



Fuente: Tendencias Digitales, 2020.

II.6. A mi modo de ver, Joan Ferrés, David Buckingham, Jesús María Aguirre, son autores de referencia para comprender la educación en la sociedad red en Venezuela. Ferrés (2007) conceptualiza las seis dimensiones fundamentales de la comunicación audiovisual que bien aplican en el conocimiento de las redes sociales. Estas dimensiones son, a saber: lenguaje, tecnología, procesos de producción y programación, ideología y valores, recepción y audiencias, componente estético del mensaje. Por su parte, Buckingham (2005) formula las bases conceptuales para el estudio de los medios digitales basado en estos cuatro núcleos temáticos: representación, lenguaje, producción y audiencia. Y finalmente, Aguirre (2016) dis-

tingue un elenco de cambios en la producción social de la información en las sociedades del conocimiento y de la comunicación: infomediación, prosumidores, flujos de datos, rapidización, red periodismo, sobreinformación, funciones de los medios informativos digitales. En el Cuadro 2 ofrezco una síntesis de los planteamientos de estos autores.

Las narrativas transmedia, en formato informativo y ficcional, deben valorar los principios democráticos que giran en torno a la ciudadanía, el respeto, la autonomía de pensamiento, la cultura de los prosumidores, el acceso a la información y la legítima participación en los asuntos públicos.

III. NARRATIVAS TRANSMEDIA, COMUNICACIÓN Y CULTURA




III.1. Las narrativas transmedia en su condición de nuevas estructuras narrativas participativas deben estar al servicio de la educación. Dicho de otro modo: la institución educativa tiene que ser crítica ante el mercado de *software*, de aplicaciones y de artefactos tecnológicos que en nada contribuyan a garantizar los procesos de enseñanza y aprendizaje que motiven el aprender a pensar de manera autónoma, aspiración medular en toda formación escolarizada.

Hoy está muy difundida la idea de que los medios tradicionales no tienen apenas lugar entre las nuevas generaciones, pero ello no deja de ser un espejismo fomentado por el mercadeo tecnológico, más inclinado a captar tiempo de ocio y venta de nuevos gadget y apps. (Aguirre, 2020: 35)

III.2. Las narrativas transmedia, en formato informativo y ficcional, deben valorar los principios democráticos que giran en torno a la ciudadanía, el respeto, la autonomía de pensamiento, la cultura de los prosumidores, el acceso a la información y la legítima participación en los asuntos públicos. Es importante leer los medios y también aprender a producir contenidos como parte esencial del proceso de globalización cul-

CUADRO 2

AUTORES CLAVE DE LA PEDAGOGÍA DIGITAL EN VENEZUELA (2000-2020)

