

TALLER DE COMUNICACIONES

DOCUMENTO 10



Secretaría de
Educación



Municipalidad
de Córdoba

TALLER DE COMUNICACIONES. MATERIAL PARA DOCENTES

El presente documento propone algunas orientaciones conceptuales y metodológicas para pensar el tiempo de trabajo áulico del Taller de Comunicación de las escuelas Municipales ALAS. En el Documento Base se define el espacio de taller como una modalidad de trabajo centrada en el hacer, pero no un hacer cualquiera sino “como fuente de conocimiento y oportunidad para la adquisición de técnicas y estrategias de trabajo específicas y el desarrollo de la creatividad”.

Pensar el *hacer* como dimensión de conocimiento supone identificar su rasgo experiencial y vivencial. Involucra un *hacer* que pone en el centro ‘eso que nos pasa’ (Larrosa 2018), una experiencia que pasa por el cuerpo, que es intransferible, pero que solo se convierte en ‘algo’ en la medida que puede ser **narrado para uno mismo y para otros**. Es decir, este hacer experiencial, para convertirse en conocimiento requiere ser mediado por la palabra en un espacio colectivo, junto a otros.

A su vez, el hacer experiencial remite a un *hacer colectivo* producto de la condensación histórica, pero situado en el orden de lo vital, de la *subjetividad individual*. Toda práctica es social, situada e histórica. Involucra modos de hacer contruidos colectivamente a lo largo del tiempo con una profunda connotación cultural y epocal. Cualquier hacer, cualquier práctica social puede ser leída en esta clave. Desde los modos en que leemos un libro, las formas de mirar televisión, las maneras de caminar, los hábitos para comer, hasta los modos de usar las redes sociales o escribir mensajes en un chat.

¿Cómo pensar esta idea del hacer como experiencia de conocimiento en el marco del taller de comunicación?. En el documento base de las escuelas Alas se establece lo siguiente: “Es un espacio para intensificar el trabajo –con el formato taller– en relación con las prácticas de oralidad, lectura y escritura en diferentes situaciones de interacción comunicativa, con diferentes propósitos. Se espera la vinculación con diferentes espacios curriculares, la integración de lenguaje verbal y lenguajes no verbales y el uso significativo de TIC no sólo como herramientas sino también como espacios de intercambio comunicativo” (Documento Base)

Esta definición de contenidos pone el acento en las prácticas comunicativas contemporáneas, donde los múltiples lenguajes (visuales, sonoros y audiovisuales) se expanden en la digitalización de la cultura. Nuevas formas de leer, de escribir, de habitar el mundo se despliegan en el escenario actual e involucra a las niñas desde muy temprana edad.



Esta obra pertenece a Shigeo Fukuda (1932–2009), artista Japonés que juega con los efectos del ilusionismo en sus obras. En este caso, las piezas dispuestas sólo asumen forma de piano al ser reflejadas en el espejo. Esta idea es una metáfora interesante para “desarmar”, “ver detrás del reflejo” de nuestro tiempo contemporáneo.

Abordar estas nuevas alfabetizaciones desde el hacer, desde la práctica es el sentido profundo del taller. Para poder imaginar modos posibles de hacerlo es necesario detenerse a pensar qué implican estas definiciones conceptuales en el marco de la cultura digital.

Se trata, entonces, de abordar la alfabetización digital en las primeras infancias pero desde una mirada mucho más amplia que las formas tradicionales de concebirla. No alcanza con abordajes instrumentales como se han hecho a lo largo de miles de experiencias en latinoamérica y en el mundo que creen resolver la problemática con el acceso al dispositivo y algunos saberes instrumentales sobre cómo navegar, como distinguir noticias falsas, como cuidarse del ciberacoso y algo sobre cyberbullying.

