

Aportes de la Didáctica transmedia desde el enfoque del diseño curricular para la vuelta a la presencialidad.

Material elaborado por Nancy Arias, Equipo Lenguas y Comunicación.

- *Enfoque de enseñanza del DCJ de la Orientación comunicación. Finalidades formativas, perfil de egresado/a de la Orientación.*
- *Aprendizajes Fundamentales de los espacios específicos.*
- *Aprendizajes sugeridos para los EOI.*
- *Los formatos pedagógico-curriculares en la Orientación.*
- *Aproximación al concepto de Didáctica Transmedia.*
- *De la planificación didáctica al diseño de experiencias de aprendizaje.*

Enfoque de enseñanza del DCJ de la Orientación comunicación.

A partir de la implementación de la nueva ley de Educación (LEN 26.206) y en concordancia con lo dispuesto en las Resoluciones del Consejo Federal, en nuestra provincia se adopta desde el año 2010 la Orientación en Comunicación en la Educación Secundaria.

La Orientación en Comunicación aborda los saberes referidos al campo comunicacional y su relación con lo social. Enfatiza los diversos aspectos de la comunicación interpersonal, comunitaria e institucional, y de la comunicación y los medios, y lo hace a partir de la observación, el análisis y la producción, desde una perspectiva inter y multidisciplinar, con la finalidad de fortalecer en los estudiantes la comprensión y el involucramiento activo en relación con dichos procesos.

Esta Orientación hace foco en la condición de los jóvenes como productores de sentidos, sujetos de una apropiación simbólica que es un paso de suma importancia para su conformación como ciudadanos, que se plasma en el doble acto de producir una voz propia y hacerla circular más allá del aula (D.C.P. Versión definitiva 2012-2015).

Con vistas a la construcción de una propuesta institucional integral e integrada, y teniendo en cuenta las capacidades de egreso definidas en los Diseños Curriculares, será necesario iniciar y/o fortalecer el diseño de propuestas de trabajo que contemplen articulaciones entre los aprendizajes/contenidos de los espacios curriculares de formación específica, los de formación general - en particular Formación para la Vida y el Trabajo- y los de los EOI que la institución haya elegido implementar. En este sentido, se reitera lo señalado en el Diseño Curricular acerca de que se “pongan en marcha modalidades y estrategias de trabajo - en las aulas, en las escuelas y en el contexto- que aseguren a los estudiantes una formación relevante...”; por ello, se recomienda la utilización de diversidad de formatos pedagógico-didácticos que superen la clase expositiva para el tratamiento de los contenidos: observatorios de medios, laboratorios para experimentar producciones, etc., en los que es mayor el nivel de participación y de implicación de los estudiantes en sus aprendizajes.

Las sugerencias para la evaluación de los aprendizajes en el nuevo diseño curricular invita a construir una nueva concepción de la enseñanza, de la evaluación, y de sus interrelaciones e interacciones. Por ello, se recomienda acordar institucionalmente criterios de evaluación comunes a la totalidad de los espacios de la Orientación y explorar cooperativamente nuevos formatos e instrumentos para el seguimiento y valoración de los aprendizajes.

En relación con los Espacios de Opción Institucional Los EOI previstos para la Orientación en Comunicación contemplan intencionalidades formativas y aprendizajes que permiten completar y



contextualizar la propuesta institucional. De acuerdo con las planificaciones de docentes analizadas, la capacitación desarrollada, los intercambios con directivos y docentes de escuelas que están implementando la Orientación, y con el objetivo de contribuir a la revisión y fortalecimiento de las propuestas de los EOI, se recomienda evitar la repetición de aprendizajes/ contenidos ya prescriptos por el Diseño Curricular para los espacios de la formación general y específica, ya que vuelve reiterativa la propuesta institucional y no se cumple con el propósito de los EOI: contextualizar, articular, profundizar y ampliar los aprendizajes y contenidos de la Formación Específica de cada Orientación. Asimismo, se insiste en la necesidad de generar diverso tipo de articulaciones entre EOI y espacios de la formación específica (en instancias de trabajo compartido, Jornadas de Profundización Temática, etc.). Además, en estos espacios se busca promover mayor variedad y profundidad de experiencias de aprendizaje para habilitar al estudiante en campos de desempeño en comunicación social.

Rescatamos un fragmento de la introducción a la Orientación tal como aparece en el tomo XIII de los Diseños Curriculares Jurisdiccionales de la Provincia de Córdoba:

“Actualmente, además de la escuela existen diversos escenarios donde se socializa y aprende: hay otros espacios, medios y agentes con potencial educador en sí mismos y también con los cuales la institución educativa puede articular acciones para enriquecer las experiencias que se ofrecen a los estudiantes.

El aprendizaje supone procesos –escolares y extraescolares- que se extienden durante toda la vida. Corresponde a la escuela garantizar saberes fundamentales que permitan afrontar nuevos desafíos y escenarios de manera autónoma.

- *En los contextos actuales se requiere una alfabetización multidimensional (letrada, matemática, científica y tecnológica, visual y audiovisual, estética, económica, intercultural, emocional...).*
- *Es decisivo considerar las variables tiempo, ritmo y heterogeneidad de contextos e intereses en los procesos de enseñanza y de aprendizaje.”*

En el mismo apartado se indica que la propuesta formativa está orientada a que los estudiantes a su egreso sean capaces de:

- *Comprender y producir textos orales y escritos, para una participación efectiva en diversas prácticas sociales de oralidad, lectura y escritura.*
- *Comprender, explicar y relacionar los hechos y fenómenos sociales y naturales empleando conceptos, teorías y modelos.*
- *Poner en acto estrategias de búsqueda, selección, análisis y comunicación de información proveniente de distintas fuentes; el pensamiento crítico y creativo; la sensibilidad estética y la apreciación de las distintas manifestaciones de la cultura; hábitos de cuidado de la salud así como de higiene y seguridad integral.*
- *Abordar y resolver problemas con autonomía y creatividad.*
- *Interpretar y valorar el impacto del desarrollo y el uso de las TIC, utilizándolas de manera reflexiva, responsable, crítica y creativa.*
- *Trabajar en colaboración para aprender a relacionarse e interactuar.*
- *Construir expectativas positivas sobre sus posibilidades de aprendizaje y progreso en los planos personal, laboral, profesional y social.*
- *Comprender los factores que inciden en el mundo del trabajo, conocer los derechos y deberes del trabajador e informarse sobre el mercado laboral en general.*
- *Adquirir los conocimientos básicos y necesarios, y aquellas técnicas, destrezas y habilidades vinculadas al campo vocacional y socio ocupacional de la Comunicación, que les permitan ampliar sus posibilidades de inclusión social.*
- *Actualizar de manera permanente los conocimientos adquiridos.*



- Valorar la importancia del sistema de derechos y deberes ciudadanos y los mecanismos e instrumentos para la participación crítica, reflexiva, solidaria, ética y democrática.
- Actuar con responsabilidad y compromiso en la promoción de acciones que tiendan al mejoramiento del ambiente (natural y social), posibilitando un desarrollo sustentable.
- Abordar, desde una perspectiva comunicacional, la reflexión y la participación en problemáticas sociales y comunitarias (vinculadas a la salud, la ecología, los derechos de los jóvenes y adolescentes, las problemáticas de género, las problemáticas interculturales, entre otras).