EDUCOMUNICADOR	MÉTODOS Y CATEGORÍAS TÍPICAS PARA LAS COMPRENSIÓN DE LOS MEDIOS
 <p>JOAN FERRÉS</p> <p>“Una persona competente en comunicación audiovisual ha de ser capaz a un tiempo de interpretar adecuadamente mensajes audiovisuales y de expresarse con una mínima corrección en este ámbito comunicativo. En otras palabras, ha de ser capaz de realizar un análisis crítico de los productos audiovisuales que consume y, al mismo tiempo, de producir mensajes audiovisuales sencillos que sean comprensibles y comunicativamente eficaces.” (Ferrés, 2007: 103)</p>	<p>SEIS COMPETENCIAS DE LA EDUCACIÓN DIGITAL:</p> <p>LENGUAJE: capacidad de análisis de los mensajes audiovisuales desde la perspectiva del sentido y significación, de las estructuras narrativas y de las categorías y géneros.</p> <p>TECNOLOGÍA: conocimiento teórico del funcionamiento de las herramientas que hacen posible la comunicación audiovisual, para poder entender cómo son elaborados los mensajes.</p> <p>PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y PROGRAMACIÓN. capacidad de elaborar mensajes audiovisuales y conocimiento de su trascendencia e implicaciones en los nuevos entornos de comunicación.</p> <p>IDEOLOGÍA Y LOS VALORES: capacidad de lectura comprensiva y crítica de los mensajes audiovisuales, en cuanto representaciones de la realidad y, en consecuencia, como portadores de ideología y de valores.</p> <p>RECEPCIÓN Y AUDIENCIA: capacidad de reconocerse como audiencia activa, especialmente a partir del uso de las tecnologías digitales que permiten la participación y la interactividad.</p> <p>DIMENSIÓN ESTÉTICA: capacidad de analizar y de valorar los mensajes audiovisuales desde el punto de vista de la innovación formal y temática y la educación del sentido estético. (Ferrés, 2007: 103)</p>
 <p>DAVID BUCKINGHAM</p> <p>Muchas veces lo que pasa es que todas las preguntas importantes –¿cómo los medios representan el mundo?, ¿cómo los medios trabajan en la industria?, ¿qué intereses están persiguiendo cuando informan?– terminan siendo ignoradas. Se discute muy poco sobre las implicaciones culturales, sociales y económicas del mundo digital. (Fragmento de la entrevista realizada a David Buckingham el 13/9/2018 en <i>La diaria Educación</i> por Leticia Castro)</p>	<p>Para comprender el funcionamiento de Internet hay que tomar en cuenta estos factores:</p> <p>REPRESENTACIÓN: en este mundo de representaciones hay que prestar atención a estos factores: realismo, veracidad, presencias y ausencia, sesgos y objetividad, estereotipos, interpretaciones, influencias.</p> <p>LENGUAJE: no es suficiente con utilizar lenguajes sino saber cómo funcionan. Por lo tanto, la cuestión es comprender la gramática de los medios a partir de estos aspectos: significados, convenciones, códigos, géneros, opciones, combinaciones, tecnologías.</p> <p>PRODUCCIÓN: se requiere conocer quién emite el mensaje y por qué lo hace desde estos aspectos: tecnologías, prácticas profesionales, industria (propietarios), conexiones entre los medios, regulación, circulación y distribución, acceso y participación.</p> <p>AUDIENCIA: supone identificar cuál es la intención de los medios con las audiencias y cómo estas interactúan con los medios. Es necesario atender a estos asuntos: fijación de objetivos (cómo apelan los medios); tratamiento (cómo hablan los medios); distribución (cómo llegan los medios); usos (cómo se usan los medios); interpretación (cómo se negocia el mensaje), disfrute (cuál es el nivel de satisfacción mediática), diferencia sociales (influencia de sexo, edad, clase social, trasfondo étnico en la audiencia). (BUCKINGHAM, 2005)</p>
 <p>JESÚS MARÍA AGUIRRE</p> <p>“En la sociedad informacional las competencias digitales están en la base no solamente de la profesión de los comunicadores sino de todos los ciudadanos activos.” (Aguirre, 2016: 51)</p>	<p>La educación digital debe atender estos cambios en la producción social de la información:</p> <p>INFOMEDIACIÓN: la <i>infomediación</i> es un soporte indispensable “[...] para vehicular la información y la comunicación en forma de redes [...]” mediante <i>servicios</i> (red telefónica conmutada, Internet, servicios IP), <i>conexiones</i> (transmisión por cable y haces hertzianos), <i>soporte</i> (fibras ópticas, coaxial, etc.), <i>infraestructura</i> (lecho red). (Aguirre, 2016: 15).</p> <p>PROSUMIDORES: los cibernautas son emisores y receptores, productores y consumidores. Pueden actuar “[...] en forma proactiva (un e-mail, una cuenta twitter o un blog) o reactiva (comentar noticias, reflejar gustos o contestar cuestionarios) y en forma multimodal participando en las redes sociales con noticias, foros, videos, etc.” (Ibid: 20)</p> <p>SOBREINFORMACIÓN: contenidos audiovisuales y flujos de datos (estadísticos de los gobiernos, operaciones bancarias, divulgación científica, educación virtual, marketing digital) aventajan a las noticias periodísticas. La <i>sobreinformación</i> de señales y estímulos visuales capturan nuestra atención. Provoca un deseo constante de novedad e inmediatez “aun a sabiendas de su futilidad”. (Ibid: 28)</p> <p>RAPIDIZACIÓN: la <i>rapidización</i> (nombre derivado de los rápidos fluviales), “[...] se asocia tanto al incremento de las innovaciones y a la aceleración de los procesos productivos como a la reducción de los ciclos de vida de los productos, que se vuelven aceleradamente obsoletos.” (Ibid: 30)</p> <p>RED PERIODISMO: la noticia fluye dentro del torrente de la instantaneidad y la velocidad. Otro factor novedoso es la morfología portátil e interactiva. El ciudadano opina sobre el acontecer diario apoyándose en la comunicación móvil (celular, tableta y otros dispositivos). Se asiste entonces a una redefinición del perfil profesional del periodista.</p> <p>FUNCIONES DE LOS MEDIOS INFORMATIVOS DIGITALES: se replantea las funciones sociales de los comunicadores y de todos los ciudadanos activos con el advenimiento de la competencia digital. “Las preguntas cruciales para los nuevos profesionales son: en qué nivel o emplazamiento se sitúa su quehacer, qué saben hacer en el marco de la nueva ecología y qué aportan como valor agregado a lo que los usuarios y la gente común ofrecen en las redes sociales, en las empresas de comunicación y otros entornos.” (Ibid: 51)</p>

Fuente: elaboración propia.

tural. La pedagogía digital debe fortalecer tres tipos de competencias mediáticas: “Capacitación informática (uso del computador, tables y teléfono inteligente), -Capacitación mediática (recepción crítica y creativa de los medios y de la fakenews), -Capacidad prosumidora de redes (uso conectivo y productivo en redes).” (*Ibid*: 60).

