**Educación y Escritura Creativa en Entornos Virtuales**

Título: Educación y Escritura Creativa en Entornos Virtuales

Autora: Sofía Castillón

Dirección electrónica: sofia.castillon@gmail.com

Formación de grado y/o posgrado en curso: Licenciatura en Comunicación Social. Especialización en Docencia en Entornos Virtuales y Maestría en Industrias Culturales: Políticas y Gestión, en curso.

Tipo de beca: Beca de Estudio CIC

Director de la beca: Nancy Díaz Larrañaga

Denominación del programa o proyecto en cuyo marco se inscribe la beca y/o la tesis y director del mismo: “Prácticas comunicacionales/educativas, tecnologías digitales, participación y cambio social”, dirigido por Mg. Nancy Díaz Larrañaga.

Resumen:

Dice Adriano Nogueira en conversación con Paulo Freire que saber narrar no es solo un ejercicio de la memoria, sino también es estimular la toma de posición. Los talleres literarios consisten en el desarrollo de prácticas sociales y educativas que fomentan la lectura, el intercambio de producciones literarias y debates culturales. Tradicionalmente los talleres literarios consistieron en reuniones con el interés de compartir y adquirir competencias estéticas y literarias para mejorar sus producciones. En la actualidad se desarrollan también en forma virtual, combinando lenguajes propios de los medios digitales.

El presente proyecto advierte la necesidad de analizar desde una mirada de sistematización aquellas prácticas impulsadas por organizaciones socio políticas, culturales y de economía social que trabajen desde perspectivas político/culturales con un horizonte de transformación, que comprendan a la comunicación como una variable de lectura de los procesos sociales, y como estrategia de intervención para el trabajo específico que llevan adelante. Una mirada de sistematización sobre las prácticas realizadas permitirá abrir la pregunta sobre los tipos de prácticas, las nociones y las estrategias desde las cuales trabajan, poniendo especial énfasis en las apropiaciones y usos de las tecnologías digitales.

En un primer avance se realizó un acercamiento a los Talleres Literarios Virtuales y Presenciales coordinados por la poeta Laura Yasán (Premio Casa de las Américas 2008), para confeccionar un análisis sobre las prácticas literarias y su incipiente uso de las tecnologías digitales desde la perspectiva de la interacción, los usos y costumbres, y su potencial disruptivo para el cambio social.

**Ponencia:**

**La cultura y las industrias de la creatividad**

Dentro de la lógica de producción capitalista, la cultura se dirige hacia el consumo masivo. Esto provoca una tendencia a la desigual distribución en el acceso a los productos culturales y a la homogeneización de la oferta cultural. De esta manera, aquellas producciones que no resultan rentables para el mercado podrían ser dejadas de lado. Es en este punto que el Estado tiene la potestad de generar mecanismos de acceso más igualitarios para brindar condiciones de mercado a las producciones que no tienen las condiciones necesarias de existencia.

La incompatibilidad de las lógicas que guían la Cultura y la Economía fue advertida por los teóricos de la Escuela de Frankfurt, que entendieron como una amenaza el aplicar lógicas mercantiles a producciones culturales. Desde su perspectiva, la Cultura debe ser crítica de la práctica administrativa y ser protegida tanto de la praxis del mercado como de los impulsos de la masa. Dicen Mattelart y Piemme (1982):

“(…) El verdadero objeto de los análisis de Horkheimer y Adorno no es la industria cultural sino su producto supuesto: la cultura de masas. (…) A través de un modo industrial de producción, se obtiene una cultura de masas hecha de una serie de objetos que llevan muy claramente la huella de la industria cultural: serialización, uniformidad, división del trabajo.”