Es necesario tener en cuenta estas capacidades de egreso en diálogo con las finalidades formativas del Ciclo Orientado y los programas prioritarios que buscan fortalecer las habilidades de oralidad, lectura, escritura y resolución de situaciones problemáticas.

Espacios Curriculares de la Orientación.

	ESPACIOS CURRICULARES	4°	5°	6°	TOTAL
1	Matemática	4	4	4	12
2	Lengua y Literatura	5	4	4	13
3	Biología	4	-	-	4
4	Física	-	4	-	4
5	Química	-	-	4	4
6	Geografía	3	3	-	6
7	Historia	3	3	-	6
8	Lengua Extranjera Inglés	3	3	3	9
9	Educación Artística	3	3	3	9
10	Psicología	-	4	-	4
11	Ciudadanía y Política	-	-	3	3
12	Filosofía	-	-	3	3
13	Educación Física	3	3	3	9
14	Formación para la Vida y el Trabajo	3	3	3	9
15	Comunicación, Cultura y Sociedad	3	3	3	9
16	Producción en Lenguajes	4	4	4	12
17	Comunicación Institucional y Comunitaria	-	-	3	3
18	Espacios de Opción Institucional	3	3	4	10
	TOTAL DE HORAS	41	44	44	129
	TOTAL DE ESPACIOS CURRICULARES	12	13	13	38

Espacios específicos.

Comunicación, cultura y sociedad

Este espacio busca ofrecer a los estudiantes un espacio para el conocimiento y la reflexión en torno a los escenarios actuales, la globalización y la sociedad de la información y el conocimiento con el objetivo de abordar las capacidades y saberes que garanticen la participación activa, creativa y crítica de los estudiantes en la vida social.



La relación entre comunicación, cultura y sociedad plantea fuertes contradicciones sobre las que es necesario reflexionar. Asimismo esta relación invita al reconocimiento de las identidades, al abordaje de la diversidad, al valor de las diferencias para una sociedad más inclusiva.

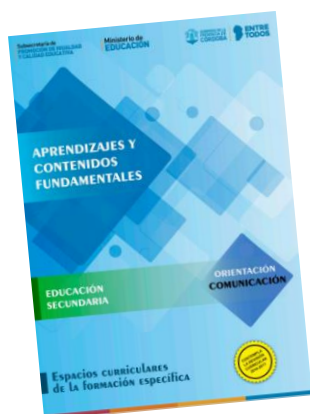
Producción en lenguajes

Según el texto del tomo XII “Este espacio curricular, en consonancia con lo expresado en los Marcos de Referencia de la Educación Secundaria Orientada en Comunicación, se orienta a un conocimiento de los medios (prensa, radio, TV, fotografía, cine, historieta, multimedia) que integre perspectivas de lectura crítica, revisión sociohistórica e indagación de sus lenguajes, modos de funcionamiento y producción. En este sentido, se tiende a superar un abordaje que los conciba sólo como formas de mediación tecnológica y a los estudiantes únicamente como sus receptores/consumidores/espectadores, enfatizando la condición de los jóvenes como productores.”

Este espacio contempla una combinación de formatos curriculares y pedagógicos (taller, proyecto, laboratorio) para abordar los diferentes ejes. Se trata de un espacio de producción, de experimentación con los lenguajes, géneros y formatos, especialmente aquellos relacionados con las TIC.

Comunicación Institucional y Comunitaria

Este espacio curricular que se encuentra presente sólo en sexto año, busca describir las características del escenario actual en tanto contexto en el que se desarrollan las organizaciones y los procesos de comunicación institucional o comunitaria. Plantea temas como el significado de la identidad organizacional, la comunicación como herramienta de gestión en las organizaciones, la responsabilidad social, entre otros.



Aquí podés consultar los Aprendizajes y contenidos fundamentales de cada espacio curricular de la Orientación.

Espacios de Opción Institucional

Arte y Comunicación

Este espacio pretende promover la profundización de saberes en torno al vínculo entre arte y sociedad en el marco de los procesos de comunicación, promoviendo una perspectiva de comunicación pública del arte.

Ciencia y Comunicación

Existe una brecha entre la generación de conocimiento científico y su apropiación social si se tiene en cuenta el grado en el cual los avances científicos y tecnológicos condicionan y modifican la vida cotidiana. Este espacio propone entonces el abordaje de temáticas relacionadas con los procesos, mecanismos y medios de difusión, comunicación y divulgación de la ciencia, de modo de contribuir a que se valore la importancia de la cultura científica en las sociedades del conocimiento.



Emprendimiento en medios

Este espacio propone abordar saberes vinculados con el planeamiento, la organización, la coordinación, la dirección y el control de emprendimientos comunicacionales (por ejemplo, radio, publicaciones gráficas o multimediales), con la intención de que los estudiantes se interioricen sobre la dinámica de su funcionamiento y puedan reconocer las relaciones que se establecen entre estos medios y las comunidades de referencia.

Comercialización y publicidad

La comunicación (como disciplina) ha transversalizado las actividades organizacionales orientadas a la comercialización. Esto se ha logrado especialmente a partir de las comunicaciones integradas, con la publicidad como principal herramienta discursiva. Este espacio se propone como una oportunidad para que los estudiantes profundicen en uno de los campos de acción en los que interviene la publicidad y sus efectos sociales, culturales y económicos. En este marco, el eje de las reflexiones estará puesto en las relaciones entre publicidad y plan de comercialización.

Tecnologías de la Información y la Comunicación

Se trata de un espacio destinado a ofrecer a los estudiantes la posibilidad de que amplíen y fortalezcan sus procesos de alfabetización avanzada, desde la dimensión social, tecnológica y comunicativa.



Aquí podés consultar los aprendizajes sugeridos para cada espacio de opción institucional de la Orientación.

Los formatos pedagógico-curriculares en la Orientación.