III.3. Una pedagogía digital que incentive la producción de narrativa transmedia debería apoyarse en los principios de la comunicación democrática, formulada, en su momento, por el filósofo venezolano Antonio Pasquali (2007a: 3):

1) *Libre Acceso a fuentes de información públicas y privadas*, 2) la *Libre Recepción de mensajes* de cualquier origen, 3) la *Libre Escogencia de un Código expresivo*, 4) la *Libre Elección de un Canal comunicante*, 5) la *Libre delimitación de los públicos perceptores* y la 6) *Libre Elección de sus Contenidos* o mensajes. Nada más y nada menos que eso.

Según Pasquali el valor de la comunicación humana, reside en el reconocimiento de que la

auténtica función comunicante se basa, en lo esencial, en aceptar como seres humanos los consensos y disensos, que el poder de la relación humana no se circunscribe en el poder de emisión o en el poder de la recepción, ambos polos, tanto la emisión como la recepción no son una suerte de dos líneas paralelas que nunca se cruzan, porque de esta manera no se podría hablar de relación humana y mucho menos de comunidad. Es por ello que Pasquali asevera:

Si es cierto que sin función comunicante no hay comunidad posible, igual certitud existe de que toda modificación espontánea o inducida en el comportamiento comunicacional de un grupo social genera cambios en el modo de percibir, sentir y tratar al otro, en el ejercicio de la relación humana y por ende en el modelo vigente de comunidad. (2007b:50)

Por lo tanto, todo sistema de comunicación (humana o colectiva) que se quiera imponer y que niegue el diálogo como valor supremo de la comunidad modificará de manera determinante las relaciones humanas.

PRINCIPIOS DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN
EN LA COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN DE ANTONIO PASQUALI (2007)



Fuente: elaboración propia.

DOSSIER

III.4. Hay que aprender a diferenciar, en términos morales y pedagógicos, que una cosa es que los niños y adolescentes generen contenidos en las redes sociales, muchas veces gobernados por la emoción, fanatismo, egocentrismo por el simple anhelo de *ser* influencia digital. Desde luego se evidencia narrativas transmedia amalgamadas de desinformación, rumores y malas intenciones, esto ocurre cuando se le sube todo el volumen a las *fake news*. En cambio, otra cosa es que los info-estudiantes conectados a las redes sociales generen contenidos sobre la base de principios morales bien internalizados, siempre a favor del bienestar de la especie humana. Se espera, entonces, que la pedagogía digital enseñe a gestionar la emoción y la razón con propósitos culturales y educativos. Es muy útil, a estos efectos, considerar las inteligencias múltiples de Howard Gardner (2008) y la inteligencia emocional de Daniel Goleman (1995), ya que estos enfoques permiten, por un lado, reconocer los diferentes tipos de inteligencia que destacan en los individuos y, por otro, ayudan a comprender y utilizar las emociones en los procesos de interacción con los medios digitales y en la realización de producciones multimedia.

III.5. La libertad de expresión en las narrativas transmedia no se decreta sino que se ejer-

cita en la cotidianidad de las redes sociales. Es una experiencia de vida que no solo se ubica en el plano del discernimiento filosófico. La libertad solo es posible cuando se piensa la comunicación desde la cultura (Martín Barbero, 1987). Desde esta orientación teórica, diríamos que las *narrativas transmedia* requieren pensarse desde contextos sociales glocalizados. Dinámica esta que se explica mediante la convergencia negociada, consensuada y dialéctica que se desarrolla entre las culturas locales y globales desde la cual: “[...] los significados y sentidos son producidos y apropiados por la audiencia” (*Ibid*, 203);

[...] desde donde es posible comprender la interacción entre el espacio de la producción y el de la recepción: lo que se produce en la televisión (y, hoy en día, en las redes sociales) no responde únicamente a requerimientos del sistema industrial y a estrategias comerciales sino también a exigencias que vienen de la trama cultural y los modos de ver.” (Martín Barbero, 1992: 20; el paréntesis es nuestro)

De modo que la mediación es aquella instancia cultural que confiere sentido a la comunicación. Por ende, las redes digitales son espacios de ciber-cultura donde se resignifica el universo de las narrativas transmedia.

