

Pósters digitales: desafíos y propuestas para las nuevas alfabetizaciones en la Universidad

- ❖ **VESTFRID, PAMELA**¹ | pvestfrid@gmail.com
- ❖ **MARTIN, MARÍA VICTORIA**² | mvmartin@perio.unlp.edu.ar
- ❖ **ASSINNATO, GISELA**³ | gisela183@gmail.com

¹⁻³ FPyCS, UNLP, Argentina.

² FPyCS, UNLP y Dto. Sociales, UNQ, Argentina.

RESUMEN

La propuesta que presentamos se lleva adelante en el seminario cuatrimestral y optativo denominado “Estrategias de trabajo colaborativo con redes sociales virtuales y otros asistentes online” que se dicta en Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata (FPyCS, UNLP) desde 2014. El espacio busca promover tanto la reflexión como las prácticas concretas de utilización de tecnologías digitales para los diferentes perfiles del estudiantado: Profesorado o Licenciatura en Periodismo o Planificación Comunicacional. Los contenidos se organizan en 4 ejes temáticos: el marco político- legal (referidos a leyes y derechos educativos y comunicacionales); el marco empírico (las RSV y las TIC como recursos educativos); asistentes o recursos abiertos (incluye ciertas consideraciones previas, como las tipografías, imágenes, audios, videos, etc.) y, por último, los modelos colaborativos y su relación con las prácticas profesionales del comunicador.

A lo largo del cuatrimestre se les solicita a los educandos la realización de diversas actividades que comprenden la experimentación con recursos digitales variados, tales como líneas de tiempo, historietas, nubes de palabras, pósters, entre otros, en muchos de los cuales tienen un lugar predominante las imágenes.

En estas páginas buscamos sistematizar y compartir con otros educadores los objetivos, desarrollos y evaluación relacionada únicamente a la utilización de pósters digitales para el aprendizaje de los estudiantes.

Independientemente de los alcances en cuanto al grado de síntesis conceptual y diseño multimedial, la promoción de instancias donde los alumnos pueden apropiarse de información, recursos y herramientas digitales disponibles para la construcción de pósters nos permitió evidenciar un camino factible de continuar y profundizar. En especial, un recorrido que se funda en la necesaria reconfiguración de las prácticas de enseñanza basadas en la centralidad del saber y la adopción de un rol activo por parte de los estudiantes.

PALABRAS CLAVE: Pósters Digitales, Alfabetización, Universidad.

1. INTRODUCCIÓN

Desde la extensión del uso de Internet entre la población en general, pero sobre todo desde la penetración casi masiva de dispositivos portátiles y la mejora de la conectividad en los centros urbanos, la comunicación a distancia se ha transformado. Además de ser posible estar conectado en cualquier momento y lugar, de manera ubicua; han proliferado y se han mezclado con el lenguaje- palabra toda una serie de símbolos e imágenes que disputan la supremacía de lo escrito. En este contexto que se inicia con los SMS, los símbolos preconfigurados y los emoticones, hay un cambio sustancial en los modos de expresarse de las nuevas generaciones. Si el sistema social constituye un sistema de significados, este se construye en el encuentro entre el lenguaje y la cultura, en una codificación de signos y símbolos que derivan tanto del pensamiento lógico como del imaginario, (Halliday, 1994). En otras palabras, el lenguaje es el modo de configuración de la identidad y la cultura, ya que con él se perfilan las normas, las tácticas y estrategias para mediar con ellas.

Aunque los códigos que confluyen en los nuevos dispositivos (letras, números, imágenes, lenguaje oral, gráficos, sonidos, entre otros) ya existían desde antes, su integración en un mismo medio podría suponer un cambio fundamental en los procesos intelectuales de quien

interactúa con ellos simultáneamente. La escritura mantiene un lugar privilegiado en el online, pero se combina con lenguajes multimediales (textual, gráfico, audiovisual) susceptibles de volverse hipertextos, al vincularlos con fragmentos (también textuales, gráficos y/o audiovisuales), otros materiales y/o sitios web.

Tanto el multimedia como el hipertexto constituyen un desafío para los comunicadores: de qué manera entender sus lógicas, potenciar sus ventajas en la representación y el trabajo con los conocimientos, así como en la comunicación e interacción con los destinatarios.