A partir de la experiencia de implementación de las diversas Orientaciones para Educación Secundaria, se promueve la utilización de diversidad de estrategias y formatos curriculares en la enseñanza. Esta prescripción genera una demanda relevante a los docentes: un abordaje intensivo en relación con las posibilidades y limitaciones de la implementación de los diversos formatos en las prácticas educativas. La intención de estas líneas es orientar sobre esta implementación a la vez que producir nuevas reflexiones y experiencias en relación con este tema. En los Lineamientos Políticos y Estratégicos de La Educación Secundaria Obligatoria - Resolución N° 84/09 del Consejo Federal de Educación-, al definir la propuesta formativa del Nivel, se expresa: “En las propuestas curriculares, se promoverán experiencias de aprendizaje variadas, que recorran diferentes formas de construcción, apropiación y reconstrucción de saberes, a través de distintos formatos y procesos de enseñanza que reconozcan los modos en que los estudiantes aprenden. Al mismo tiempo, estos formatos deberán promover otras prácticas en las que la enseñanza favorezca la creatividad de los docentes en el marco de dinámicas profesionales renovadas, articuladas y cooperativas, en las instituciones de todas las modalidades del nivel” (ítems 39 y 40, pp. 12-13). Los formatos constituyen alternativas diversas para la organización de la tarea pedagógica en los distintos espacios curriculares.

Podés visitar esta presentación para más información:
<https://prezi.com/view/0BhKckqeQBtEUBidEzQ6/>



Y en este texto algunos ejemplos para la implementación de los formatos en la orientación:

https://drive.google.com/file/d/0B9bmruGTIPkQnRKdjRueUpFbGs/view?usp=share_link&resourcekey=0-ID7xgSQHWOHEo4Sk7V6qmg

Cultura digital

Saber quiénes somos en un mundo cada vez más virtual donde la cibermediación y los algoritmos se han acoplado a nuestras vivencias cotidianas, se nos torna indispensable a la hora de cualquier reflexión teórica. Muy pocas veces en la historia la distancia entre las infancias de abuelos y nietos fue tan vasta. Una persona de 80 años, finalizando la segunda década del siglo XXI en territorio cordobés, vio llegar a su pueblo los primeros autos de vecinos que no pertenecían a las burguesías locales, vio llegar la radio a los hogares y más tarde la televisión, las computadoras y los celulares. Su nieto llegó cuando todo estaba aquí. Estos nuevos miembros de la vida cultural que reciben distintos nombres (en un intento por categorizar que no siempre rinde buenos frutos): nativo digital, centennial, generación z, navegan este mundo con el celular en la mano y los auriculares puestos pero lo más importante, se adentran en el ciberespacio para transitar recorridos impensables para las generaciones anteriores.

La tecnología nos configura como usuarios/as.

Vivimos en la cultura digital, en un contexto emergente en el que las tecnologías digitales adquieren un rol central. Escapar a esta cultura digital parece una misión imposible: somos ciudadanos digitales, empleados digitales, estudiantes virtuales y eventualmente cyborgs. Estos procesos socio culturales «se definen por la materialidad de nuestros dispositivos y artefactos que se encuentran en simbiosis con la construcción de sentido, las representaciones sociales, los imaginarios, la identidad» (ISEP, 2019)

En tiempos de conectividad y convergencia, reconocernos a nosotros mismos es un desafío. Inteligencia artificial, big data, internet de las cosas, narrativas transmedia, mediación algorítmica son términos cada vez más cotidianos. En esta cultura digital, los sujetos se apropian de las tecnologías digitales y detonan procesos simbólicos y materiales que reconfiguran los sistemas de producción, circulación y consumo de información (Castells, 2010),

En 2019, Carlos Scolari en su obra #mediaevolution, actualiza los nuevos paradigmas de la comunicación (Orihuela,2002) utilizando la metáfora de las mutaciones. En el nuevo ecosistema mediático Scolari nos habla de diez mutaciones: la comunicación pasó del broadcasting al networking, el modelo unidireccional de la comunicación (E-M-R) donde el mensaje es un texto lineal, monomedia y periódico se convirtió en un modelo reticular, casi fractal en el que la comunicación es de muchos a muchos, todos ellos prosumidores de un hipertexto multimedia o transmedia en tiempo real. Antes, la información era escasa, intermediada por profesionales preocupados por la opinión pública en un mundo donde lo público y lo privado eran ámbitos celosamente separados. Ahora, la infoxicación nos agobia, las intermediaciones se han vuelto cibernéticas en un mundo donde las prácticas comunicacionales se han visto invadidas por el amateurismo y donde el filtro burbuja nos segmenta con eficacia creciente.

En 2008, Jenkins nos hablaba de la cultura colaborativa habilitada por la convergencia tecnológica y cultural. Después vino el boom de las fake news, Cambridge Analytica, Trump y las democracias occidentales sintieron el impacto. Después, el celular se nos volvió prótesis; el reconocimiento facial, promesa de seguridad y las plataformas, la nueva patronal. Entonces los autores comenzaron a advertirnos sobre nuestra huella digital y el negocio en torno a nuestros datos; sobre el asalto del hipercapitalismo a todos los flujos de la vida (Sadin, 2018) y sobre cómo «convertir todo en datos y usar algoritmos para analizarlos, cambia lo que significa conocer algo...» (Manovich, 2012).



Estos cambios en los procesos de construcción del conocimiento nos obligan a preguntarnos cómo aprenden los/as estudiantes tanto dentro como fuera de las aulas. En un estudio publicado en 2018 Carlos Scolari y un grupo internacional de investigadores se preguntan qué están haciendo los/as adolescentes con los medios y encuentran que están utilizando nuevas estrategias de aprendizaje basadas en aprender haciendo, en la imitación y la simulación, en la resolución de problemas, en el juego y la colaboración. Tareas como crear y compartir dibujos y diseños, participar en redes sociales, producir mensajes y hacerlos circular van creando nuevos caminos y posibilidades en nuestros mapas mentales. Frente a esto, algunos docentes viven como un dilema angustiante el uso de las TIC en su tarea de enseñanza; mucho aporta a los temores en torno a su utilización las dudas del mundo adulto sobre su capacidad de manejo de las tecnologías. Educados en un mundo donde la autoridad docente provenía de la necesaria ignorancia del estudiante y donde la escasez informativa imponía el dominio de la cultura letrada, imaginar e implementar experiencias de enseñanza y aprendizaje en las cuales el dominio del conocimiento fluctúa entre los/as participantes a través de diversos formatos y lenguajes es un desafío importante para la mayoría del profesorado.

