

Planeta covid-19

Educación, comunicación y cibercultura

Gustavo Hernández Díaz

Licenciado en Artes (UCV, 1988). Doctor en Ciencias Sociales, mención honorífica (UCV, 2005). Profesor Titular de la UCV (2010). Director del Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB (2018-). Director del Instituto de Investigaciones de la Comunicación, ININCO (2005-2012). Fundador y primer coordinador de la línea *Educación, Comunicación y Medios* (ININCO, 1990). Fundador y primer director de la Gerencia de Radiotelevisión y Multimedia (UCV, 2007). Miembro del equipo editorial de la Revista Comunicación del Centro Gumilla (1987). Asesor en la formulación del Doctorado en Sociedad del Conocimiento (UCAB, 2012). Socio de Honor del Grupo Comunicar, veterana asociación profesional de Educomunicación, Universidad de Huelva-España, 2014. Es autor de los libros *La investigación en Comunicación Social* (2016, 2da. edición); *Hablemos de Pedagogías digitales, redes sociales y cibermedios en la escuela* (2019, 2da edición). Coautor del libro *Diccionario de Investigadores venezolanos de la comunicación* (2018). Premio de investigación de la UCAB en su edición 2018-2019. Reconocimiento de la Facultad de Humanidades y Educación por el compromiso y aporte en el campo de la investigación en los programas de postgrado de la UCAB (Diciembre, 2019).

A Wilson Prada

Resumen

Por mucho tiempo el planeta estará signado por el Covid-19. El virus siempre será un mal recuerdo. Experiencia siniestra que no esperábamos en nuestra existencia y que puso en cuarentena nuestras seguridades y certezas arrogantes. Nunca tuvimos en la palma de la mano a la humanidad. Vulnerables somos y no lo entendemos. Hay que aprender a coexistir con la incertidumbre, dudas, torbellinos internos. Conocer la verdad y doblegar la mentira. Coexistir con la incertidumbre es contar con información veraz y tener el valor y la claridad moral para propiciar un cambio en nuestro entorno inmediato calado de apremiantes vicisitudes. Un cambio que debe comenzar con nosotros mismos porque la coexistencia se ejercita no se decreta. Si esta pandemia ha de servir para que recapitemos genuinamente sobre el futuro inmediato de la humanidad y para que corrijamos los errores cometidos en el pasado en todos los órdenes de la vida, entonces sea bienvenida. Este es el supuesto general de este trabajo que propongo y en el que examino un elenco de premisas en torno a la educación y la comunicación en medio del sosiego que ejercito en mi diario de pandemia.

Palabras clave: educación; comunicación; medios; cultura digital.

Planet covid-19

Education, communication and cyberculture

Abstract

For a long time the planet will be signed by Covid-19. The virus will always be a bad memory. Sinister experience that we did not expect in our existence and that quarantined our arrogant assurances and certainties. We never had humanity in the palm of our hands. We are vulnerable and we don't understand it. We must learn to coexist with uncertainty, doubts, internal whirlwinds. Know the truth and bend the lie. To coexist with uncertainty is to have truthful information and to have the courage and moral clarity to bring about a change in our immediate environment that is full of pressing vicissitudes. A change that must begin with ourselves because coexistence is exercised is not decreed. If this pandemic is to serve to genuinely reflect on the immediate future of humanity and to correct mistakes made in the past in all walks of life, then welcome. This is the general assumption of this work that I propose and in which I examine a list of premises regarding education and communication amidst the tranquility that I exercise in my pandemic journal.

Key words: education; communication; media; digital culture.

1

La narrativa sobre el Covid-19 alcanzó la velocidad de los megabytes por todo el mundo. Dejó atrás a la pandemia que viaja por los medios de transporte convencionales. Aviones, barcos y carreteras. En Wuhan, China, se detectó el primer foco infeccioso. Redes sociales relatan su avasallante transitar. El pasaporte del Covid-19 es el ser humano. Coronó en países de alto nivel de desarrollo humano y con servicios públicos eficientes. España, Italia, Reino Unido; primeros en enfermar. Estados Unidos, supera la cifra de noventa mil fallecidos y más de un millón de contagiados. El virus surfeará la cresta de la ola por un buen tiempo. Guerra de patentes. China y Estados Unidos compiten por el invento de la Covid-vacuna. Empresas sacan provecho económico de la crisis. Ningún desarrollo es sano si se antepone el egoísmo y la codicia humana. “El mal y la destrucción son consecuencias necesarias de no desarrollarse” (Fromm, 1976: p.163). Hasta cuándo será esta catástrofe. Pronóstico reservado de la ciencia. Considerables infectados y decesos múltiples. Golpeará a poblaciones sin servicios sanitarios y pobreza extrema. La Academia de Ciencias Físicas, Matemáticas y Naturales de Venezuela reporta las posibles trayectorias del Covid-19, en escenarios diversos: “El país debe prepararse para el impacto que representa un número entre 1.000-4.000 casos nuevos diariamente durante el pico de la epidemia, que podría producirse entre junio y septiembre de este año.” El régimen asedia a la inteligencia.