David Buckingham, pionero y referente en el campo de la comunicación en el Reino Unido y creador de programas de formación en medios digitales en niños de escuela primaria, sostiene que: "La alfabetización mediática se desvaneció un poco en la agenda política tras el cambio de gobierno en 2010, aunque en los últimos dos años ha comenzado a reaparecer. Ahora podemos verla más explícitamente como un medio para lidiar con los "problemas de los medios de comunicación". Un nuevo problema se vislumbra en el horizonte: noticias falsas, ciberacoso, radicalización en línea, adicción a los teléfonos inteligentes, y ya se está buscando una solución rápida. Tenemos un problema con la seguridad en Internet: demos lecciones a los niños para advertirlos sobre todos los pedófilos en Internet. Tenemos un problema con las noticias falsas: enseñemos a los niños a diferenciar entre las mentiras y la verdad. Desafortunadamente, estos temas son mucho más complejos y difíciles de enseñar de lo que los políticos imaginan. Pero hay un problema mayor aquí: mirar los síntomas en vez de las causas, y mirar los problemas de forma aislada, inevitablemente resulta en soluciones muy fragmentadas. Muchas de estas soluciones son defensivas o proteccionistas: la alfabetización mediática parece consistir en advertir permanentemente a los niños sobre todas estas cosas malas que deben evitar, a menudo de forma muy alarmista y melodramática. Y los educadores entendemos que este tipo de advertencias no son una estrategia de enseñanza muy efectiva" (Buckingham, 2019)

Para comprender mejor

Sugerimos ver la siguiente entrevista realizada a David Buckingham en 2019 antes de la pandemia como contenido sugerente para pensar la idea de alfabetización digital y escuela

<https://panorama.oei.org.ar/quien-sabe-mas-sobre-uno-google-o-nuestra-madre-entrevista-a-david-buckingham/>

Para superar la mirada instrumental y alarmista es necesario repensar qué entendemos por tecnologías o medios digitales. Inés Dussel (2019, 2020, 2021) define a las tecnologías como medios "que permiten registrar, preservar, transmitir y procesar la experiencia humana; son medios de inscripción, circulación y diseminación de narrativas e historias, así como de administración del tiempo (como los calendarios) o de bienes (como los inventarios o contabilidades). Esta perspectiva teórica sobre los medios corre el riesgo de caer en el determinismo tecnológico, al dar demasiado protagonismo a la infraestructura tecnológica (Huhtamo y Parikka, 2011); por eso las perspectivas benjaminiana y de la TAR contribuyen a balancear ese énfasis con la consideración de cómo se transforman los medios en cada encuentro en el presente, en el cual estos objetos o artefactos pueden abrir distintas trayectorias dependiendo de su inscripción en nuevas redes. Ejemplos de estas líneas de indagación son los estudios de historia de los medios de Lisa Gitelman (2008; 2014), que subrayan que éstos se definen no

solamente por sus permisibilidades técnicas, sino también por sus protocolos de uso, esto es, por las prácticas y saberes de los usuarios sobre los aparatos, que influyen en cómo se despliegan distintas posibilidades en la vida social. (Dussel 2018, 45)”



Imagen del documental *El dilema de las redes*, de Jeff Orlowski

En este encuadre de arqueología de medios, las tecnologías se definen como producciones culturales que requieren ser abordadas en las relaciones que construyen entre sí y en los modos que utilizan para transmitir el sentido a través del tiempo y del espacio, a través de registros visuales, auditivos, verbales y manuales. Pero a su vez, abren nuevos significados por sus protocolos de uso, es decir por las prácticas sociales y saberes de los usuarios sobre los aparatos, configurando escenarios heterogéneos, cambiantes y desordenados.

Este enfoque se aleja profundamente de lo instrumental, no solo porque los medios/tecnologías son portadores de las ideologías con las que fueron creados sino porque, nosotros al usar e interactuar con los medios somos modificados en nuestros gustos, ideas y percepciones del mundo. Las herramientas o medios digitales “traen” con ellos las inscripciones de la cultura y las estrategias de poder que estaban presentes en el momento de su emergencia, más los usos construidos en los entornos en que se fueron desplegando.

Por ejemplo, Netflix (como lo hace spotify, google y cualquier plataforma) recopila información sobre nuestros gustos. Sobre las películas que vemos, las que vemos a la mitad, las que buscamos y descartamos, la cantidad de veces y horarios que ingresamos, tiempo que permanecemos, etc. y con el algoritmo recomienda películas que suelen gustarnos sin haber perdido mucho tiempo en

buscar. Hasta ese punto, puede ser una idea interesante que podamos ahorrarnos el tiempo de búsqueda sin embargo queda la pregunta sobre los impactos que esto tiene en nuestra subjetividad y modos de mirar.