¿Qué es esto de lo transmedia?

Nacido como un adjetivo para caracterizar a las nuevas narrativas del mundo del entretenimiento donde las historias se expanden a través de diversos medios y plataformas, aportando cada medio sus lenguajes, sus lógicas y sus públicos para llegar a diversas y segmentadas audiencias quienes a su vez expanden estas historias con contenidos generados por los usuarios, «lo transmedia» encontró rápidos adeptos en todos los ámbitos de la comunicación.

En esta clase utilizaremos tres videos de una serie de producción española pertenecientes a “Transmedia en serie”, una producción de El Cañonazo Transmedia (empresa especializada en branded content, entretenimiento transmedia y producción de contenidos) podemos ver claramente qué es y cómo se llevan adelante las narrativas transmedia, en boca de sus protagonistas.

Podemos pensar la comunicación transmedia como una gestión multiplataforma de un tráfico comunicativo global y prácticamente ubicuo que se despliega a través de diversos lenguajes y soportes, en el que el consumo, la creación y la administración de mensajes se ha acoplado a la lógica de la cotidianeidad en un entorno mediático emergente de cultura colaborativa donde la comunicación es de muchos a muchos abandonando el modelo lineal y acercándose a una lógica fractal.

Ahora iremos desglosando esta primera conceptualización, abriendo la “caja negra” de la comunicación transmedia para comprender su composición, su funcionamiento, las relaciones que hacen a su existencia:

A principios del siglo pasado, los primeros estudios sobre la comunicación nos hablan de esta relación donde un emisor transmite un mensaje a un receptor a través de un canal, utilizando un código, es decir, un sistema de signos cuyo significado es compartido, comprendido por los miembros de la comunidad. Esto da lugar al aún vigente circuito de la comunicación.

A partir de esta primera definición, las teorías de la comunicación han ido deconstruyendo y construyendo nuevas definiciones de su objeto de estudio en función de los avances tecnológicos y los posicionamientos ideológicos. Tomemos como ejemplo este concepto propuesto por Roberto Von Sprecher en su invaluable texto “Concepto de comunicación social. Caja de herramientas conceptuales”. El autor se acerca con esta llave teórica para comenzar a “abrir puertas (...) a pensar algo que puede resultar abrumador, por multiforme y onnipresente”. En este sentido, piensa la comunicación como el conjunto de intercambios de sentidos entre agentes sociales, que se suceden en el tiempo, que constituyen la red discursiva de una sociedad. Esta red discursiva está tejida por las prácticas productoras de sentido de los agentes sociales (individuos, instituciones, empresas, etc). Estas prácticas se manifiestan en los discursos de los agentes, quienes a su vez ocupan distintas



posiciones en el espacio social general y en los campos de los que forman parte. Estas posiciones implican capitales y poderes diferentes puestos en juego en el intercambio. Es por eso que la comunicación social tiene un papel clave en la construcción del orden social y cultural. Como vemos ya no se trata sólo de transmitir información, sino de construir el mundo.

A todo esto se suma en la actualidad lo que Pierre Levy dio llamar convergencia y que retomó Henry Jenkins para intentar ponerle un nombre a este estado del mundo en el que los avances tecnológicos, el desarrollo del software y de las interfases (en tanto lugar de la interacción) y las capacidades, destrezas y puntos de vista de las personas. En este sentido, dice Jenkins que “la cultura de la convergencia representa un cambio en nuestros modos de pensar sobre nuestras relaciones con los medios, que estamos efectuando ese cambio en primer lugar mediante nuestras relaciones con la cultura popular, pero que las destrezas que adquirimos mediante el juego pueden tener implicaciones en nuestra manera de aprender, trabajar, participar en el proceso político y conectamos con otras personas de todo el mundo.”

Como vimos, el mundo tecnológico nos configura como usuarios, pero también como desarrolladores y productores en el contexto de un mundo convergente. Ya no sólo se trata de recibir información sino de la lucha por participar de la producción y de la circulación en los términos de cada cual y no sólo en los que las telcos habiliten; se trata de un lugar en la disputa por el sentido.

En este marco parafraseando a Aparici y Silva en su texto “Pedagogía de la interactividad”, internet y los nuevos medios se presentan como un sistema abierto a las interacciones, que permiten la co-creación, el intercambio de información y la construcción del conocimiento frente a los medios de comunicación tradicionales como la prensa, la radio y la televisión que se constituían como máquinas restrictivas, centralizadoras y articuladas a partir de la transmisión de informaciones elaboradas por un centro de producción (pensemos en los manuales de estilo, por ejemplo) En este escenario sociotécnico, dicen el autor y la autora, ocurre la transición de la lógica informacional del modelo «uno-todos» (modelo transmisivo) a la lógica de la comunicación «todos-todos» modelo (interactivo).

Por eso nuestra conceptualización comienza con la idea de una “gestión multiplataforma” ya no sólo se trata de una sala de redacción que produce información, sino de manejar diferentes plataformas, es decir múltiples lenguajes, audiencias segmentadas, lugares y tiempos que responden a condiciones de producción, circulación y consumo diversas.

Y lo que allí gestionamos es un flujo de información, un tráfico comunicativo global y prácticamente ubicuo.

En la sociedad de la información y el conocimiento lo intangible ve incrementado su valor respecto de lo tangible (antes los mayores valores eran tangibles: la sal, el oro, el dinero). Actualmente la creciente digitalización de productos y servicios genera nuevas relaciones sociales y en particular económicas y políticas. Esta digitalización precisa trabajar con información y conocimiento en tanto productos cuya materia prima son los datos. Tomemos por ejemplo el vuelco a la virtualidad de los servicios educativos y pensemos en la huella digital que hemos ido dejando docentes y estudiantes en este proceso. Esos datos respecto de nuestros movimientos, de nuestras decisiones, nuestros clicks y nuestros archivos... el manejo de este tipo de datos cuyo tamaño, velocidad de crecimiento y complejidad hacen que su captación, gestión, procesamiento y análisis mediante tecnologías convencionales ya no sea viable, dan lugar a lo que llamamos Big data. En simple: procesar grandes volúmenes de datos estructurados y no estructurados a velocidades monstruosas que se acercan al tiempo real. Podemos nombrar aquí lo que se ha dado en llamar minería de datos o exploración de datos que es un campo de la estadística y las ciencias de la computación referido al proceso que intenta descubrir patrones en grandes volúmenes de conjuntos de datos. Utiliza los métodos de la inteligencia artificial, aprendizaje automático, estadística y sistemas de bases de datos.