Lo que la Industria Cultural ofrece como perpetuamente nuevo fue analizado desde la pérdida de “aura” en el Arte que preocupó a Walter Benjamin como el cambio exterior de la misma cosa, la estandarización de la técnica pero también de las ideas, la homogeneización de lo simbólico que reduce las diferencias culturales a una misma cultura globalizada. En la producción industrial de la Cultura, la función social que promueve la formación de conciencia política y el desarrollo de nuevos mercados eluden interrogantes sobre el rango estético del mensaje, y elevan el valor de la verosimilitud sobre el de las verdades que constituyen identidades y conforman sujetos críticos.

Sin embargo, existen otros conceptos sobre la Industria Cultural que reconocen la importancia de la producción simbólica dentro del nuevo mundo internacionalizado, y que se alejan de la perspectiva que entiende la Cultura como una entidad incapaz de ser abordada por la sociedad en su conjunto. Ramón Zallo (1988) dice que la Industria Cultural es:

 “(…) un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas, finalmente, a los mercados de consumo con una función de reproducción ideológica y social”.

Las diferencias terminológicas entre los conceptos que refieren a la producción y consumo de bienes culturales, como “Industrias culturales”, “Industrias del copyright”, “Industrias del entretenimiento”, obedecen a tradiciones conceptuales diferentes, que son abordadas por distintas instituciones de acuerdo a sus intereses económicos y/o políticos.

El término “Industria cultural” tiene su origen en la Escuela de Frankfurt, y particularmente en el libro “Dialektik der Aufklarung” que Theodor Adorno y Max Horkheimer publicaron en 1947. El contexto de posguerra, la posibilidad de la destrucción masiva del ser humano en contraposición con las teorías que anunciaban el advenimiento de una nueva Sociedad para el Conocimiento, combinado con nuevos recursos tecnológicos que dieron lugar a la conformación del fenómeno de masas y a la reproducción seriada del que hasta ese momento había sido el Arte con mayúsculas, no pasaron inadvertidos ante los ojos de los teóricos de Frankfurt que se horrorizaron de la valorización efectista que esta nueva sociedad estaba dando al Arte Superior. Dice Theodor Adorno (1967):

“(…) La Industria Cultural es la integración deliberada de los consumidores, en su más alto nivel. Integra por la fuerza incluso aquellos dominios separados desde hace milenios del arte superior y el arte inferior. Perjudica a los dos. El arte superior se ve frustrado en su seriedad por la especulación sobre el efecto; al arte inferior se le quita con su domesticación civilizadora el elemento de naturaleza resistente y ruda que le era inherente, desde que no estaba controlado enteramente por el superior.”

Las reflexiones sobre la Industria Cultural son retomadas en la sociedad actual desde una perspectiva ético-filosófica ante la inminente consolidación de la sociedad post-industrial, y ofrecen una visión que busca recuperar los valores de la Identidad y de la Diversidad por sobre los valores del Mercado. El concepto de Industria Cultural, en la actualidad, recupera la visión frankfurtiana sobre la cultura delimitando los espacios de la producción simbólica de los de la mercantilización industrial, y separa la producción de contenidos de la producción de los soportes técnicos. Gaetan Tremblay (2011) dice:

“Las Industrias Culturales tienen también la particularidad de necesitar simultáneamente soportes y contenidos. Estrictamente hablando, las industrias culturales propiamente dichas son aquellas de contenidos: producción y distribución de libros, diarios, discos, programas, películas, emisiones de radio o televisión, etc. Las industrias de soporte (…) se distinguen poco de las industrias de fabricación, como la automovilística o la de electrodomésticos. Empero, en el campo de la cultura la evolución de las industrias de soportes y de contenidos están estrechamente ligadas. Ambas son demasiado interdependientes como para que una teoría de las industrias culturales pueda abstraerse de la industria de soportes.”