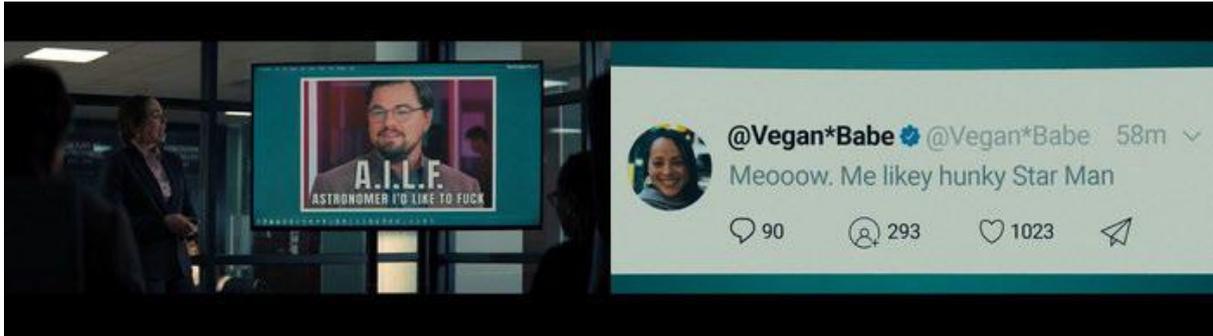
Para comprender mejor

Para profundizar sobre la idea de algoritmo, viralización y cultura digital. Los invitamos a escuchar el podcast “Esta película es 85% para vos” de Mora Mattasi que pertenece a la serie Enredadera de la revista Anfibia.

<https://open.spotify.com/episode/4BI6KeXOVbmPT99nll4KNg?si=TNEfvIudSOKOHAS7HQHSyw>

Patricia Ferrante (2020) sostiene que “Las redes expanden la conversación, pero también lo hacen bajo un principio de ordenamiento algorítmico, donde conversamos o conectamos más con quienes ya sabemos que son afines. Leemos o miramos lo que ya nos interesa; nos creamos nuestra propia burbuja y ahí nos quedamos, confirmando lo que ya creíamos. Lo que Eli Pariser llama “la burbuja de los filtros” potencia esta dinámica de solo acceder a aquello que nos interesa. Nos quedamos cómodos participando en nuestra zona de confort, hablando entre iguales y, crecientemente, desconociendo al otro, o a lo que pasa fuera de nuestra burbuja” (Ferrante, 2020, 8)

Las redes sociales se convirtieron en el espacio donde la participación sucede. Dice Ferrante recuperando al colombiano Omar Rincon “que la participación en las redes es “vaga”: ya puse like, así que mejor me quedo en mi casa y no voy a hacer ninguna revolución”.



Captura de Memes que se presentan en la película "No mires Arriba" donde se utilizan para medir la opinión pública mostrando de modo irónico el sentido de este tipo de imágenes.

Ferrante, recuperando a Zizi Papacahrissi aporta una respuesta interesante: el espacio público de la democracia en la era digital es una esfera privada. No solo por el efecto de las burbujas, sino porque la participación se desarrolla crecientemente en plataformas privadas a las que delegamos la gestión de nuestros datos y la determinación de un universo de sentido (qué, o a quiénes, nos recomiendan, hacia dónde nos orientan esos algoritmos). Habitamos, entonces, múltiples espacios públicos y privados, que pueden o no entrar en diálogo (o en guerra). El tipo de participación cívica en este espacio público en red se simplifica (lógica me gusta/no me gusta) y no requiere una contemplación extensa de los asuntos cívicos (Papacahrissi, 2010).