Este panorama nos sitúa como interlocutores en una situación comunicativa por lo menos compleja, y que es parte de nuestra vida cotidiana cuando usamos los algoritmos de recomendación de Netflix o de Amazon o cuando recibimos la valoración del restaurante por el que acabamos de pasar. A diario vamos incorporando en nuestro día a día el IOT (Internet de las cosas) cuando usamos el smartphone para controlar la iluminación, la alarma o el aire acondicionado, cuando nos ponemos esos relojes que reciben mensajes y nos toman el pulso, o cuando programamos un robot aspiradora para limpiar la casa.

Pero continuemos desmenuzando nuestra definición: este flujo comunicativo, dice, se despliega a través de diversos lenguajes y soportes.

La comunicación digital es un elemento omnipresente en la sociedad actual, que media las relaciones humanas en todos los ámbitos. Para esta comunicación hemos desarrollado un lenguaje digital que incluye la posibilidad de otros lenguajes interactuando y complementando la comunicación. La mixtura de lenguajes y plataformas constituye justamente una de las características de la cultura digital. Este entrecruzamiento de diversos lenguajes está posibilitado por la hipertextualidad, la interactividad y la multimedialidad.

La hipertextualidad consiste en vincular un texto con otro que puede tener la misma materialidad que el texto del que partimos u otra. Por ejemplo, podemos leer un pdf y encontrar un enlace a un video o a una infografía; también podemos ver un video y encontrar en la descripción un enlace a un libro digital. Esto permite lecturas no secuenciales.

Otro parámetro fundamental es la interactividad. Esta variable indica el nivel y tipo de participación que los/as usuarios/as tendrán en relación a la narrativa. La interactividad como proceso comunicativo entre las personas pretende crear un diálogo de doble dirección, donde los mensajes fluyen de forma bilateral. Una práctica que se consigue a través de herramientas como las plataformas sociales Twitter, Facebook, Instagram o chats, foros, correos electrónicos, entre otros.

Finalmente, la multimedialidad se refiere a la combinación de diversos medios de comunicación y a sus formatos (texto, audio o video) al servicio de un discurso o un mundo narrativo.

En este marco, el consumo, la creación y la administración de mensajes se ha acoplado a la lógica de la cotidianeidad en un entorno mediático emergente de cultura colaborativa alentada por el uso masivo de las redes sociales. En estos “nuevos medios” compartimos desde la receta del locro hasta tutoriales para programar o arreglar el calefón y también tomamos, por ejemplo, este curso. Distintas voces aportan capas de información que van construyendo un conocimiento colectivo cada vez más completo y variado. Si bien se hace necesario un trabajo de curaduría (en especial desde el rol docente), la posibilidad de simplemente zambullirse en el mar de información e ir “pescando” los datos que necesitamos para construir ese conocimiento que buscamos constituye una de las maravillas de este siglo donde como ya vimos la comunicación es de muchos a muchos abandonando el modelo lineal y acercándose a una lógica fractal.

Las narrativas transmedia

De un tiempo a esta parte comenzamos a ver productos culturales que no se limitan a un único medio y franquicias cada vez más complejas. Los mundos ficcionales comenzaron a exceder sus soportes de origen: las novelas se llevaron al cine y luego se lanzaron videojuegos; las películas sumaron cómics con precuelas, tienen fans que realizan convenciones y versiones propias de las historias, etc. A este tipo de narrativa comenzó a llamársele narrativas transmedia. Según Henry Jenkins, las narrativas transmedia representan un proceso donde los elementos de una ficción se dispersan sistemáticamente a través de múltiples canales, medios, plataformas que aportan al mundo narrativo sus lenguajes, sus públicos y sus lógicas. El propósito de este tipo de narrativas es crear un universo narrativo que



constituya una experiencia de entretenimiento para el usuario (pensado ahora como prosumidor, es decir productor y consumidor).

El rol de los fans se ve muchas veces desde la perspectiva de “colaboradores entusiastas” que merecen ser recompensados a medida que muestran un mayor nivel de interacción con el mundo narrativo propuesto por los productores y distribuidores. Nosotros/as como educadores/as rescatamos esa idea de participación ligada a la motivación, pero en lo que al mercado del entretenimiento se refiere, debemos recordar que todos los contenidos generados por los/as usuarios/as (al que llamamos FANDOM) nutre en realidad de manera “gratuita” las producciones de las empresas, las “historias oficiales” (a las que llamamos CANON).

Hacia una didáctica transmedia

En estas nuevas geografías es necesario cartografiar los territorios no sólo con nuevos instrumentos sino con miradas innovadoras sobre lo que consideramos posible. En el uso de los tecnomedios, socializamos, construimos conocimiento e identidades y aprendemos nuevas capacidades que suelen ser ignoradas por la escuela. Muchas de estas habilidades o competencias digitales desarrolladas por los/as estudiantes en los medios fuera de la escuela permiten pensar en otras estrategias de aprendizaje más ligadas al tutorial, al aprendizaje entre pares, a la consultoría, al taller y al laboratorio. Por eso resulta fundamental comprender que los procesos de subjetivación digital han cambiado para siempre los modos en los que aprendemos y por lo tanto los modos en los que enseñamos. No se trata ya de “ingresar aparatitos” en las escuelas. Si bien la disponibilidad física (conectividad y dispositivos) es fundamental, se trata de la base: sin la tecnología no se puede pero sólo con la tecnología, no alcanza. Otro aspecto, en el mismo sentido de esta “configuración maquínica”, es la comprensión profunda de que “nosotros los de antes ya no somos los mismos” como decía Neruda. Queda claro que dejar afuera del aula, afuera del proceso de enseñanza y aprendizaje, las tecnologías, es negar la propia identidad de quienes aprendemos y enseñamos. Somos cyborg y esta hibridación entre mundo físico (biológico y maquínico) y mundo virtual es hoy nuestra realidad. Esto significa que cualquier propuesta educativa debe contemplar esta identidad, estos lenguajes que hoy forman parte de nuestras sensibilidades, de nuestras formas de relacionarnos con el mundo, aún cuando en esa propuesta particular no intervengan las TIC.

Miriam Kap (2020) plantea que la didáctica transmedia en tanto praxis reflexiva que se expande a través de diversos medios y lenguajes para co-crear un conocimiento basado en el intercambio y la innovación mediada por tecnología, puede dar lugar a intervenciones epistemológicas que se conviertan en un nuevo acontecimiento creador.