La visión peyorativa de la Escuela de Frankfurt sobre la Industria Cultural cambió hacia la década del ’80 y empezó a ser utilizada en círculos académicos y políticos haciendo referencia a formas de producción y consumo cultural que en su núcleo tenían elementos expresivos y/o simbólicos. El concepto de Industria Cultural ha sido recuperado por la UNESCO. El Informe sobre la Economía Creativa (2010) expresa:

“En la UNESCO, las industrias culturales son consideradas como aquellas que ‘combinan la creación, producción y comercialización de contenidos que son abstractos y de índole cultural. Estos contenidos que pueden tomar forma de bienes y servicios, generalmente están protegidos por derechos de autor’.”

Para la UNESCO, las industrias culturales están centradas en promover y mantener la diversidad cultural y asegurar el acceso democrático. De esta manera, al referirse al concepto de Industria Cultural, la UNESCO integra el aspecto cultural y simbólico, y también el económico.

Por otro lado, existe un discurso sobre la Creatividad que es tributario del discurso de la Sociedad de la Información. La idea de creatividad está ligada a la innovación en el comercio, la educación y la ciencia. El término de Industrias Creativas incluye bienes y servicios que producen las Industrias Culturales, y también aquellas que dependen de la innovación, como la investigación y desarrollo de software.

Fueron los laboristas del gobierno de Tony Blair quienes popularizaron la noción de “industrias creativas”. El origen del concepto es esencialmente político, y refiere a la voluntad del Reino Unido de volver a posicionarse económicamente y de identificar aquellos sectores del mercado sobre los cuales fundar un nuevo perfil competitivo en un mundo cada vez más globalizado.

Los conceptos de Industria Creativa y Economía Creativa se consolidaron en la XI Conferencia Ministerial de la UNCTAD en 2004, en la que la cuestión sobre las industrias creativas fue incluida en la agenda económica y de desarrollo internacional. La UNCTAD dividió las industrias creativas en cuatro grandes grupos: patrimonio cultural, artes, medios de comunicación y creaciones funcionales. Desde esta perspectiva, las industrias culturales quedaron supeditadas a conformar un subconjunto dentro de las industrias creativas.

Las Industrias Creativas no solo atienden las actividades basadas en la creatividad individual que son capaces de generar propiedad intelectual, sino también al aprovechamiento de éstas como base para la creación de riqueza y empleo. Desde esta perspectiva, la definición británica es economicista dado que los aspectos simbólicos de una cultura son interesantes en tanto puedan ser explotados por el mercado.

El Informe sobre la Economía Creativa (2013) refiere:

“En una variante del pensamiento reciente de la economía creativa, algunos alegan que las industrias culturales y creativas no solo impulsan el crecimiento a través de la creación de valor, sino que también se han convertido en elementos clave del sistema de innovación de toda la economía. Según este punto de vista, su importancia primordial radica no solo en la contribución de las industrias creativas al valor económico, sino también en los modos en los que estimula la aparición de nuevas ideas o tecnologías, y los procesos de cambio transformativo.”

De esta manera, el término “Economía Creativa” puede ser utilizado tanto desde una perspectiva economicista de la Cultura, como para referir a las actividades que impliquen creatividad cultural e innovación. Sin embargo, al tener su origen en una visión preocupada por encontrar nuevos mercados para la industria cultural británica, por volver a ubicar el lugar de la cultura dentro del desarrollo de la economía global, el concepto de “Industria Creativa” hace foco en la generalización de las producciones simbólicas desde la perspectiva de su “creatividad”, y aquellas fronteras geográficas que las relaciones internacionales desdibujan en sus tratado económicos y sociales, se ven alteradas por una visión de Cultura Global que desatiende las individualidades culturales que no sean rentables.

La Cultura pierde posición por el valor simbólico que atiende a las identidades y a las diferencias, y que genera riqueza inmaterial capaz de construir y fomentar la Diversidad. Sobre estas consideraciones, se eleva el potencial de desarrollar nuevas instancias de intercambio comercial que terminan por homogeneizar los mercados culturales, en favor de los productos que son rentables a los mercados.