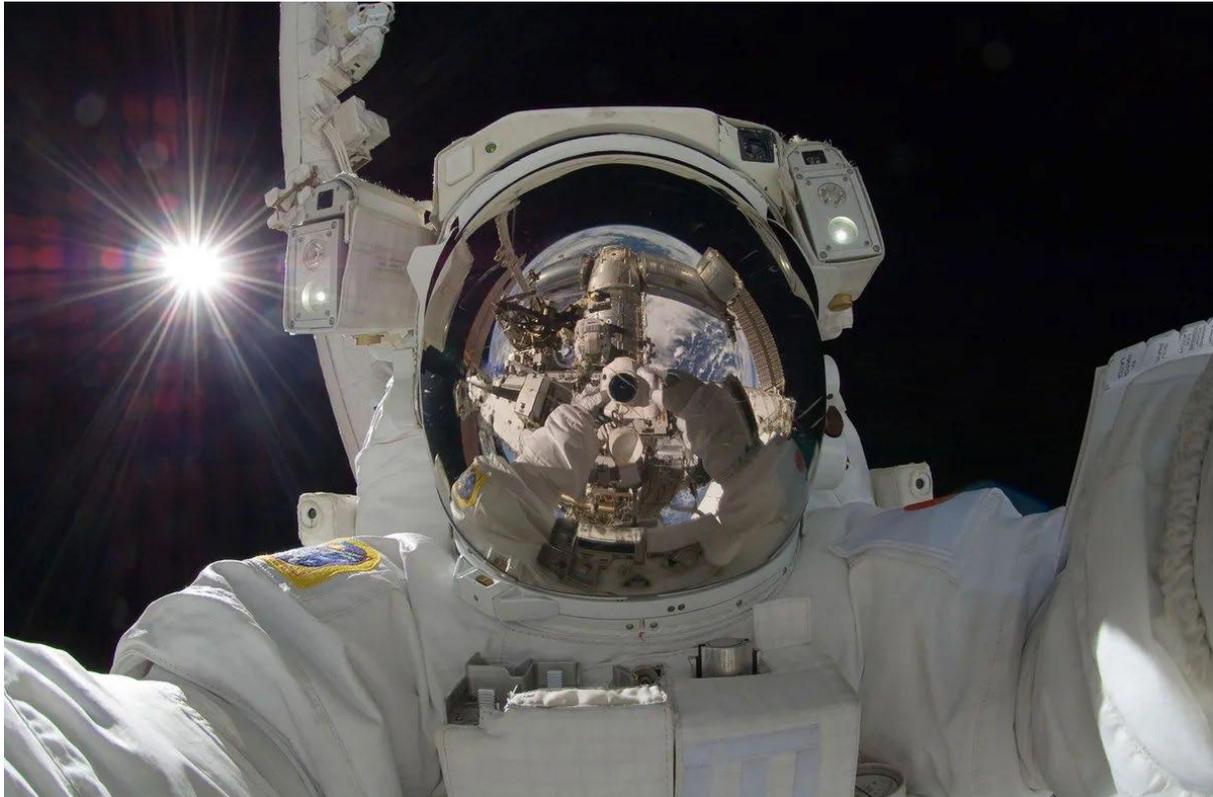
Estas pequeñas pinceladas que compartimos sobre lo controvertido de nuestro tiempo contemporáneo nos aleja de miradas instrumentales sobre las tecnologías y los medios. Pero nos posiciona en un escenario profundamente complejo respecto de la formación en estos temas con los niños en las escuelas. El tiempo de pandemia incrementó el uso de medios digitales en

la población mundial y en los niños pequeños en particular, trasladó tiempo de juego y encuentro con otros a las pantallas. Los niños, de diferentes sectores sociales, acceden a las pantallas cada vez desde más temprana edad. Varios estudios demuestran que el acceso a la televisión y los celulares es masivo en Argentina. Según el informe Digital 2021 elaborado por Hootsuite y We are social en Argentina, se determinó que “el número de dispositivos móviles es de 55,19 millones a nivel nacional, es decir que la cantidad de conexiones a través de celulares, tablets y portátiles superan a la población total (121.6%). Actualmente, hay 36,32 millones de internautas, lo que representa el 80% de la población. De ese valor total, el 79.3% (36 millones de usuarios) usa redes sociales activamente como Facebook, Tik Tok, Instagram, YouTube. Eso quiere decir que casi todos los usuarios de Internet tienen perfiles en estas plataformas”. A su vez, otros estudios establecen “Los niños de entre 4 y 15 años aumentaron el uso de redes sociales y apps de educación un 76 y un 54 por ciento, respectivamente, durante el año 2020 debido, principalmente, a la pandemia de la COVID-19, convirtiéndose Fortnite, Roblox¹ y TikTok en las aplicaciones a las que más tiempo dedican al día”²