Un segundo eje a considerar, está en relación con los cambios en la manera de procesar y transmitir información, sumado a la forma en que los individuos se vinculan e interactúan entre sí y crean colaborativamente contenidos de todo tipo. Tanto la producción como la exhibición⁸⁶ se ven enriquecidas por los entornos digitales, por la multiplicidad de lenguajes que pueden emplearse y por su capacidad de llegada. La implementación de asistentes digitales habilita la circulación de distintos discursos y, lo que resulta más importante aún, la producción de los mismos por parte de todos los actores que intervienen en la enseñanza y el aprendizaje, alcanzando también a otros actores.

El texto lineal encuentra competencia en el multimedia y en el hipertexto, en los códigos y lenguajes visuales que generan vínculos entre los sujetos.

“El universo vocabular se expande y es necesario adentrarse en los términos, pero también en los códigos y lenguajes no verbales que colman nuestro cotidiano si queremos establecer un verdadero diálogo con nuestros interlocutores”. (Martin; 2016: 98).

Si previo a la proliferación de Internet el desafío consistía en encontrar determinada información, en la actualidad esto se ha transformado en la necesidad de saber cómo filtrar una cantidad excesiva de contenidos que está disponible en el online, jerarquizando y validando fuentes, pero sobre todo, cómo procesar y producir rápidamente información.

En un mundo lleno de estímulos visuales llamativos y atrapantes, los pósters y las infografías se presentan como recursos pedagógicos capaces de sintetizar de manera gráfica -y atractiva- información para usuarios habituados a las lecturas veloces y fragmentarias. Como recurso didáctico y comunicacional, los rasgos esenciales de los pósters e infografías son el hecho de ser vías útiles para plasmar información apelando a la visualidad: *“habilidad de tomar palabras, números y hechos y convertirlos en una pieza de presentación que permita al lector ver los hechos*

en lugar de leerlos; es como poner las palabras en dibujos con gran claridad; es habilidad para conseguir... algo más que la simple suma de las partes” (Valero Sancho; 2001: 23)

En cuanto a las características de los medios gráficos y de los manuales de texto, la multiplicación de las infografías presenta dos vertientes: la capacidad de comprender datos pero también la posibilidad de producir este tipo de mensajes, para lo cual es necesario que el profesor, tanto como el comunicador, desarrolle ciertas competencias en especial vinculadas a las imágenes.

Más aún: cuando estas piezas comunicacionales son, además, virtuales, permiten enlazar de manera hipertextual y multimediada infinita cantidad de recursos, y pueden ser puestos a circular casi sin limitaciones.

2. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

La propuesta que presentamos se lleva adelante en el seminario cuatrimestral y optativo denominado “Estrategias de trabajo colaborativo con redes sociales virtuales y otros asistentes online” que se dicta en la FPyCS de la UNLP desde 2014. El espacio busca promover tanto la reflexión como las prácticas concretas de utilización de tecnologías digitales para los diferentes perfiles del estudiantado: Profesorado o Licenciatura en Periodismo o Planificación Comunicacional. Los contenidos se organizan en 4 ejes temáticos: el marco político- legal (referidos a leyes y derechos educativos y comunicacionales); el marco empírico (las RSV y las TIC como recursos educativos); asistentes o recursos abiertos (incluye ciertas consideraciones previas, como las tipografías, imágenes, audios, videos, etc.) y, por último, los modelos colaborativos y su relación con las prácticas profesionales del comunicador.

A lo largo del cuatrimestre se les solicita a los educandos la realización de diversas actividades que comprenden la experimentación con recursos digitales variados como: líneas de tiempo, historietas, nubes de palabras, posters, entre otros, en muchos de los cuales tienen un lugar predominante las imágenes.

En estas páginas buscamos sistematizar y compartir con otros educadores, los objetivos, desarrollos y evaluación relacionada únicamente a la utilización de pósters digitales para el

aprendizaje de los estudiantes, ya que comprender todos los recursos adoptados en el cuatrimestre excedería estas líneas.

Suelen distinguirse tres tipos de pósters o infografías: estáticos, dinámicos e interactivos. En el primer caso, no hay movimiento de objetos (texto y/o imágenes) y no hay interactividad; en los pósters dinámicos, los objetos se pueden desplazar para acompañar/ampliar las explicaciones del contenido; en el caso de ser interactivos, es necesario que alguien lleve adelante alguna actividad específica para poner en funcionamiento otro momento de la secuencia.