Llamamos educación transmedia a la praxis de planificar e implementar experiencias educativas donde los aprendizajes y contenidos curriculares se plantean como un relato educativo que se expande a través de diversos medios y lenguajes y se enriquece con el contenido generado por estudiantes y docentes. De esta manera la escuela se configura como un lugar de entrecruzamiento de los diversos modos de lectura, escritura, pensamiento de la comunidad educativa y da paso a las voces, a los lenguajes, a las sensibilidades de los/as jóvenes, generalmente invisibilizadas en el ámbito educativo. Hablar de transmedia es hablar de polifonía, de participación, de apropiación. Las formas que asume, la apropiación de los tecnomedios por parte de los diversos grupos sociales se ve predeterminada por el poder de las grandes empresas dueñas de los datos, las tecnologías y por el propio uso que las personas hacen de los dispositivos y sus aplicaciones. En este sentido, la posibilidad que brinda la educación transmedia para contrarrestar la automatización de la recepción y para habilitar márgenes de participación ciudadana en el actual ecosistema comunicacional, vuelve a la escuela un lugar estratégico.



La economía del conocimiento, que seguramente será de gran ayuda a la hora de reconstruir la economía devastada del país y del mundo, no puede simplemente aplicar una mirada mercantilista en la que la educación tenga como sola misión preparar al capital humano en función de ciertas ventajas comparativas para su inserción en el mercado laboral. Trasladar sin más ese paradigma a la educación es sumamente nocivo para el desarrollo de una ciudadanía plena, en el marco de la inclusión y la ampliación de derechos. Sin embargo, como dijimos antes, sería necio no atender a las posibilidades de desarrollo social que la economía del conocimiento habilita. De allí, la importancia de acompañar desde la educación con abordajes más amplios, más humanistas que habiliten la diversidad y la posibilidad de pensar otras versiones del mundo, de enfrentar a los modelos de reproducción, modelos de apropiación. Los estudios realizados por la Dra. Susana Morales sobre el paradigma de la apropiación proponen un camino posible para una educación elucidada, donde la escuela pueda plantear prácticas de apropiación en tanto prácticas instituyentes que permitan a las personas tomar decisiones sobre su relación con las tecnologías, su proyecto de vida y la inserción en su comunidad de referencia. Esto sin olvidar que, como advierte Lagos Martínez, el uso creador del proceso de apropiación está determinado por el entorno cultural y cotidiano de las personas. En este sentido, la escuela, como el ámbito más importante desde el que se transmiten valores, aspiraciones, formas de estar y de ver el mundo, cumple un rol fundamental. Por estas razones, pensar la educación en el marco de la pandemia y la pospandemia nos enfrenta con la decisión ética de que nadie se quede afuera: ni estudiantes, ni docentes, ni familias. De nada sirve diseñar las experiencias de aprendizaje más creativas y más potentes si no hay la posibilidad material o cultural de ponerlas en práctica.

De la planificación didáctica al diseño de experiencias de aprendizaje: Propuesta para planificar experiencias educativas transmedia.

Planificar una propuesta educativa transmedia requiere abandonar la idea de un solo camino posible y guionar en 360 grados ya que múltiples experiencias sucederán simultáneamente en diversos territorios y tiempos. Una experiencia educativa transmedia requiere el desarrollo de planificaciones que den cuenta de los entramados de posibilidades; que exploren nuevas formas de organización discursiva; que permitan, a la manera de lo que Anahí Lovato (@anahilo) propone para los guiones transmedia: “organizar el flujo de información y sus interconexiones”.

Esta guía se propone comenzar a delinear algunas bases para el desarrollo de un dispositivo de planificación educativa transmedia. La siguiente propuesta es simplemente un camino posible, no constituye una receta acabada ni la única manera de planificar con una perspectiva transmedia. Por el contrario, pretende ser un comienzo, un mirada posible para que cada docente piense un modelo que se adapte a su espacio curricular, al nivel educativo en el que enseña y sobre todo a la realidad de cada escuela y de cada grupo de estudiantes. Es importante recordar que este tipo de planificación se aleja de los modelos lineales y secuenciales por lo que cada capa es transversal y se planifica paralelamente.

Esto significa que, si bien la capa narrativa constituye la base para comenzar a diseñar, la planificación se construye andamiada por cinco ejes: la capa narrativa, la mediática, la capa de las experiencias, la capa de la participación y la de la evaluación. Se trata de un trabajo iterativo en el que el/la docente parte de aquello que se quiere enseñar para crear un mundo narrativo que contiene esos aprendizajes. Las experiencias de descubrimiento, de exploración y de colaboración que genera el recorrido por el mundo narrativo/pedagógico incidirán sobre la decisión en torno a qué medios utilizar o qué tipo de participación tendrán los/as estudiantes. A su vez, las plataformas y canales donde se desarrolla la experiencia, determinan ciertos alcances del aprendizaje, configura una mecánica de participación y brinda experiencias diversas.



Es por esto que a la hora de trazar el mapa transmedia es importante ubicar los nodos y señalar la red de conexiones que les da sentido. También es necesario identificar los agujeros de conejo y los puntos de entrada que darán forma a los diversos recorridos.

Capa narrativa: el canon.

Proponemos comenzar por una lectura ampliada del Diseño Curricular Jurisdiccional a partir del cual podremos diseñar un recorrido disciplinar para la propuesta. También será necesario tener en cuenta los acuerdos didácticos institucionales. Una vez realizada esta lectura global del espacio curricular, es momento de seleccionar, los aprendizajes y contenidos que utilizaremos, su alcance y el recorrido que plantearemos a los/as estudiantes en nuestra propuesta (sea una secuencia didáctica o la planificación anual). Como ya dijimos, al tratarse de una planificación transmedia deberemos avanzar con todas las capas de manera simultánea ya que la selección, el alcance y la secuenciación que daremos a los aprendizajes y contenidos dependerá también de las experiencias que estemos diseñando para nuestros estudiantes, de los modos de participación que nos propongamos generar, de las plataformas, territorios, medios y lenguajes que utilizaremos para expandir nuestra narrativa educativa.

En este sentido, es importante leer el currículum en clave de menú de posibilidades, como una caja de herramientas que habilitará los contenidos para la experiencia educativa que estamos diseñando. Garantizar que nuestros estudiantes tendrán acceso a los aprendizajes fundamentales es el primer paso en la planificación. Pensar cómo, cuándo, a través de qué medios es una tarea que iremos desarrollando en las distintas capas pero que debemos ir planteando desde el principio. En este punto es importante tener en cuenta las líneas de acción previstas en el proyecto que cada institución viene desarrollando en el marco de los Programas Priorizados. Podríamos pensar entonces en una planificación por capas donde en primer lugar bosquejamos a grandes rasgos y luego vamos perfilando cada parte. Es decir, transformaremos el viejo programa en una historia que contarles a nuestros/as estudiantes. Este relato que diseñaremos a partir de los aprendizajes seleccionados será el canon, el núcleo duro de la historia.