En este contexto consideramos imprescindible el lugar de la escuela como espacio público y colectivo para abordar estas temáticas con los niños pequeños. Sostiene Buckingham “La alfabetización mediática requiere una educación en los medios de comunicación. Para que sea algo más que un gesto vacío, la alfabetización mediática necesita programas sostenidos de enseñanza y aprendizaje. Esto significa que **en las escuelas tenemos que enseñar sobre los medios y la tecnología**. Numerosos profesores enseñan con la tecnología, o a través de ella: utilizan los ordenadores como antes utilizaban la televisión educativa. Sin embargo, también necesitamos enseñar sobre estos medios - haciendo preguntas críticas sobre cómo representan el mundo, y cómo crean significados. También necesitamos involucrarnos mucho más directa y sistemáticamente con la forma en que los estudiantes están usando los medios y la tecnología fuera del aula” (Buckingham, 2019, 4)

¹ Roblox es una plataforma de videojuegos en línea. Los usuarios pueden crear sus propios mundos virtuales con el sistema de creación de juegos llamado Roblox Studio, desarrollado por Roblox Corporation.

² Leer más: <https://www.europapress.es/portaltic/socialmedia/noticia-ninos-aumentaron-76-uso-redes-sociales-2020-20210408152750.html>



El 5 de septiembre de 2012, el astronauta japonés Akihiko Hoshide se tomó esta Estación Espacial Internacional mientras orbitaba alrededor de la Tierra. Esta imagen es interesante porque en el escenario de la inmensidad el hombre decide fotografiarse a sí mismo.

Enseñar sobre los medios y la tecnología nos obliga desde la escuela a abordar temas complejos con niños pequeños. El taller de comunicación de las Escuelas Alas es una oportunidad para este abordaje donde las prácticas de lectura y escritura se convierten en esenciales. Proponemos entonces algunos ejes posibles para ser trabajados en el taller teniendo como ejes **cuatro categorías** que propone Buckingham:

- El primer concepto es el **lenguaje de los medios**. Lo que estamos viendo aquí es cómo los medios crean significado, o cómo creamos significados a partir de los medios; y en este contexto, "lenguaje" obviamente incluye formas de lenguaje visual y audiovisual. Estudiar el lenguaje mediático nos lleva más allá de la visión de internet como un espacio libre donde la gente simplemente se "expresa". Las redes sociales como Facebook y Twitter no son foros abiertos: tienen reglas y convenciones que determinan los tipos de lenguaje que son posibles, y cómo se comporta la gente.

Esta dimensión supone acompañar exploraciones con los niños respecto de los modos en que cada plataforma muestra los datos y el tipo de prácticas que promueve. Es decir, desarmar la estructura de cada plataforma y reconstruir los usos frecuentes de cada una. Por ejemplo, juegos on line que incrementan puntos solo en la medida que se está jugando, obligado a pasar cada vez más tiempo

en la aplicación; fotos de gente siempre feliz en las redes sociales, condicionando el tipo de fotografías que se consideran “publicables”, contenidos frecuentes de tiktok que condicionan la sugerencia de contenidos siempre similares, etc. Según cada edad se podrán pensar actividades diferentes en articulación con el área de sociales, naturales, lengua, matemática o artes.

- En segundo lugar, **la representación**. En este caso estamos viendo cómo los medios de comunicación afirman representar la realidad. Esto nos lleva más allá de la visión de los medios digitales como meras tecnologías de “información”. A menudo se asume que la información es un bien neutro, que baja por el cable, en la pantalla y en nuestro cerebro. Lo único que tenemos que aprender es cómo encontrarla. Pero a partir de una educación mediática respectiva, necesitamos hacer preguntas sobre cuán confiable y creíble es esta información, y hasta dónde debemos confiar en lo que nos dice sobre el mundo.