Los nuevos conceptos sobre Industria Cultural, Industria Creativa y aquellos que devienen de la Economía Creativa, son producto de un nuevo escenario económico y social cuyo valor de la cultura - antes entendida como la creación de productos que sostienen y reproducen los valores identitarios de una sociedad delimitada geográfica y culturalmente - ha mutado debido a los nuevos flujos del mercado y a las nuevas relaciones internacionales que se constituyen a partir de la globalización.

El nuevo escenario social, económico y político, combinado con un nuevo sujeto social consumidor de producciones culturales, desarrolla espacios de intercambio tanto en el ámbito físico como en el digital. El inminente advenimiento de la sociedad digital obliga a repensar los conceptos de apocalípticos e integrados en términos de usos y apropiaciones de la información y la tecnología, de la cultura, y el lugar que ocupa en la sociedad y en el mercado.

**Educación en Entornos Virtuales: el entramado de la Sociedad de la Información**

La denominada “educación formal” se propone como un espacio de construcción ciudadana, en el que las sociedades exigen a cada uno de sus miembros que asistan a esta instancia de formación, para conformarse como un miembro productivo en su seno. A partir de los años sesenta, en América Latina comenzó a implantarse una *doxa* que atribuye supremacía a América del norte por sobre los países de América del sur a través del modelo educativo neoliberal de Estados Unidos. La doxa fue pensada por Reguillo (2000) como:

“verdades autoevidentes que no pasan por un proceso reflexivo y se instalan como sentido común, como un filtro para entender la sociedad (...) como decir y pensar que: los niños y jóvenes deben escuchar y callar; los indígenas son flojos e incapaces; las mujeres son débiles”

Carlos Torres (2002), quien ha profundizado la mirada de Freire con respecto a la educación, sostiene que la educación popular “es un modelo de educación no formal que tiene que ver con la presencia de nuevos actores sociales y movimientos populares que quieren impactar en el proceso de construcción del conocimiento”. La educación popular consiste en entender la realidad e intervenir sobre ella, partiendo de la toma de conciencia de la propia realidad y de la comprensión del mundo.

En este sentido, la educación popular surge como una alternativa a la educación denominada “formal” y como una propuesta pedagógica y política que va mucho más allá de la alfabetización, ya que se basa en la importancia de promover una conciencia crítica que sepa enfrentar la doxa de dominación de Estados Unidos y el modelo neoliberal que se imprimió e instaló en Latinoamérica a partir de los años sesenta apuntando a reforzar la identidad cultural, la democracia, la libertad, la justicia y la solidaridad.

A finales de los años ’90 se produjo la expansión a gran escala de la difusión y usos de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Las tecnologías dejaron de pertenecer solo a un ámbito específico de aplicación, y se incorporaron a la vida cotidiana. El crecimiento expansivo de los usos de la tecnología, provocó que se traslade su incorporación como mediador instrumental de mensajes, para presentar lenguajes propios que obligan a volver a pensar el lugar de la tecnología en la Educación.

En una primera instancia, las experiencias de incorporación de las tecnologías en la enseñanza tendieron a priorizar el uso de programas informáticos que cumplieran la función de transferir información en un sentido conductista: bajo esta perspectiva se oculta el esquema de comunicación emisor-receptor, que facilita la incorporación de recursos tecnológicos desde la perspectiva pedagógica tradicional. Begoña Gros Salvat (2000) afirma que en principio, las experiencias se centraron en proyectos de enseñanza asistida por ordenador (EAO). Al incorporar las tecnologías digitales como medio de enseñanza, se agregar el concepto de entretenimiento que busca que el software sean cada vez más atractivos en sus usos.

El constructivismo social, a diferencia de la perspectiva conductista, considera que el individuo es el resultado de un proceso histórico y social mediado por el lenguaje. Así, el conocimiento es una construcción producto de la interacción entre sujetos, y de los sujetos con su propio contexto social, histórico, político y cultural. Por lo dicho, existe una relación dialéctica entre el ser humano y la cultura: el ser humano es el único que crea cultura, y al mismo tiempo la cultura delimita el espacio de acción del sujeto y es permeable a las prácticas sociales que la transforman. De esta manera el aprendizaje es una actividad social y colaborativa, se basa en la socialización y se realiza en forma contextualizada.