INTELIGENCIA MÚLTIPLE Y EMOCIONAL EN LAS PEDAGOGÍAS DIGITALES: RASGOS ESENCIALES

HOWARD GARDNER (2008)



DANIEL GOLEMAN (1995)



Fuentes: <https://www.psalia.es/una-aproximacion-a-la-teoria-de-las-inteligencias-multiples/>
<https://www.estrategiamagazine.com/administracion/la-inteligencia-emocional/>

III.6. La educación en medios masivos y digitales es un campo de estudio multidisciplinario que se apoya fundamentalmente en los enfoques provenientes de las ciencias de la educación y la comunicación (Hernández Díaz, 2006, 2018). En lo que atañe a la educación en medios en Venezuela, ya he señalado que aún siguen vigentes las teorías constructivistas del aprendizaje provenientes de autores como Ausubel, Novak y Hanesian (1983), Jean Piaget (1978), Lev Vygotski (1979), Jerome Bruner (1988) y Paulo Freire (1997). Y con respecto al campo de la comunicación, son referentes importantes: la filosofía de la comunicación de Antonio Pasquali (2007), la teoría de las mediaciones sociales de Guillermo Orozco (1996) y de Jesús Martín Barbero (1987), los estudios culturales ingleses (Hall, 1994; Lull, 1992, Silverstone, 1994) y latinoamericanos (García Canclini, 1990; Bisbal, 1999) y la semiótica de la comunicación (Charles Morris, 1985).

III.7. Con la presencia avasallante de Internet en todos los ámbitos de nuestras vidas, el objeto de estudio de la educación mediática ha incorporado en sus propuestas didácticas a los medios digitales y redes sociales. Es por ello que hablamos de *alfabetización digital* que según Wilson, Grizzzele, Tuason (2011:185) es:

La habilidad de utilizar tecnología digital, herramientas de comunicación o redes para localizar, evaluar, usar y crear información. También se refiere a la habilidad para entender y usar la información en múltiples formatos de una gran gama de recursos que se presentan por medio de la computadora, o la habilidad de una persona para desempeñar tareas eficientemente en un ambiente digital.

En este sentido, Pierre Lévy (2004), George Siemens (2006), Henry Jenkins (2008), y Carlos Scolari (2013), son autores fundamentales de la alfabetización digital que han teorizado sobre estos asuntos: la inteligencia colectiva, el conectivismo educativo, la convergencia cultural y las narrativas transmedia. En términos pedagógicos se pretende que los ciudadanos adquieran competencias (conocimiento, destrezas y actitud), con miras a garantizar una lectura adver-

tida, comprensiva y propositiva de los medios, motivar la producción de contenidos y aplicar el nuevo conocimiento obtenido en los ambientes digitales (Wilson, Grizzzele, Tuason, 2011).

El aprendizaje no es exclusividad de la escuela. El saber no solo está en los libros impresos, en las guías escolares. No reside exclusivamente en la mente. En la sociedad de la información, se aprende también en redes sociales y el conocimiento está hospedado en bases de datos.

Pierre Lévy (2004) sostiene que la *inteligencia colectiva* es una inteligencia difundida en todas partes, que se valora y se construye en tiempo real y que conduce a una movilización de competencias. “El fundamento y el objetivo de la inteligencia colectiva es el reconocimiento y el enriquecimiento mutuo de las personas, y no el culto de comunidades fetichizadas o hipóstasiadas” (*Ibid*: 19). Siguiendo a Lévy, el papel de las TIC y, en concreto, de Internet es contribuir a que los ciudadanos puedan trabajar mancomunadamente y brindar respuestas colectivas a la sociedad globalizada, fenómeno que es inédito en la historia de la humanidad.

Por su parte, Siemens (2006) postula el *Conectivismo* como un enfoque de aprendizaje para la era digital y que trata de explicar cómo el ser humano experimenta otras formas de aprender y de generar conocimiento. El aprendizaje no es exclusividad de la escuela. El saber no solo está en los libros impresos, en las guías escolares. No reside exclusivamente en la mente. En la sociedad de la información, se aprende también en redes sociales y el conocimiento está hospedado en bases de datos.