Desde la dimensión de representación no solo se trata de indagar respecto de las “noticias falsas” sino los modos que construyen los medios y las tecnologías representaciones sobre lo bello, lo bueno, lo correcto, lo verdadero, etc. Las series de Disney, ciertas películas “hollywoodenses” construyen modos hegemónicos de ver las niñeces, las juventudes, las relaciones amorosas, las ideas de belleza, lo moral, etc. Hace mucho que los educadores sabemos que la escuela puede ser un espacio para aproximar a los niños otros modos diferentes de ver el mundo que desafíen las formas hegemónicas de la televisión y las publicidades. Lo mismo correspondería hacer respecto del contenido que se consume en tiktok, youtube, instagram, etc. Necesitamos desde la escuela desarmar las ideas de “videos graciosos” como formas que legitiman la burla, la risa sobre las caídas de otros, por ejemplo. Necesitamos desde la escuela ofrecer otros mundos culturales que muestren diversidad, alteridad y diferencias para poder comprender el mundo propio desde miradas más complejas y amplias.

- Al explorar el concepto de **producción**, nos preguntamos quién hace estos medios, cómo los hacen y por qué; y además, cómo se distribuyen y regulan los medios. Esto es válido tanto si los medios son hechos por grandes corporaciones, como por individuos. La idea clave aquí es que estos medios no son libres, incluso si parecen serlo. Los modelos comerciales basados en datos funcionan de manera diferente a los de los medios de comunicación tradicionales como la televisión, pero siguen siendo controlados por empresas muy grandes.

Pensar la dimensión de producción es central. Es entender que cada medio responde a ciertos intereses. Cuando el discurso de los medios se aboga por prácticas de libertad, de creatividad ilimitada, de trabajo colaborativo altruista será importante desarmar dichos discursos desde los intereses que promueven.

- Por último, al mirar a **las audiencias**, estamos viendo quién usa estos medios, cómo los usan y por qué. El punto clave aquí es que los medios digitales y sociales no son sólo una cuestión de empoderamiento o auto-expresión. Pueden tratarse de creatividad, pero

también de vigilancia, de empresas que recopilan datos sobre lo que todos nosotros hacemos, clic por clic. Al estudiar esta área, necesitamos reflexionar sobre cómo y por qué usamos estos medios en nuestra vida diaria, y las consecuencias sociales, éticas y psicológicas más amplias de esto.

Según las edades de los niños se podrá abordar esta necesidad de las empresas de comerciar con nuestros datos, que deleguemos nuestro tiempo en ellas. Nuestros clics aportan datos sobre nuestros gustos, intereses, deseos y estos datos valen para comerciar e intercambiar información.

Solo como ejemplos, mencionamos algunos temas relevantes que podrían ser objeto de estudio en el Taller de comunicación en articulación con prácticas del lenguaje. Al inicio de este documento planteamos que la experiencia puede convertirse en conocimiento en la medida que puede ser narrada, conversada y mediada por la palabra. Proponemos entonces, algunos ejemplos que podrían abordar críticamente los medios digitales (desarmando sus lenguajes, sus modos de representar, analizando el modo de producir y la construcción de las audiencias) a través de acciones narrativas.

- ***¿Quiénes son tus amigos en Roblox³?*** Se podrían realizar entrevistas a los compañeros de otros grados o salas, indagar las distintas modalidades de juego y la construcción de los vínculos al interior de cada formato. ¿Qué tipo de prácticas son consideradas buenas estrategias y cuales son prácticas censurables? Se reportaron muchas prácticas de juego relativamente abusivas⁴ que los chicos conocen y resulta interesante conversar con los adultos. También podrían abordarse preguntas sobre las modalidades de juego para sistematizar buenos trucos para jugar. Se podría después construir guiones de tutoriales y filmar recomendaciones para jugar. Las cuatro categorías de Buckingham se despliegan en este caso.
- ***¿Cuáles son tus mejores selfies?*** Lorena Garcia Mendoza, plantea “Frente a un mundo donde las imágenes son sinónimo de emotividad y en un sentido político son consideradas “agentes formateadores de la conciencia” (Fontcuberta, 2015b: párr. 4), habría que introducir espacios para la reflexión sobre éstas, de modo que su uso y creación sea algo más que meras repeticiones estériles o exclamaciones de un yo sin mundo”. Garcia nos propone repensar las selfies como formato cultural que quizás nos abran la posibilidad de revertir la tendencia de un tiempo sin historia, sin pasado sin mundo. Federico Lorenz (historiador y escritor argentino) plantea que la vida virtual favorece la sensación de vivir en un presente permanente que destierra la idea de futuro y la posibilidad de incidir en él. Otra vez, los medios parecen desafiar nuestra subjetividad histórica. Claramente la única