2

El Diccionario de la Real Academia define el verbo *contagiar* de dos maneras, a saber: “1. Transmitir una enfermedad a alguien. 2. Adquirir por contagio una enfermedad.” Pronunciar *contagiar* perturba en esta coyuntura. No es atinada la frase *Nos contagió con su entusiasmo*. Lo mismo ocurre con la palabra *viral*. DRAE la define en su doble acepción: “1. Perteneciente o relativo al virus. 2. Dicho de un mensaje o contenido: Que difunde con gran rapidez en las redes sociales a través de internet.” Noticias, informaciones, mentiras, *fake news*, son como los rápidos de los ríos. Corrientes de información que aumentan la velocidad cuando la pendiente es más pronunciada y turbulenta. La rapidización se asocia con la tecno-industria y el ciclo de vida de los productos. Se planifica la obsolescencia para garantizar el consumismo. Es la era de lo desechable. Noticias y *fake news* tampoco escapan del ciclo de caducidad.

3

GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ

Prosumidores son los nuevos generadores de contenidos en las redes sociales. Confiesan intimidades, emociones y sentimientos. Se autodefinen periodistas ciudadanos. Informantes de acontecimientos y también de banalidades. No son Comunicadores Sociales con licencia universitaria. Participan de una suerte de ciber-gramática híbrida: *sticker, emoticonos, memes, selfie*. La cultura de la imagen se impone a la cultura de lo escrito. Iconosfera privilegia el espectáculo y la catarsis emocional para drenar fantasías y deseos. Logosfera se sintoniza con el pensamiento racional, conceptual, analítico y deductivo. La razón atempera las emociones y las pasiones. Ser prosumidor es como jugar al *Cadáver exquisito* de los surrealistas de 1925. El juego es sencillo. Los jugadores pueden escribir o dibujar, por turno, lo primero que venga a la mente, hacen gracia de la asociación libre, expresión inmediata y espontánea de ideas. ¿Acaso no ocurre lo mismo en la comunidad WhatsApp? *Ludi-pensamos*: Enviamos y recibimos *sticker* y *emoticonos* sin que medie el tiempo y el espacio. Una foto en el mundo líquido de las redes, Facebook, You Tube, WhatsApp, Instagram, se recrea un sinnúmero de veces, tal como lo hacen los espectadores de televisión cuando ven una telenovela o una serie policial. El prosumidor es testigo de primera fila de la convergencia cultural de Henry Jenkins (2008). Colisión entre los nuevos y los viejos medios. Medios populares y las industrias culturales se entrecruzan. Productores y consumidores mediáticos comparten el consaber en el ámbito cultural, económico, político, religioso e ideológico.

4

Prosumidores versionan los productos culturales de las industrias infomediáticas para la comunicación (Aguirre, 2008). Los objetos simbólicos se codifican informacionalmente en cuatro campos sectoriales. Industria de los medios masivos y/o en red. Empresas vinculadas al ocio y la diversión. Entidades de servicios en torno al conocimiento y la comunicación social. Otras formaciones de la integración de los campos anteriores. Es el reino de las versiones impresas, fílmicas, fotográficas y televisivas. Ya no recordamos la obra original. Interrogantes para un debate sobre el rol de los ciudadanos productores de contenido en la sociedad red: ¿Qué es una obra original y una versión? ¿Cómo proceder con los derechos de autor? ¿La originalidad no será una quimera? ¿Solo la originalidad es un atributo que identifica a una obra de arte? ¿Las falsificaciones no pueden ser consideradas como obra de arte? ¿Urgirá una *estética ciber* para comprender las expresiones codificadas desde la red social? ¿Las versiones digitales no serán ahora las nuevas obras de arte? ¿Tendrá sentido hablar de originalidad, autenticidad, pérdida de aura a lo Walter Benjamin, en la era de la convergencia cultural?

5

De la estética de Walter Benjamin retomo algunos de sus planteamientos. La obra de arte es auténtica si se considera el *aquí* y el *ahora*, esto es, si se apuesta por el presente y la cultura. “En la época de la reproducción técnica de la obra de arte lo que se atrofia es el aura de ésta”. (1989:3) Los medios masivos no degradan necesariamente la obra de arte. Benjamin habla: “Por primera vez en la historia universal, la reproductibilidad técnica emancipa a la obra artística de su existencia parasitaria en un ritual. La obra de arte reproducida se convierte, en medida siempre creciente, en reproducción de una obra artística dispuesta para ser reproducida.” (p.5) Siendo así, los medios y las industrias culturales difunden también versiones que reconocen el legado del producto cultural original. “Objeto que ha servido como modelos para hacer otros iguales a él”. Para los cinéfilos y versados en la historia del cine, Brian De Palma en *Los intocables de Elliott Ness* de 1987, brinda un homenaje a la película *El acorazado Potemkin* dirigida por el cineasta soviético Sergei M. Eisenstein, en 1925. De Palma recrea en su película la famosa escena de la *Escalera de Odesa*. Sigue al pie de la letra el montaje de Eisenstein, plenamente vigente hasta nuestros días. *El Acorazado Potemkin* no perdió su aura en la versión de De Palma. Más bien pudiera alentar la curiosidad hacia la estética del cine de Eisenstein. Sabemos desde los tiempos *frankfurtianos* de Theodor Adorno y Max Horkheimer (1988), que la difusión masiva, tiende a sacrificar el valor estético y la autenticidad de la obra original. Pero también existe la posibilidad de que los medios atiendan a los intereses culturales de las clases populares, sin que se triture el aura o el valor estético de la obra. Canales de televisión por suscripción y online refieren a temas muy diversos de la ciencia, el arte y la cultura. El lado esperanzador de la reproductibilidad técnica y de la difusión masiva, es que se tiende a democratizar el acceso a la más variada gama de contenidos, antes reservado a los sectores privilegiados.