En cuanto a la fundamentación, podemos señalar que con el Plan de estudio 1998, correspondiente a la mayoría de nuestros cursantes, se contempla de modo intensivo la experimentación en talleres con los lenguajes gráfico, radiofónico y audiovisual. Mientras que los lenguajes multimediales han sido abordados más tardíamente, cobrando mayor importancia día a día. Creemos que desde nuestro rol de educadores debemos alentar la alfabetización integral de los alumnos, procurando que conozcan y sean competentes en todos los lenguajes existentes, a pesar de la hegemonía de las pantallas que caracteriza el contexto actual. No obstante, el fin pedagógico debe orientarse en la reflexión de los nuevos interrogantes que estas producciones de sentido habilitan y no limitarse a cuestiones de tipo operativo.

Myriam Southwell señala que *“La noción de alfabetización está intrínsecamente asociada a la de escuela con énfasis en la lectoescritura pero, como nos ha enseñado la destacada especialista Emilia Ferreiro (1994), ha dejado de ser vista como la simple transmisión de una técnica realizada en una institución específica –la escuela– para pasar a ser estudiada por una multitud de disciplinas, transformándose en un campo multidisciplinario. De esta manera, es posible avanzar hacia una ampliación de la frontera de la alfabetización no restringida a la noción de escritura”* (Southwell; 2013: 15).

Si bien con el paso del tiempo las modalidades de comunicación se han ido transformando y enriqueciendo, la cultura escolar ha permanecido cerrada. Frente a esto, el desafío es incluir estas cuestiones en el espacio áulico con los alumnos, con el objetivo de prepararlos para que puedan expresarse y reflexionar, haciendo uso de todos los recursos disponibles. De este modo, se propone incluir lo visual, lo digital, pero también saberes ligados al ejercicio pleno de la participación y la ciudadanía como destrezas centrales que demanda el mundo actual. Así, lo oral y lo escrito obturan las posibilidades de pensar el verdadero alcance del concepto de alfabetización.

Southwell explica que *“expandir la noción de alfabetización y contener allí una creciente necesidad de saberes básicos, nos permite reforzar el carácter del trabajo pedagógico como sostén, como ligazón, como puente que traduce experiencias, mundos y lenguajes. Nos parece este un camino de potenciación que pone a la institución educativa y a los educadores en un lugar central y potente para esas mediaciones, interactuando en el marco ético de una discusión respecto de las condiciones para la constitución de un mundo diverso y una vida entre muchos. Las revisiones de lo que está sucediendo en la cultura, con sus luces y sus sombras, estamos convencidos, pueden enriquecer esa puesta en común”* (Southwell; 2013: 69).

En consonancia con la poderosa influencia de las pantallas en el contexto presente, nos ha resultado central proponer entre las diversas actividades del cuatrimestre la realización de pósters, a partir de la búsqueda de determinada información y su presentación mediante una producción digital.

Específicamente, tomamos la experiencia de mapear, de manera colectiva, una serie de redes sociales virtuales, en función de tres objetivos: reconocer los distintos tipos de vínculos que propone cada red (horizontal o temática) y los usuarios que alcanza (cantidad y descripción); realizar un trabajo con un compañero designado por el equipo de cátedra (y no elegido por ellos) y experimentar la utilización de un asistente online para diseñar el material. Allí, la tarea consistía en presentar esa información visualmente para el lector, teniendo en cuenta la claridad, la creatividad, la diagramación, entre otros aspectos nodales. Como asistentes para realizar la producción de los pósters, el equipo docente sugirió utilizar Picktochart o Easelly, ambos de carácter abierto y gratuito (además, Easelly presenta su interfaz en español), pero también se aceptaban otros recursos similares, desconocidos por el equipo de cátedra.

La respuesta a la consigna ha derivado en una multiplicidad de trabajos realizados por estudiantes puestos ante el potencial desafío de “aprender haciendo”, en muchos casos, por primera vez.

La totalidad de las producciones están accesibles en:

<https://goo.gl/6XRhYZ> (2017)

<https://goo.gl/rGHmpd> (2016)

<https://goo.gl/BHP2jZ> (2015)

LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA A 100 AÑOS DE LA REFORMA: LEGADOS, TRANSFORMACIONES Y COMPROMISOS. MEMORIAS DE LAS 2º JORNADAS SOBRE LAS PRÁCTICAS DOCENTES EN LA UNIVERSIDAD PÚBLICA.