El punto de partida del conectivismo es el individuo. El conocimiento personal se compone de una red, la cual alimenta a organizaciones e instituciones, las que a su vez retroalimentan a la red, proveyendo nuevo aprendizaje para los individuos. Este ciclo de desarrollo del conocimiento (personal a la red, de la red a la institución) le permite a los aprendices estar actualizados en su área mediante las conexiones que han formado”. (*Ibid*:7)

DOSSIER

Jenkins (2008: 276) entiende por convergencia cultural el “[...] cambio en la lógica con la que opera la cultura, enfatizando el flujo de contenidos a través de los canales mediáticos”, donde los ciudadanos navegan en Internet para entretenerse. La convergencia cultural hace posible que el ciudadano distribuya opiniones con los productores audiovisuales, replantee y recree narrativas transmedia difundidas por las Industrias Infomediáticas para la Comunicación (Aguirre, 2008) y que, además, genere contenidos interactivos, de uno para todos y de todos para todos. Jenkins (2009) identificó siete principios de la narrativa transmedia:

- 1) *Expansión vs. Profundidad*. La expansión consiste en generar relatos nuevos a fin de que los seguidores o los fans los difunda en las redes sociales. Aquí cabe hablar de procesos virales de contenidos. La *profundidad* se logra cuando los relatos conquistan el interés de los seguidores militantes. Los fans, a su vez, son lo que expandirán y profundizarán el relato, que es objeto de su atención cultural y psicológica, elaborando sus propias producciones.
- 2) *Continuidad vs Multiplicidad*. La *continuidad* supone mantener la coherencia de la estructura narrativa de los relatos transmedia. La *multiplicidad* implica la creación de narraciones inéditas o de versiones alternativas de los personajes alineadas con el universo narrativo original.
- 3) *Inmersión vs. Extraibilidad*. Inmersión se asocia a la concentración intensa del usuario cuando se sumerge en el relato. De esta ciber-lectura el prosumidor toma lo que más le interesa para incorporarlo a sus prácticas culturales.
- 4) *Construcción de mundos*. Esto quiere decir que la narración tiene que ser verosímil, tiene que ser creíble para que los fans puedan identificarse con los personajes y su universo simbólico. Decimos que una serie de ficción nos conmovió por su realismo, porque es semejante a las situaciones que vivimos en nuestra cotidianidad.
- 5) *Serialidad*. Se espera que los *fans-usuarios* se animen a darle continuidad narrativa a los relatos creados por las industrias culturales, franquicias y prosumidores.
- 6) *Subjetividad*. Los fans como prosumidores participan en esta cultura narrativa en la medida en que crean nuevos puntos de vista de los personajes y narraciones.
- 7) *Realización*. Es un proceso mediante el cual existe una relación espontánea, tipo *performance*, entre los fans y los prosumidores. Los fans comentan, debaten y distribuyen el universo narrativo en redes sociales y plataformas *online* mientras que los prosumidores son usuarios que generan narrativas en un ambiente mediado por la participación colaborativa en las redes. El siguiente enlace describe cómo es el proceso de narrativa transmedia en el cuento de hadas *La Cenicienta*. Se puede apreciar los siete principios socio-semióticos de Henry Jenkins:

CENICIENTA 2.0: STORYTELLING TRANSMEDIA

Enlace :



https://www.youtube.com/watch?reload=9&v=5Mtw0rnE_D0
(Recuperado: 3/9/2020)



Y finalmente, Scolari (2013, 2014), avanza de manera superlativa en la teorización de las narrativas transmedia. Realiza un prolífico examen sobre estos temas: expansión de los relatos a través de los medios; los prosumidores como productores de narrativas expansivas en géneros ficcionales y otros que no lo son como los documentales, reportajes e informativos; la función semiótica de la narración transmediática y los modelos de financiamiento y de gestión que giran en torno a esta narrativa participativa. Scolari acuña una fórmula de las narrativas transmedia: $IM+CPU=NT$. Donde IM (Industria de los

medios) más CPU (cultura participativa de los usuarios) da como resultado un producto cultural que es la NT (Narrativa Transmedia). Con esta fórmula Scolari (2014: 72) afirma que la NT posee dos rasgos pertinentes: “1) Un relato se cuenta a través de múltiples medios y plataformas. 2) Una parte de los receptores no se limita a consumir el producto cultural, sino que se embarca en la tarea de ampliar el mundo narrativo con nuevas piezas textuales.” En el Cuadro 3 se presenta una síntesis de los planteamientos de estos autores:

CUADRO 3
ALFABETIZACIÓN DIGITAL Y NARRATIVAS TRANSMEDIA: AUTORES Y PROPUESTAS

EDU COMUNICADOR	CATEGORÍAS TÍPICAS PARA LA REFLEXIÓN DE LA ALFABETIZACIÓN DIGITAL
<p>PIERRE LÉVY</p> 	<p>INTELIGENCIA COLECTIVA: es una inteligencia repartida en todas partes, valorizada constantemente, coordinada en tiempo real, que conduce a una movilización efectiva de las competencias. Agregamos a nuestra definición esta idea indispensable: el fundamento y el objetivo de la inteligencia colectiva es el reconocimiento y el enriquecimiento mutuo de las personas, y no el culto de comunidades fetichizadas o hipóstasiadas. (2004: 19)</p> <p>ESPACIO DEL CONOCIMIENTO: que el saber se convierta en el primer motor, y veremos cómo se erige frente a nuestros ojos un paisaje social desconocido, en el que son redefinidas las reglas del juego social y la identidad de los jugadores. Desarrollamos la hipótesis de que un nuevo espacio antropológico, el Espacio del conocimiento, se abre hoy y que podría bien gobernar los espacios anteriores que son la Tierra, el Territorio y el Espacio mercantil. (<i>Ibid</i>: 15)</p> <p>VELOCIDAD, INFOCIUDADANOS Y CIBERESPACIO: ¿por qué llamar Espacio del conocimiento al horizonte nuevo de nuestra civilización? La novedad, al respecto, es al menos triple; tiene que ver con la velocidad de evolución de los conocimientos, con la masa de personas llamadas a aprender y a producir nuevos conocimientos y tiene que ver, en fin, con la aparición de nuevos instrumentos (los del ciberespacio), capaces de hacer surgir bajo la bruma de la información paisajes inéditos y distintos, identidades singulares propias de este espacio y nuevas figuras sociohistóricas. (<i>Ibid</i>: 16)</p>
<p>GEORGE SIEMENS</p> 	<p>CONECTIVISMO: es la integración de principios explorados por las teorías de caos, redes, complejidad y auto-organización. El aprendizaje es un proceso que ocurre al interior de ambientes difusos de elementos centrales cambiantes –que no están por completo bajo control del individuo. El aprendizaje (definido como conocimiento aplicable) puede residir fuera de nosotros (al interior de una organización o una base de datos), está enfocado en conectar conjuntos de información especializada, y las conexiones que nos permiten aprender más tienen mayor importancia que nuestro estado actual de conocimiento. (2007: 6)</p> <p>PRINCIPIOS DEL CONECTIVISMO SOBRE EL APRENDIZAJE:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) El aprendizaje y el conocimiento dependen de la diversidad de opiniones. 2) El aprendizaje es un proceso de conectar nodos o fuentes de información especializados. 3) El aprendizaje puede residir en dispositivos no humanos. 4) La capacidad de saber más es más crítica que aquello que se sabe en un momento dado. 5) La alimentación y mantenimiento de las conexiones es necesaria para facilitar el aprendizaje continuo. La habilidad de ver conexiones entre áreas, ideas y conceptos es una habilidad clave. La actualización (conocimiento preciso y actual) es la intención de todas las actividades conectivistas de aprendizaje. 6) La toma de decisiones es, en sí misma, un proceso de aprendizaje. El acto de escoger qué aprender y el significado de la información que se recibe, es visto a través del lente de una realidad cambiante. Una decisión correcta hoy, puede estar equivocada mañana debido a alteraciones en el entorno informativo que afecta la decisión. (<i>Ibid</i>: 6)

Fuente: elaboración propia.

CUADRO 3 (CONT.)