³ Esta actividad se podría realizar con cualquier juego online. Lo interesante de Roblox es el crecimiento exponencial que tuvo en niños pequeños durante el tiempo de la pandemia. Se generaron además comunidades de juego donde intercambian trucos, ideas y sugerencias.

⁴ https://elpais.com/tecnologia/2018/07/06/actualidad/1530871736_133106.html

opción frente al olvido es reponer nuestra historia, escribir nuestras selfies, narrar el tiempo y escenario que allí se despliega, hacer visible “el mundo” en la selfie. En este sentido, invitar a los niños a hablar sobre sus selfies habilita conversaciones críticas sobre los sentidos asignados a esta práctica. Se podrían imaginar álbumes de selfies, para mostrar modos comunes y convencionales y desde ese lugar construir juegos de selfies que desafíen los modos estereotipados. Lo interesante además será pensar estrategias para narrar lo que no se ve en la selfie, tanto en la propia como en la que ellos miran y consumen.

- **¿Qué videos de tiktok te divierten?**⁵. Indagar sobre los criterios estéticos contribuye a tomar postura sobre lo que se instala como versión hegemónica. Mostrar otros cánones de belleza, otros modos de leer, otros modos de ver videos permiten tomar distancia y tener márgenes para elegir los propios gustos. No se trata de “enjuiciar” los contenidos de tiktok /youtube / instagram desde miradas moralistas sino de mostrar diversidad, que permita construir experiencias estéticas diferentes. Actividades de investigación (entrevistas, búsquedas en internet, etc) sobre quiénes usan tiktok, quién publica, cuánto publica, qué publica, qué cuenta con esos videos, qué filtros usa, etc. para luego “contar” algo diferente con eso que se indagó. Se podrían diseñar campañas publicitarias con esta información o se podrían armar un canal de podcast⁶ realizado por niños para niños.
- **Mi mundo en imágenes**. Internet ofrece acceso a información instantánea a nivel mundial. Se podrían abordar algunos ejes de problemáticas medioambientales a partir de recopilaciones fotográficas. Fenómenos como terremotos, maremotos, explosiones volcánicas, talado de campos, siembras intensivas, cambios climáticos que podrían permitir abordar lo próximo y lo lejano articulando imágenes fotográficas, relatos científicos, documentales, articulados desde abordajes literarios. Por ejemplo, construir un relato con algunos datos científicos donde el mundo, nuestro mundo, narre en modo ficcional en primera persona las transformaciones que está atravesando en el cambio climático. Esto requeriría miradas que integren lo literario, lo visual, lo audiovisual y el relato científico. Podría ser un proyecto anual que aborde varios capítulos y que culmine en una producción visual y escrita narrada en primera persona por nuestro mundo. “Las artes nos introducen en la dimensión estética de la existencia y según el dicho que dice que la naturaleza imita lo que la obra de arte propone, nos enseñan a ver mejor el mundo desde un punto de vista estético. Se trata de mostrar que, en toda gran obra, de literatura, de cine, de poesía, de música, de pintura, de escultura, existe un pensamiento profundo sobre la condición humana” (Morin, 1999:47)

⁵ <https://queportal.fcc.unc.edu.ar/2020/10/26/entre-15-y-60-segundos-de-creatividad-reflexiones-sobre-tik-tok/>

⁶ producciones sonoras que tienen un eje temático y abordan temáticas específicas.

Para comprender mejor

Para indagar sobre la relación entre las artes, el conocimiento y las tecnologías le proponemos leer el siguiente artículo.