Solo a modo ilustrativo, y por motivos de espacio, presentamos los siguientes:

2017

LinkedIn

Tipos de usuarios

- Desempleados en búsqueda de empleo
- Empleado en búsqueda de nuevas oportunidades laborales
- Emprendedor en búsqueda de colaboradores e inversores
- Facilitadores
- Empresarios, directivos y profesionales exitosos
- Pequeños empresarios y freelance

En números

- 500 Millones de usuarios
- 200 Presente en 222 países
- 18.26.200 millones Pagó Microsoft para comprarla en 2016

Principales usos

- 81% visita habitualmente su perfil
- 75% lo utiliza para ver perfiles de contactos
- 50% lo utiliza para contactar gente
- 45% lo utiliza para detener en grupos y seguir empresas

Tipos de usuarios

Creá tu perfil!

Instagram

RED SOCIAL DIGITAL VERTICAL, apunta a una temática específica.

Comunidad virtual que comparte interés por las fotografías y los videos

Personas físicas mayores de 13 años o empresas

Es de uso gratuito pensada para celulares y posee su plataforma para internet. Cuenta con diferentes efectos como filtros, marcos y herramientas para editar las imágenes. A su vez quienes forman parte de esta comunidad pueden interactuar entre sí a través de comentarios y/o InstaDirect

PAGANI, Tamara
ROMAN, Ma. Lucía

Facebook

Facebook es una red social horizontal

Creada por Mark Zuckerberg en febrero del año 2004, tiene 1.480 millones de usuarios activos

Continuamente agrega nuevas funciones

54% tiene entre 18 y 34 años

El 87% de las personas que acceden a la web se conectan a Facebook = 23 millones de usuarios

El 78% de los usuarios accede desde su celular o tablet

Al utilizar los Servicios de Facebook o al acceder a estos, nos autorizas para recibir y utilizar dicho contenido e información según la Política de datos y sus correcciones periódicas

Usuarios en el mundo

500 PYMES para promoverse (después de un tiempo)

78% desea interactuar una Pyme

51% desea aumentar la visibilidad de sus redes sociales

AMARETTI Alejandra, DELLA VEDOVA Lucía

2016

LibraryThing

LibraryThing es una red social virtual para clasificar libros de manera sencilla.

Es un sitio para los amantes de los libros, que ayuda a crear una biblioteca con los títulos y autores que te interesan, que has leído o que te gustaría leer.

- Etiquetá, valorá y compartí reseñas.
- Conectate con otras personas con gustos literarios similares.
- Participá en grupos y foros.

1.200.000 amantes de los libros son parte de esta comunidad virtual

SOUNDCLOUD

Los usuarios pueden compartir, promocionar y distribuir sus proyectos musicales e insertarlos en sitios web o en perfiles de distintas redes sociales.

Es una plataforma de distribución de audio en línea.

Llega a 350 millones de usuarios entre compositores independientes, artistas, bandas, aficionados y creadores de música audio.

El objetivo es ofrecer música ya terminada para que pueda llegar a comercializarse

RED SOCIAL MUSICAL Y VERTICAL

Alzugaray, I. Degasar, N. Blackrey, C.

facebook

1.591.000.000 usuarios

Es una utilidad social

Es una red social horizontal y humana

90% de los argentinos que tienen acceso a Internet utilizan esta red social y pasan allí el día

15.000.000 argentinos usan facebook todos los días

78% de los usuarios argentinos lo utilizan desde el celular o la tablet

94% del tiempo en que navegan

Ajllén Alba y Ana Belén Gutiérrez

2015

badoo

Se lanzó al mercado el 14 de noviembre del 2006. Es una RSV gratuita, aunque algunos servicios son pagos.

246.000.000 usuarios de distintos países del mundo y de todas las edades. Badoo está traducido en más de 20 idiomas.