La interacción en entornos virtuales permite reflexionar acerca de los modelos de aprendizaje colaborativo a diferencia del aprendizaje individualista que se corresponde con estructuras más competitivas. La construcción de conocimiento conjunto permite abordar nuevas miradas, y posibilita el beneficio mutuo dado que todos pueden alcanzar los objetivos de aprendizaje en la medida en que los demás también lo hacen.

La técnica de aprendizaje colaborativo transforma el modelo pedagógico-comunicativo unidireccional a uno multidireccional, y posibilita el quiebre del espacio de formación - que tradicionalmente era el aula o la clase - como único espacio de aprendizaje. Para que pueda desarrollarse, el trabajo colaborativo requiere que los integrantes del grupo tengan una habilidad cognitiva homogénea, una meta en común, que se comprometan a hacerse cargo de las actividades propuestas, y que haya una fuerte interrelación entre pares. Estas características que difícilmente pueden cumplirse en los espacios que brinda la educación formal, encuentran asidero en la metodología de espacios educativos populares y no formales. Las tecnologías digitales emergentes presentan nuevas oportunidades de desarrollar estrategias de aprendizaje colaborativo que den lugar a nuevas formas de interacción y de comprender la educación desde la mirada que busca el cambio social.

**El uso de tecnologías digitales para prácticas educativas: Los talleres literarios**

Luego de este acercamiento a la definición de Industria Cultural y de Economía Creativa, se desprende que un producto cultural actúa desde la lógica de producción, distribución y consumo y tiene una función ideológica y social. Tomaremos el caso de los talleres literarios virtuales que consisten en el desarrollo de prácticas sociales y educativas que fomentan la lectura, el intercambio de producciones literarias y debates culturales en los entornos digitales. Muchos de ellos, además, presentan producciones propias como revistas, blogs, libros, entre otros.

En el panorama de las Industrias Culturales, los talleres literarios virtuales incorporan en su práctica recursos propios de las industrias (video, cine, música, producción del libro y de las revistas), son cimiento para la incorporación de nuevos escritores en la producción literaria, y en la medida en la que se desarrollan sus encuentros, se valen de los fundamentos propios de la enseñanza en entornos digitales.

Tradicionalmente los talleres literarios consistieron en reuniones con el interés de compartir y adquirir competencias estéticas y literarias para mejorar sus producciones. En la actualidad se desarrollan también en forma virtual, combinando lenguajes propios de los medios digitales.

El taller literario como práctica educativa propone una dinámica semi-estructurada. El vínculo con instituciones que lo contengan no es una condición necesaria para que pueda desarrollarse. Como espacio de construcción conjunta de conocimientos con potencial transformador de la sociedad, los talleres implican la relación identitaria de los participantes.

De esta manera, la combinación del formato de Taller Literario con la posibilidad de compartir el espacio virtual en primera instancia brinda la posibilidad de aprendizaje colaborativo, siempre y cuando se comprendan las tecnologías digitales no únicamente como medios sino como un modelo de construcción pedagógica con características propias.

Si bien la dinámica de los talleres literarios excede la relación docente-alumno al ser atravesada por una lógica que quiere recuperar el concepto de espacio público, de bien compartido y de comunicación horizontal, el evento se aborda desde una estructura en la que el coordinador/a se desempeña como guía. De este modo, los talleres literarios como práctica educativa plantean una relación asimétrica entre los/las coordinadores/as y los/las participantes.

Al tratarse de sujetos de diálogo que entran en relación a partir del común interés por la escritura creativa, para analizar las prácticas que se construyen a partir de procesos comunicacionales, se requiere pensar cómo los grupos construyen su identidad, con qué elementos se sienten identificados y con cuáles se diferencian de los otros.