Una vez planteado con toda claridad el canon, ese núcleo duro en torno al cual construiremos toda nuestra propuesta educativa y cuya llegada a los estudiantes debe preverse, diseñarse, implementarse y evaluarse en cada instancia de la planificación para garantizar los aprendizajes, debemos pasar al siguiente paso: encontrar la historia que lo albergará.

Capa narrativa: el relato

En este punto buscamos una historia que sirva de contenedor para los aprendizajes. Se trata de crear el mundo narrativo en el que se desarrollará la experiencia, podríamos pensar en este paso como el escenario que montamos para alojar al canon.

Será necesario desarrollar la idea hasta convertirla en un argumento, urdir la trama y diseñar la estructura narrativa fijando un punto de partida y una posible resolución de la historia, caracterizar y dar vida a los personajes que hacen que la historia suceda, determinar los tiempos y los espacios en los que transcurre la historia.

El cuidado diseño del universo narrativo nos permitirá expandir el canon mediante una buena historia que induzca la disposición y comprometa a los participantes.

Por ejemplo, el viaje de un cronista por la ciudad buscando historias para contar puede ser el relato que aloje al canon “Incorporación de los conceptos de suceso, participantes, marco espacio temporal, relaciones cronológicas y lógicas (causales, finales, opositivas) en la narración (relatos, crónicas, biografías). Producción de textos narrativos (relatos de experiencias y viajes, anécdotas, autobiografías, biografías, reseñas históricas, crónicas) atendiendo a la variación de las voces narrativas, la caracterización de personas y personajes, épocas,



ambientes y culturas, la organización (episodios y sucesos, marco espacio temporal; secuencia lógica y cronológica lineal y no lineal) y los procedimientos (inclusión de descripciones, discursos directos e indirectos, flash back, monólogo interior)” del espacio curricular Lengua y Literatura de tercer año.

Esta historia deberá responder a la lógica del storytelling, es decir que la narrativa atraviesa diferentes sistemas de significación y medios constituyendo una práctica de producción de sentido que se genera a partir de textos que dialogan en diferentes lenguajes, medios y plataformas (Scolari, 2013).

Capa de la experiencia: el diseño de experiencias

Dice María Victoria Gagliardi (2018) “las NT requieren de usuarios activos que se comprometan con la historia y exploten su potencial, incluso a través de la producción propia de nuevas piezas dentro del universo narrativo. La interacción puede surgir como un elemento emergente (hacks), o bien ser planificada a partir del guión inicial para reforzar algún aspecto del proyecto. Ese intercambio genera experiencias inmersivas y propone una práctica transmedia que incluye a todas las otras dentro del mismo universo semiótico.” En este sentido, nosotros nos dedicaremos a aquellas interacciones que vamos a planificar en nuestro guión. Quedará para el momento de la implementación el trabajo con los emergentes y cómo volverlos significativos para nuestra intención pedagógica.

Para lograr un entorno creativo que facilite el aprendizaje, podemos pensar en tres niveles de experiencias: experiencias de descubrimiento, de exploración y de colaboración creando un bucle de interacción entre los participantes, los saberes y los modos de aprender a lo largo de cada intervención. Por ejemplo, podemos diseñar actividades y materiales que respondan a experiencias de descubrimiento en las cuales los estudiantes recurran a sus conocimientos previos y encuentren pistas sobre los nuevos aprendizajes que se abordarán; otras en las que los estudiantes deberán explorar nuevos materiales, nuevas hipótesis y finalmente generar contenidos que enriquezcan el aprendizaje con experiencias de colaboración.

También será necesario tener en cuenta las series propuestas por Jenkins:

Expansión / profundidad

Expansión es la habilidad y compromiso de los participantes por expandir los contenidos a través de distintos medios e integrarlos a su vida cotidiana.

Profundidad es la búsqueda de más información sobre el universo donde se desarrolla la narrativa y sus posibles extensiones.

Interacción/Interactividad

Interacción es la construcción de los vínculos con otros a partir del diseño del universo narrativo, es decir la habilitación para el desarrollo de la capacidad de trabajo colaborativo que permite el diseño de la experiencia educativa.

Interactividad es el nivel de involucramiento en relación a cuán activos (interactivos) cuán productores son los participantes, qué cosas pueden hacer dentro de determinada interfaz.

Virtualidad/Mundo físico

La virtualidad es la realidad paralela en la que existimos a partir de las posibilidades de la interactividad a través de los medios de comunicación. En ese espacio no necesitamos de nuestra presencia corporal para interactuar con los demás.

El mundo físico es el lugar del encuentro, en nuestro caso, el aula, la escuela y el conjunto de interacciones que llevamos a cabo durante ese momento de reunión (la clase).



Diseñar las tareas y los objetos de aprendizaje necesarios para el mundo transmedia que hemos construido en función de las experiencias educativas a las que apuntamos nos permitirá transformar la transmisión de contenidos en una experiencia educativa significativa.

Capa mediática: las interfaces.

Las interfaces son el lugar de la interacción, el ambiente que cada tecnología crea a su alrededor para interactuar con los usuarios y que define ciertas posibilidades de acción. Las interfaces coevolucionan con sus usuarios y conforman un ecosistema. Su creación y uso constituyen prácticas políticas.

La capa mediática consiste en la determinación de las plataformas (medios y lenguajes) más apropiadas en las que transcurrirá el relato y se materializarán las experiencias. Es importante considerar interfaces digitales y analógicas como el uso del pizarrón, afiches y otros espacios y medios que puedan enriquecer la experiencia educativa. En la comunicación transmedia cada medio aporta sus lenguajes, sus públicos y sus lógicas. Las tecnologías y entornos disponibles marcarán los alcances y escalas de cada intervención.

En la elaboración de nuestro plan de medios deberemos considerar además de nuestros objetivos en relación al canon, qué contenido particular queremos comunicar a nuestros estudiantes para establecer cuáles serán los formatos más adecuados en cada caso (un video, un podcast, una infografía) y qué tipo de relación establecerán los estudiantes con esos formatos (serán receptores de una información, deberán hacer algo a partir del contenido recibido, serán productores, cómo asumirán la circulación de la información, etc.).