Es una RSV de tipo vertical ya que apunta principalmente a que la gente se conozca y concrete una cita o encuentre pareja

Además, es de tipo humana ya que fomenta las relaciones entre los sujetos. Y de tipo nómada, ya que localiza a las personas que forman parte de la red

URL: <http://badoo.com.es>

"Badoo es el mejor lugar para chatear, conocer gente nueva, compartir intereses y salir con alguien"

Ajllén Stranges

carpoolear

RED SOCIAL QUE SÓLO REÚNE A USUARIOS DE ARGENTINA EN TANTO A VECES Y POR ELLO ES QUE SE LA PUEDE CONSIDERAR COMO VERTICAL Y DE CONTENIDO.

Aplicación para publicar tus próximos viajes o compartirlos con otros.

Se conoce gente nuevo y se fortalece lazos con los conocidos.

Alguien que comparta sus viajes de vacaciones y viajes.

Viaje en auto es más cómodo que hacerlo en transporte público.

Si me deseara que otros vieran los lugares favoritos tengo la posibilidad de hacer un listado de forma privada.

Ciganda Cintia

DELICIOUS

Es una RSV que funciona como una herramienta para guardar tus páginas favoritas, permite describir e etiquetar que más fácil encontrarlas.

Se trata de una red social horizontal, ya que permite todo tipo de usuarios y temáticas.

Tiene alrededor de 10 millones de usuarios

Cualquier persona puede ver las etiquetas que has agregado, por eso es también una lista de contenidos, puedes ver que personas tienen agregados los mismos enlaces que tú, lo que te permite encontrar gente con intereses similares.

Ciganda Cintia

3. CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos en 2015, 2016 y 2017, sugieren que esta estrategia didáctica permite generar procesos individuales y colectivos, que valen la pena destacar por múltiples motivos.

Por un lado, el trabajo nos sirve para reflexionar sobre el lugar de la cultura audiovisual en los nuevos medios y para recuperar algunos principios de diseño y diagramación, como figura-fondo, balance entre texto e imágenes, anclaje y relevo, tipografías y colores, derechos de utilización de imágenes, entre otros.

Asimismo, esto nos permite promover en el educando el desarrollo de ciertas competencias claves que ya han sido señaladas por Bloom (Churches, 2008): comprender, aplicar, analizar y crear. Se trata de instancias que requieren de la ya mencionada práctica de revisión y selección de datos pertinentes, pero a estas se añaden reflexiones y decisiones tecnológicas y de diseño multimedial; que posibilitan comprender las lógicas del lenguaje hipertextual y multimedial, para potenciar sus ventajas en la representación y el trabajo con los conocimientos, así como en la comunicación e interacción entre los miembros del grupo, docentes y estudiantes y, por qué no, otros actores externos.

Vale destacar, además, que estas producciones han sido socializadas en los respectivos horarios de clase de los cursos para que los comentarios de compañeros y orientadores, enriquezcan los aprendizajes de los alumnos productores al conocer las opiniones que provoca lo realizado en quienes las ven atentamente en cuanto a colores, relación figura fondo, tipo y tamaño de letra, entre otros elementos de la comunicación visual. No obstante, el intercambio no se cierra en el ámbito presencial, también se comparten los pósters producidos mediante un mural digital, para que de manera más tranquila y sin tiempos cada estudiante pueda conocer, evaluar y aprender de los trabajos de sus pares. Así, se rompe una concepción tradicional de que las actividades educativas que se solicitan sólo son observadas y calificadas por el docente a cargo del grupo. Las tareas tienen que ser socializadas de manera horizontal, pudiendo un estudiante aprender del comentario de un par y no solo de su docente. Es por ello, que deben contemplarse entre las estrategias pedagógicas instancias de publicación y visibilidad de lo efectuado por todos los estudiantes. Asimismo, debe darse lugar a la evaluación entre pares.

Finalmente, la experiencia resulta destacable considerando la formación superior en cuestión: la Comunicación Social. Ya sean futuros educadores de la disciplina, planificadores comunicacionales o profesionales relacionados al periodismo y la gestión de medios, este tipo de estrategias didácticas pueden resultar performativas de habilidades y saberes que actualmente se requieren en las instancias laborales.