La web 2.0 favorece la interacción a partir de elementos tecnológicos cuyo uso abandona la concepción de transmisión de información emisor-receptor y centra la capacidad de construcción colectiva a partir de los intercambios en una comunidad de aprendizaje. La web 2.0 propone diferentes recursos que favorecen a la tarea colaborativa, como pueden ser las wikis, los web blogs, el chat, los foros, las videoconferencias, mapas conceptuales en red, entre otros.

La dinámica de taller literario implica la producción individual de textos escritos, pero también el intercambio, la crítica colectiva, el hecho de compartir y someter la producción literaria a la mirada ajena. Los medios virtuales tienen el potencial de ser atravesados por múltiples flujos comunicativos, pero requieren de una reflexión sobre su uso que implica la apropiación del medio, el uso de los recursos y la creatividad para generar nuevos modelos de interacción sin agotarlo en una imitación de la comunicación presencial.

**Taller Literario Virtual de Laura Yasán**

Laura Yasán, poeta argentina que ha sido reconocida en 2008 con el Premio Casa de las Américas (entre otros premios), en 2001 impulsó su primer taller literario virtual. En principio el proyecto se propuso a la Secretaría de Cultura. Al producirse el cambio de gobierno en el marco de una Argentina en crisis económica, política y social, el proyecto tuvo que darse de baja dejando a la coordinadora con una base de datos de personas que habían comenzado a realizar el taller y que estaban interesados/as en continuarlo.

Así surge el taller literario virtual de Laura Yasán como proyecto autogestivo, en un contexto que no propiciaba una oferta abundante de propuestas educativas a distancia debido al incipiente acceso masivo a las nuevas tecnologías. En la actualidad Laura Yasán coordina talleres a distancia, y también presenciales (ambos en forma independiente). La propuesta de taller literario virtual, a diferencia de los talleres literarios presenciales, sugiere un vínculo tallerista-coordinadora en forma individual y personalizada. En entrevista, dice Yasán (2015):

“(…) El taller virtual tiene un primer modulo de 24 consignas que son de fácil acceso, después puede salir de ahí un texto complejo pero no son propuestas complejas. Y también un segundo módulo para aquel que termina las 24 consignas y quiere avanzar, que es un poco más dificultoso. Hay gente que termina las 48 consignas y quiere continuar. Entonces yo ahí propongo lo que llamo taller personalizado y vemos cuál es el interés, si narrativa, poesía. Se ven géneros, se trabaja con otro tipo de propuestas, tal vez con videos, con música, es algo bastante más profundo.”

De esta manera, la dinámica del taller literario presencial cambia en la virtualidad. Desde la propuesta formal, lo virtual constituye un facilitador para las comunicaciones a distancia pero no trabaja en sentido colaborativo. Sin embargo, existen espacios que nacen como propuestas de los participantes y que exceden la relación coordinadora-tallerista. Tal es el caso de las redes sociales que funcionan como espacio de colaboración y discernimiento, como muro en el cual poder compartir las producciones. Al respecto, dice Yasán:

“ No me meto mucho en el facebook de los talleristas porque lo considero un lugar de ellos y solo les pido que nada más cuelguen cosas que tengan que ver con lo literario. Si se quieren recomendar libros, o si quieren invitarse a una lectura, y sí sé que algunos ponen alguna ilustración con el texto pero no más que eso.”

En este contexto, la dinámica de aprendizaje colaborativo que no se plantea desde la interacción coordinadora-tallerista tiene un giro de sentido al existir un espacio en el cual los sujetos tienen la voluntad de compartir sus propios escritos. A partir de esto, puede pensarse que existe un principio de identificación de grupo entre los talleristas virtuales que no se conocen entre sí pero que se distinguen como parte de un colectivo, y se diferencian de los demás al plantear sus grupos como “cerrados” a aquellos sujetos externos al taller.