ALFABETIZACIÓN DIGITAL Y NARRATIVAS TRANSMEDIA: AUTORES Y PROPUESTAS

EDU COMUNICADOR	CATEGORÍAS TÍPICAS PARA LA REFLEXIÓN DE LA ALFABETIZACIÓN DIGITAL
<p>HENRY JENKINS</p> 	<p>CONVERGENCIA: palabra que describe los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales en la circulación de los medios en nuestra cultura. Entre las ideas comunes a las que se refiere el término figuran el flujo de contenidos a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas, la búsqueda de nuevas estructuras de financiación mediática que caen en los intersticios entre los viejos y los nuevos medios, y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, que irían casi a cualquier parte en busca del tipo de experiencias de entretenimiento que desean. (2008: 276).</p> <p>CULTURA PARTICIPATIVA: cultura en la cual se invita a los fans y a otros consumidores a participar activamente en la creación y difusión de nuevos contenidos. (Ibid:277)</p> <p>INTERACTIVIDAD: la capacidad de una nueva tecnología mediática (o de los textos producidos dentro de ese medio) de responder a la reacción del consumidor. Los determinantes tecnológicos de la interactividad (que suele ser estructurada de antemano o al menos activada por el diseñador) contrastan con los determinantes sociales y culturales de la participación (que es más abierta y está más condicionada por las elecciones de los consumidores). (Ibid: 280).</p> <p>NARRACIÓN TRANSMEDIÁTICA: historias que se despliegan a través de múltiples plataformas mediáticas, y en las que cada medio contribuye de una manera característica a nuestra comprensión del mundo, una aproximación más integral al desarrollo de la franquicia que los modelos basados en textos primigenios y productos secundarios. (Ibid: 283)</p>
<p>CARLOS SCOLARI</p> 	<p>PREGUNTAS CLAVE QUE DEBEMOS HACERNOS EN UN PROYECTO TRANSMEDIA (SCOLARI, 2013):</p> <p>NARRATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué queremos contar? • ¿Cómo vamos a contarlo? • ¿A qué género(s) pertenece la obra? • ¿Quiénes serán los personajes principales? ¿Qué quieren los personajes? ¿Qué relaciones mantienen entre ellos? • ¿Dónde estará ambientado el relato? ¿En qué tiempo? • ¿Será un mundo narrativo totalmente ficcional o incluiremos componentes reales? • ¿Qué tipo de estructura narrativa proponemos? ¿Será una serie, un serial o piezas textuales autónomas? <p>EXPERIENCIA</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué tipo de experiencia narrativa transmedia queremos que vivan nuestras audiencias? ¿Qué tipo de participación buscamos? ¿Cómo afectará esa participación al relato? • ¿Cómo se gestionará la participación de los consumidores? • ¿Qué control tendrán los consumidores sobre el relato? • ¿Queremos que la experiencia quede limitada a los medios/plataformas de comunicación o se extienda también al mundo real? <p>AUDIENCIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Quiénes conforman nuestra audiencia? ¿Es un grupo homogéneo o no? • ¿Con qué tipo de experiencia narrativa transmedia están dispuestos a cooperar y participar? • ¿Qué control sobre la historia le daremos a las audiencias? <p>MEDIOS/PLATAFORMAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué nos ofrece cada medio/plataforma? • ¿Qué medio/plataforma se adapta mejor a la experiencia que queremos crear? • ¿Es un medio/plataforma que aporta algo a la NT o simplemente está de moda? • ¿Comenzaremos por un medio masivo para después pasar a las plataformas colaborativas? • ¿O seguiremos el camino inverso? • ¿Comenzaremos por contenidos virales y gratuitos para después pasar a contenidos de pago? • ¿O seguiremos el camino inverso?

componentes:



En suma, las pedagogías digitales y la alfabetización digital en narrativas transmedia deben examinar la relación cultural que establecen los info-ciudadanos con las redes sociales en un contexto mediado por la hercúlea presencia de las tecnologías de la información y de la comunicación en la vida cotidiana. Soslayar las mediaciones culturales que influyen en las conductas, hábitos, preferencias y en los imaginarios simbólicos de las personas, condena de entrada al fracaso cualquier tipo de iniciativa pedagógica en medios masivos y digitales. No existe armonía de los contrarios ni mucho menos compartir el consaber en el aula de clases cuando se sobredimensiona la dinámica de la información sobre la comunicación. Por supuesto, una información veraz y oportuna nos permite tomar decisiones. Eso es esencial en el ámbito público y privado. No obstante, mensajes que se envían sin que se incentive el diálogo, no tienen otra intención que anular el debate.

GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ

Doctor en Ciencias Sociales de la UCV. Profesor titular de la UCV. Director del Centro de Investigaciones de la Comunicación de la UCAB (2018). Miembro de la revista *Comunicación* desde 1987.

Referencias:

AGUIRRE, Jesús María (2020): *¿Y la juventud hoy?* Caracas: Centro Gumilla/abediciones.

_____ (2015): *Comprender la Sociedad Red*. Caracas: Centro Gumilla.

AUSUBEL, Novak y HANESIAN, H. (1983): *Psicología Educativa*. México: Trillas.

BISBAL, Marcelino (2020): “Claves en tiempos digitales”. En: Johanna Pérez Daza y Gustavo Hernández Díaz, coordinadores/editores: *Prosumidores y comunicación en la era digital*. Caracas: abediciones.

_____ (1999): *Pensar la cultura de los medios. Claves sobre realidades massmediáticas*. Venezuela: Publicaciones UCAB.

BRUNER, Jerome S. (1988): *Desarrollo cognitivo y educación*. Madrid: Editorial Morata.