Hablamos, por un lado, de la generación de nuevas estrategias de comunicación y circulación de la información, en tanto prácticas que contribuyen a la refundación de posibilidades de interpelación y de vínculos sociales. Pero también, del desarrollo de capacidades para poder organizar con otros/as una actividad creativa y generar condiciones para la producción conjunta. Esto posibilita refundar sentidos en torno a los modos de concebir las prácticas académicas, en las cuales la simetría y la horizontalidad se plasman como modos de generar construcciones de ideas más complejas y enriquecidas, que las que derivan de instancias que requieren la mera corroboración de los contenidos de un curso. Así pues, estos saberes que se ponen en juego en las aulas y los procesos educativos, son cada vez más valorados en el ámbito de la comunicación, donde muchas veces es preciso el trabajo interdisciplinario.

En esta ponencia se puso a consideración una propuesta didáctica que se lleva adelante en el marco de la formación superior en Comunicación Social y que apunta a integrar tecnología digital valorando sus posibilidades de comprensión y producción de conocimientos.

Independientemente de los alcances en cuanto al grado de síntesis conceptual y diseño multimedial, la promoción de instancias donde los alumnos pueden apropiarse de información, recursos y herramientas digitales disponibles para la construcción de pósters nos permitió evidenciar un camino factible de continuar y profundizar en el marco de un conjunto de acciones que se fundan en la necesaria reconfiguración de las prácticas de enseñanza basadas en la centralidad del saber y la adopción de un rol activo por parte de los estudiantes en su aprendizaje.

En este sentido, la experiencia tributa a discusiones que problematizan la innovación educativa en la universidad. En este sentido, Perez y Collibechi (2013) referencian que las prácticas de lectura y escritura en la educación superior suelen asociarse a los géneros canónicos del discurso académico, de modo que ciertos procesos que se valen de la comunicación digital

para el intercambio, la reflexión y la producción del conocimiento, no terminan de ser percibidas o actuadas en su totalidad como prácticas académicas.

BIBLIOGRAFÍA

Cassany, Daniel (2000). "De lo analógico a lo digital. El futuro de la enseñanza de la composición", *Revista Lectura y Vida*, 21/4, 2000, pp. 2-11.

Churches, Andrew (2008): "Taxonomía de Bloom para la era digital". Disponible en: <http://goo.gl/qwGyBp>. Consulta: 20 de mayo de 2014.

Halliday, Michael (1944). "El Lenguaje como semiótica social". Santa Fe de Bogotá. Fondo de Cultura Económica.

Martin, María Victoria (2016). "La escuela frente a las nuev@s formas de leer, escribir y publicar". *Catalejos. Revista sobre lectura, formación de lectores y literatura para niños* Vol. 2; Nº. 3, diciembre de 2016. (pp. 84-101). En <http://bit.ly/2nm4CTE>

Martin, María Victoria; Assinnato, Gisela; Alba, Aylén (2017). "Comunicadores y trabajo colaborativo: retos y posibilidades". *II Jornadas de Comunicación Digital, FPyCS, UNLP*. Recuperado de <https://goo.gl/FqYMJZ>

Pérez, Sara y Collebechi, María Eugenia (2013). "Tecnologías digitales y prácticas de lectura y escritura: un estudio exploratorio en entornos virtuales de aprendizaje". *Revista Question, Especializada en Periodismo y Comunicación*, 1(39), pp.28-41.

Southwell, Myriam (2013). "La escuela ante nuevos desafíos: participación, ciudadanía y nuevas alfabetizaciones". Buenos Aires: Fundación Santillana. Disponible en <http://flacso.org.ar/wp-content/uploads/2015/02/La-escuela-ante-nuevos-desafios-Myriam-Southwell.pdf>

Valero Sancho, José Luis (2001). "La infografía: técnicas, análisis y usos periodísticos". *Publicación de la Universitat de València; Jaume I; Barcelona; Pompeu Fabra; Belaterra; Universidad Autónoma de Barcelona*.

⁸⁶ Los espacios de información se refieren a aquellos en que se "baja" el conjunto de conocimientos que requiere saber el "alumno"; por ejemplo, los materiales compartidos para lectura o visualización, que no permiten inter-

vención ni modificación; con interacción se alude a las relaciones que se establecen entre los actores involucrados (alumno-docente, grupo-docente; alumno-alumno; alumno-grupo); los foros pensados para debatir; los mensajes privados, entre otros; la producción considera la elaboración de algún producto con cierto grado de materialidad, como la realización de un escrito, póster o un video, un mural, historieta, entre tantos otros; finalmente, la exhibición supone dar a conocer y difundir lo que resultó del proceso (al interior de la clase o fuera de ella)