Sobre la condición de práctica educativa, Laura Yasán considera que los talleres literarios conforman este tipo de práctica porque “el tallerista comienza a entrar en mundos nuevos que a su vez le pueden despertar necesidad de conocimiento, necesidad de aprendizaje, necesidad de ir a buscar otras fuentes, de terminar de leer un texto, de leer; ya solo despertar la necesidad de leer para mí es considerarlo educativo.”.

**Comunicación y Educación en Entornos Virtuales**

Al revisar el problema surgen preguntas que abren la puerta hacia la investigación educativa, pero también plantean la necesidad de abordar la problemática de aprendizaje en entornos virtuales desde una mirada comunicacional: ¿cuál es la importancia del entorno físico y social en el desempeño individual? ¿existe una influencia significativa a partir del uso de las tecnologías en el aprendizaje?

Manuel Castells (2014) trabaja sobre los medios tecnológicos desde una mirada que integra lo técnico con las estructuras políticas y sociales que constituyen a las sociedades en la actualidad. Los cambios tecnológicos han generado nuevas formas de interacción social, nuevas formas de intervención en el espacio público y de comunicación. Lo político se resignifica desde la tecnología y ya no implica únicamente la transformación social en los espacios físicos, sino que también involucra a un sujeto virtual que construye ciudadanía desde su participación en Internet. Estos cambios no se limitan al cambio en el acceso a elementos técnicos, sino que constituyen un nuevo paradigma en la forma de comprender al propio ser humano y su vínculo con el otro.

La construcción de identidad dentro de los talleres literarios virtuales encuentra un punto de quiebre con los talleres tradicionales, pero también un nuevo espacio de intervención que se encuentra en proceso de apropiación. Así como es llamativo que el Taller Literario Virtual de Laura Yasán haya surgido con potencial transformador (que ha perdurado en el tiempo) en un contexto social y político de una Argentina en crisis, puede pensarse que estos proyectos que median entre la educación no formal y las tecnologías digitales forman parte de una nueva forma de concebir el espacio público.

Michel DeCertau (1980) sostiene que en el espacio común existen dos lógicas. Por un lado, la lógica de la estrategia, que es la lógica del “lugar propio”. Esto implica la victoria sobre el tiempo, la posibilidad de planificar, el triunfo sobre el saber y sobre los cuerpos. Es decir, la posibilidad de ser quien narra la Historia, tener legitimidad sobre los relatos; por otro lado, la lógica de la táctica es la lógica de los subordinados, los que no tienen un lugar y no dominan el tiempo. Ellos deben aprovechar la coyuntura para actuar, y su saber está subordinado al hegemónico.

El objetivo de los talleres literarios es trabajar los recursos estilísticos e iniciar un aprendizaje sobre los contenidos literarios que forme escritores, intelectuales capaces de narrar, conmover, pensar la palabra no solo como medio sino también como fin. “¿El escritor donde se forma? (…)”, se pregunta Yasán, “(…) en la Facultad de Letras no se forman escritores, se forman críticos, profesores, pero no necesariamente escritores. Y la gente que comienza a escribir puede ser autodidacta un largo tiempo, yo lo fui, pero llega un momento que necesitás una orientación, buscar un maestro.”

La coordinación como guía de aprendizaje, el maestro como orientador construyen una estructura educativa con rasgos tradicionales. La transformación social, en este caso, conlleva un proceso de comprensión de la tecnología como lenguaje y como medio, como forma de comunicación que excede lo técnico y que se encuentra actualmente en proceso.

La pregunta por la educación en los entornos virtuales en ámbitos no institucionalizados se encuentra abierta, así como el cuestionamiento sobre el potencial transformador para el cambio social que sugieren estas prácticas de educación no formal.