Capa de la participación: el contenido generado por docentes y estudiantes

En primer lugar será necesario establecer tres tipos de contenidos: los recursos educativos (que no son producidos por nosotros/as) pero que han pasado por una instancia de curaduría de contenidos para ser utilizados en nuestra tarea de enseñanza; los materiales didácticos que producimos para nuestros/as estudiantes y los textos (en el sentido amplio) que generan los/as participantes de nuestra experiencia educativa. De los dos primeros existe una amplia bibliografía, incluido un pequeño texto elaborado por este equipo técnico al que se puede acceder [aquí](#). Respecto al tercero hay que tener en cuenta que los contenidos generados por los estudiantes deben circular también para no morir en el escritorio del/a docente. Es importante enseñar a producir contenidos que serán publicados y por lo tanto circularán también en “el mundo real”, no serán simulacros para ser leídos sólo por el/la profe.

Esto significa que deberemos planificar cómo diseñar y comunicar estos contenidos junto con los estudiantes: en qué formato se trabajará, en qué momento y ámbito se realizará (en la casa, en la sala de computación, en el aula con los celulares u otro tipo de formatos analógicos, etc.), quiénes estarán encargados de cada etapa (individual, grupal), qué intervención docente implicará, etc. Estos contenidos generados por los/as estudiantes serán nuestra principal evidencia para la evaluación, pero no la única.

Capa de la evaluación

Cuando pensamos en evaluar debemos preguntarnos ¿Qué enseñamos? ¿Cómo lo hacemos? y ¿Para qué lo hacemos? En este sentido los objetivos de la nuestra planificación deben responder no sólo al logro de determinados aprendizajes sino también a la intención de esos aprendizajes, a las finalidades formativas de cada ciclo escolar, a los intereses de la comunidad que aprende. De esta manera la evaluación va a formar parte constitutiva de cada etapa de aprendizaje.

Los aspectos evaluables en una experiencia de enseñanza y aprendizaje son muchos: las estrategias del/a docente, la selección de contenidos, el proceso de aprendizaje de los/as estudiantes, los



productos de esa acción, la vinculación entre lo hecho y lo por hacer, los ajustes necesarios para la siguiente etapa o para una nueva implementación, entre otros.

En una planificación transmedia deberemos diseñar una evaluación procesual, por ejes, por tareas, que permita “medir” los avances, encontrar las fallas que debemos corregir, determinar las estrategias a seguir, darnos cuenta de qué se aprendió, cómo y para qué. La evaluación entonces se convierte en una actividad permanente en nuestra tarea de enseñanza y debe volverse habitual para los estudiantes, quienes tienen un rol protagónico. La autoevaluación (individual o grupal) y la coevaluación forman parte importante del proceso de seguimiento.

En este sentido, en cada capa de nuestro dispositivo de diseño podemos albergar (sólo a los fines organizativos) diversos aspectos de la evaluación para tenerlos en cuenta a la hora de planificar nuestra experiencia educativa:

En la Capa de las Experiencias podemos pensar los Objetivos de evaluación. Es decir, ¿A qué finalidades formativas responde la propuesta de enseñanza? ¿Qué capacidades, habilidades, aprendizajes deseo propiciar con esta propuesta? ¿Qué experiencias quiero que vivencien mis estudiantes?

Por su parte en la Capa Narrativa podemos ubicar los Criterios de evaluación. Estos criterios definen “lo que se espera” en función de los aprendizajes y contenidos trabajados por lo tanto suponen un estándar de desempeño que debe ser compartido. El uso de rúbricas, por ejemplo es una buena manera de lograrlo.

En la Capa Mediática es posible establecer los Instrumentos de evaluación. Estos instrumentos son las herramientas pedagógicas que nos permitirán obtener las evidencias de aprendizaje. Diferentes instrumentos permiten mirar, medir, valorar distintas facetas o aristas del proceso de aprendizaje. Por ejemplo, los portafolios son un instrumento de evaluación poderoso.

Finalmente, en la Capa de la Participación podemos ubicar las evidencias de aprendizaje. Estas evidencias son las producciones que los/as estudiantes han creado durante la experiencia de aprendizaje. Es decir el contenido generado por los/as participantes para expandir el mundo narrativo que recorrimos durante esta experiencia. Las evidencias pueden ser de conocimiento, cuando se refieren a la aplicación de los conceptos, principios, teorías, habilidades y destrezas; de proceso cuando son productos recogidos directamente en el proceso de formación o de producto si consideramos el contenido final producido por los/as estudiantes.

De esta manera logramos “despegar” la evaluación del sistema de calificación vigente en cada régimen académico, en cada modalidad o nivel del sistema educativo. No se trata de armar una línea de producción en la que ingresan evidencias y salen notas sino de poner a disposición de los/as participantes dispositivos de control que permitan a cada estudiante, a cada grupo, a cada docente valorar el camino recorrido, los productos logrados, los procesos llevados a cabo para ese fin con el objetivo de cerrar una etapa y pasar a la posterior.

PLANTILLA DE DISEÑO PARA EXPERIENCIAS EDUCATIVAS TRANSMEDIA

Nombre de la experiencia, autores/as, lugar
de implementación, contexto.

CAPA NARRATIVA

Canon: Aprendizajes y contenidos (DCJ)
Relato: La historia, escenario donde se montará
el canon. "Viaje del/a participante de la
experiencia"
**Objetivos de aprendizaje. Criterios
de evaluación.**

CAPA DE LA EVALUACIÓN

Actividad permanente durante todo el
proceso de enseñanza y aprendizaje.
Seguimiento y monitoreo.
Retroalimentación.
Despegar la evaluación de la
acreditación.

CAPA MEDIÁTICA

Plataformas y canales donde se
desarrollará la experiencia.
Instrumentos de evaluación.

PLANO TEMPORAL CRONOGRAMA DE EVENTOS

Cronología de la distribución de
contenidos a través de los canales:
despliegue transmedia.

CAPA DE LAS EXPERIENCIAS

¿Qué experiencias, capacidades, habilidades
quiero que vivencien mis estudiantes?
Objetivos de evaluación

CAPA DE LA PARTICIPACIÓN

¿Qué acciones e Interacciones pueden
asumir los/as participantes? Mecánica
de roles, responsabilidades y tareas.
¿Qué contenidos se producirán y
cómo se publicarán?
Evidencias de aprendizaje.

PLANO ESPACIAL: MAPA TRANSMEDIA

Esquema con los nodos que componen el
Mundo narrativo/pedagógico.
Para cada evento clave, indique:
a) La llamada a la acción, especificando si es
un agujero de conejo o un punto de entrada,
b) Cuál es la motivación del usuario,
c) Cómo encaja en la historia general.

No te olvides de diseñar las capas
de manera paralela.
¡Planificamos en 360°
y con agujeros de conejo!



Nancy Arias
@nancy.arias