Roldán, P ; Gencarelli, C ; Alberione E (2016) Clase 2. visualidades, sonoridades y poéticas. Seminario de experiencias estéticas y enseñanzas en la contemporaneidad. Maestría en procesos educativos mediados por tecnologías. UNC

https://www.academia.edu/30630621/Visualidades_sonoridades_y_po%C3%A9ticas_para_pensar_las_ense%C3%B1anzas

Cada uno de estos temas, como muchos más que podrían proponerse, habilitan abordajes centrados en el hacer y la experiencia que mencionamos al inicio del documento. El sentido de convertir estos temas en objetos de estudio es habilitar un espacio colectivo de conversación que permita tomar posición sobre los medios digitales desde una mirada crítica y profunda. A su vez, estos abordajes permiten explorar prácticas de oralidad, lectura y escritura en diferentes situaciones de interacción comunicativa, con diferentes propósitos y en diversos soportes. No se trata de construir miradas sancionadoras ni alarmistas sobre los medios digitales sino de proponer abordajes “experienciales” que permitan un posicionamiento político y estético sobre el mundo.

Referencias bibliográficas

Buckingham, David (2019) Rethinking digital literacy: Media education in the age of digital capitalism. <https://davidbuckingham.net/education-and-culture/media-education/>. Traducción Candela Gencarelli.

Dussel, Inés; Ferrante, Patricia y Pulfer, Darío (2020) Pensar la educación en tiempos de pandemia. Entre la emergencia, el compromiso y la espera. UNIPE Editorial Universitaria.
Dussel (2018) Sobre la precariedad de la escuela. LARROSA, J. (2018) Elogio de la escuela. (83-106) Buenos Aires: Miño y Davila

Dussel, I. (junio de 2014). Usos del cine en la escuela: Una experiencia atravesada por la visualidad. Revista Estudios da Língua(gem). 12(1), pp. 77-100.

Ferrante, P. y Equipo de producción de materiales educativos en línea. (2020). Clase 1: Ciudadanos conectados. Dilemas y desafíos de la democracia en la red. Módulo Temáticas contemporáneas y medios digitales. Especialización Docente de Nivel Superior en Educación y Medios Digitales. Córdoba: ISEP - Ministerio de Educación de la Provincia de Córdoba

Foncuberta J (2016) La Furia de las Imágenes. Galaxia Gutemberg

García Mendoza, Lorena (2018) En modo selfie: reflexiones sobre la potencia de las selfies. Revista Nómadas N° 49. Universidad Central de Colombia.

Goldstein; (2010) La experiencia estética como experiencia de conocimiento en Frigerio G; Diker, G Educar: (sobre) impresiones estéticas. Serie Seminarios del CEM. Del estante editorial. Buenos Aires.

Larrosa. Jorge (2009) Experiencia y alteridad en educación. Rosario : Homo Sapiens.

Lorenz, Federico (2019) Recuperar la escala humana. Diario La Nación.

Morin, E (2002) La cabeza bien puesta. Repensar la reforma. Reformar el pensamiento. Buenos Aires.

Papacharissi, Z. (2010). A private sphere: democracy in a digital age. Cambridge: Polity Press.

Roldán, Paola (2021) Entre 15 y 60 segundos de creatividad (reflexiones sobre Tik Tok) . Especial Pandemia. Qué Portal. FCC. UNC.

Van Dijck, J. (2016). La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales. México: Siglo XXI.

Películas recomendadas *para mirar*

No miren Arriba (2021) de Adam McKay
El dilema de las redes (2020) de Jeff Orlowski

Producción Paola Roldán.

Colaboración Susana Amancio.

Intendente

Dr. Martín Llaryora

Viceintendente

Dr. Daniel Passerini

Secretario de Educación

Dr. Horacio Ferreyra

Subsecretaría de Coordinación Educativa

Prof. María José Viola

Dirección de Gestión Educativa

Lic. Luis Franchi

Dirección de Parques Educativos

Lic. Eugenia Rotondi

Dirección General de Programas Educativos y Relaciones Territoriales

Lic. Pablo Rodríguez Colantonio

Dirección de Aprendizaje y Desarrollo Profesional

Dra. Alicia Olmos

Dirección de Fortalecimiento Socioeducativo

Lic. Alicia La Terza

Dirección General de Gestión y Administración de Recursos

Lic. Marcelo Nacif

Dirección de Infraestructura y Equipamiento

Arq. María Belén Giroldi