**Bibliografía:**

- Adorno, Theodor (1967), “La industria cultural”, en Morin, Edgar y Theodor Adorno, La industria cultural, Galerna, Buenos Aires, p. 7-20.

- Arsenault, Amelia y Manuel Castells (2008), “The structure and dynamics of global multimedia business networks”, en International Journal of Communication, vol. 2, University of Southern California, disponible en: “http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/view/298/189" http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/view/298/189

- Baumann, P., Tessio, N., López, S. y Carceglia, D. (2007) “Herramientas para el trabajo colaborativo en línea”, en: VIII Encuentro Internacional Virtual Educa Brasil. Publicación Electrónica.

- Burbules, N. y Callister, T. (2001). Riesgos y promesas de las nuevas tecnologías de la información. Granica. Barcelona.

- Castells, Manuel (1995), La ciudad informacional: tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional, Alianza Editorial, Madrid, 504 p (Introducción y Capítulo 1).

- Castillón, Sofía; Rodríguez, Daniel, Pérez, Rocío (2011); Algunas experiencias de Educación Popular en América Latina; pag 22-25; Memorias del coloquio Colonialidad/Decolonialidad del Poder/Saber Miradas desde el Sur, Universidad Austral de Chile.

- de Certau. Michel (1980); La invención de lo cotidiano 1. Artes de hacer. Cultura Libre, México.

- Dirección General de la Cultura y Educación de la Provincia de Buenos Aires (2007), “Entrevista a Carlos Torres: Estamos ante el renacer de la educación popular”, Portal Educativo. [En línea] Disponible en: "http://abc.gov.ar/lainstitucion/...educativo/.../44\_entrevistacarlostorres.pdf"http://abc.g ov.ar/lainstitucion/...educativo/.../44\_entrevistacarlostorres.pdf

- Jackson, Phillip. (1986). Práctica de la enseñanza. Amorrortu. Cap. 6: “Dos puntos de vista sobre la enseñanza: el mimético y el transformador”.

- Kaplún, Mario (1988). Procesos educativos y canales de comunicación. Revista Comunicar, núm. 11, pp. 158-165. Recuperado el día 20 de junio de 2015: HYPERLINK "http://www.redalyc.org/pdf/158/15801125.pdf" http://www.redalyc.org/pdf/158/15801125.pdf

- Liguori, L (1995), “Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el marco de los viejos problemas y desafíos educativos”. En Litwin, E (comp.), Tecnología educativa. Política, historias, propuestas, Paidós, Buenos Aires.

- Mattelart, Armand y Jean-Marie Piemme (1982), “Las industrias culturales: génesis de una idea”, en VVAA, Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego, Fondo de Cultura Económica, México, p. 62-75. Disponible en HYPERLINK "https://es.scribd.com/doc/144660542/Mattelart-Piemme-IC-UNESCO-1982-pdf" https://es.scribd.com/doc/144660542/Mattelart-Piemme-IC-UNESCO-1982-pdf

- Reguillo, Rossana (2000), Identidades culturales y espacio público: un mapa de los silencios, Dia-logos de la Comunicación (Número 59-60). FELAFACS. Lima.

- Ribes, X (s/f) “La Web 2.0. El valor de los metadatos y de la inteligencia colectiva”, en: Telos, Cuadernos de comunicación y tecnología.

- Ruiz Meza, Laura Elena (1993) La educación popular en América Latina, Revista Sinéctica. [En línea] Disponible en: HYPERLINK "http://portal.iteso.mx/portal/page/portal/Sinectica/Historico/Numeros\_anteriores01/0 02"http://portal.iteso.mx/portal/page/portal/Sinectica/Historico/Numeros\_anteriores01 /002

- Torres, Carlos (2005); La praxis Educativa y la acción cultural de Paulo Freire, (Valencia, Instituto Paulo Freire, Denes Editorial, Ediciones del CReC.

- Zallo, Ramón (1988), Economía de la comunicación y la cultura, Akal, Madrid, 207 p.