BUCKINGHAM, David (2005): *Educación en medios: alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

DÍAZ-LÓPEZ, MAQUILÓN-SÁNCHEZ, MIRETE-RUIZ, (2020): “Uso desadaptativo de las TIC en adolescentes: perfiles, supervisión y estrés tecnológico”. En: revista *Comunicar*. N°64. España.

FERRÉS, Joan (2007): “La competencia en comunicación audiovisual: dimensiones e indicadores”. En: revista *Comunicar*, N°29. España.

FERRÉS, Joan y PISCITELLI, Alejandro (2012): “La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores”. En: revista *Comunicar*, N°38. España.

FREIRE, Paulo (1997): *Pedagogía del oprimido*. México: Siglo XXI Editores.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (1993): “Comunicadores y consumo en tiempos neoconservadores”. En: revista *Comunicación*, N° 81. Caracas: Centro Gumilla..

GARDNER, Howard (2008): *Inteligencias múltiples. La teoría en la práctica*. España: Paidós.

GOLEMAN, Daniel (1996) *La inteligencia emocional: por qué es más importante que el cociente intelectual*. Buenos Aires: Javier Vergara Editor.

HALL, Stuart (1994): “Estudios culturales: dos paradigmas”. En: revista *Causas y Azares*, N°1. Argentina.

HERNÁNDEZ DÍAZ, Gustavo (2019): *Hablemos de pedagogías digitales, redes sociales y cibermedios en la escuela*. Caracas: UCAB.

_____ (2013): “25 años de la línea de investigación Educación, Comunicación y Medios del ININCO-Venezuela 1987-2012”. En: *Anuario Ininco*, N°25. Caracas: UCV.

_____ (2010a): “Guerrilla comunicacional no es educación en medios de comunicación”. En: revista *Comunicación / Estudios venezolanos de comunicación*, N°150. Caracas: Centro Gumilla.

_____ (2010b): “Educación en medios de comunicación en Venezuela durante el período 2005-2010”. En: revista *Comunicación / Estudios venezolanos de comunicación*, N°151. Caracas: Centro Gumilla.

JENKINS, Henry (2006): *Convergence culture. La cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. México: Paidós.

_____ (2009): *The revenge of the Origami Unicorn: seven principles of transmedia storytelling* (Well, Two Actually. Five More on Friday). http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html (Recuperado: 4/9/2020)

KAPLÚN, Mario (1986): “Metodología para la lectura crítica”. En: *Educación para la Comunicación Televisiva* (Valerio Fuenzalida F., comp.) Chile: CENECA.

_____ (1979): “Para la lectura crítica de la comunicación de masas”. En: *Cuadernos de Comunicación de Base* n° 4. Caracas: Centro Gumilla.

LULL, James (1997): *Medios, comunicación, cultura: aproximación global*. Argentina: Amorrortu editores.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (1992): *Televisión y melodrama*. Colombia: Tercer Mundo Editores.

_____ (1987): *De los medios a las mediaciones (Comunicación, Cultura y Hegemonía)*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

DOSSIER

- MARTÍNEZ de TODA, José (1998): "Las seis dimensiones en la educación para los medios". En: revista *Comunicación*, N° 103. Caracas: Centro Gumilla.
- MORRIS, Charles (1985): *Fundamentos de la teoría de los signos*. Barcelona: Paidós.
- LÉVY, Pierre (2004): *Inteligencia colectiva*. Washington: Organización Panamericana de la Salud.
- OJEDA, DEL-REY, WALRAVE, (2020): "Sexting en adolescentes: prevalencia y comportamientos". En: revista *Comunicar*, N°64. España.
- PASQUALI, Antonio (2007a): *La libertad de recibir y emitir mensajes en el nuevo marco jurídico y político nacional*. Reprografía.
- (2007b): *Comprender la Comunicación*. España: Editorial Gedisa.
- PIAGET, Jean (1978): *Epistemología genética*. Buenos Aires: Paidós Editorial.
- SIEMENS, George (2004): *Conectivismo: una teoría de aprendizaje para la era digital*. Creative Commons 2.5. Colombia.
- SILVERSTONE, Roger (1994): *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- TENDENCIAS DIGITALES (2019): *El consumidor digital en Venezuela*. https://tendenciasdigitales.com/web/wp-content/uploads/2020/03/El_consumidor_digital_en_Venezuela_2019.pdf (Recuperado: 4/9/2020)
- VYGOTSKY, Lev S. (1979): *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. Barcelona: Editorial Crítica-Grupo editorial Grijalbo.