6

Amiga Yolo. / LOLZ/ OMG cuarentena/ Por cierto, ASL/ KK, BRB/ Bn/ ILU/ XOXO. Lo que estamos leyendo no es un mensaje enviado desde otro planeta. No es noticia que “rompe el celofán”, recordando a un célebre periodista de medios en Venezuela. Tampoco es contenido falso, en código *fake news*. Se trata de una conversación entre dos personas que charlan en la red social. Veamos de qué va este diálogo virtual: Amiga, solo se vive una vez/ Se ríe a carcajadas/ Oh, Dios mío, esta cuarentena / Por cierto, dame los datos de la persona/Está bien, ahora regreso /Bien / Te amo / Besos y abrazos/. Nací en la era de la televisión y según Marc Prensky soy inmigrante digital y reconozco que me cuesta ponerme al día y en sintonía con los nativos digitales. Los jóvenes de la era digital

GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ

quizás no alcanzan los 40 años. Unos son más nativos que otros, por lo tanto, no todos están en igualdad de condiciones para encarar los súbitos cambios de las tecnologías. Usé en los noventas una computadora Intel-386 y me sentí feliz porque no tenía que escribir con mi Remington. Ya podía editar textos y borrar los contenidos sin utilizar el *tipex* para enmendar los errores. No contaba con Google, no se hablaba de redes sociales ni de Wikipedia. Soy de la generación *Baby Boomers*, nací en 1961. Los nativos de Prensky (2010), y los Centennials me superan con creces en cuanto a las competencias digitales. Están seducidos por las imágenes, la diégesis y sus universos espacios temporales virtuales en estelar *Second Life*. Texto escrito no puede ser extenso, los jóvenes se aburren. Son esquivos a las normas gramaticales y ortográficas tradicionales. Privilegian la economía del lenguaje mediante siglas y acrónimos como Yolo, OMG, ASL. Los actos de habla de las comunidades virtuales son efímeros. Hoy será Yolo, pero repentinamente ese acrónimo puede desaparecer del vocablo rutinario. Explican su mundo con escasos caracteres. ¡No hay tiempo, pronto es tarde, vayamos al punto sin discernimiento, así suelen pensar! La gramática digital es multimedia. Emoticones, stickers, fragmentación de palabras, “T y el icono de un corazón” significa “Te amo”. Los nativos digitales son ingeniosos porque construyen nuevas frases y palabras que se incorporan y desaparecen rápidamente en la comunidad virtual. Pienso en Rafael Cadenas cuando afirma: “El venezolano de hoy conoce muy poco de su propia lengua. No tiene conciencia del instrumento que utiliza para expresarse. En su lenguaje, admitámoslo sin muchas vueltas, se advierte una pobreza alarmante. El número de palabras que usa es escaso, está lejos de un nivel aceptable y en los casos extremos apenas rebasa los límites del español básico; por lo general no lee ni redacta bien.” Esto lo escribió Cadenas en 1989, hace treinta años sin la presencia de Internet en nuestras vidas.

7

Nuevas palabras en las redes sociales no son más que viejas prácticas comunicacionales. Basta con leer *Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada* (1977), de los sociólogos Paul Lazarsfeld y Robert K. Merton para darnos cuenta de que las funciones de la comunicación siguen siendo las mismas en la sociedad red. Estos insignes pensadores sostienen que los medios masivos tradicionales (prensa, radio, televisión), otorgan estatus social, imponen normas y provocan *disfunción narcotizante*. Veamos cómo se explica estas funciones en las redes sociales. Ser tendencia, influir en los cibernautas, *to be influencer*, no es otra cosa que desear el reconocimiento globalizado en las redes sociales. ¡Tengo tantos seguidores! ¡Soy tendencia en esta ocasión! ¡Ya eres viral, te felicito! Son frases que inflan el ciber-ego. Narciso sueña con sus seguidores cibernautas. Lazarsfeld y

Merton nos dirían que los medios y las redes gratifican el ego porque “otorgan prestigio y realzan la autoridad de individuos y grupos legitimando su status.” (p.3).

8

Una persona se *infoxica* cuando está abrumada de tanta información consumida en Internet. Ya no puede procesar contenidos. No se acuerda incluso de lo que iba a consultar. La infoxicación no es un fenómeno nuevo. Con la aparición de la televisión, en la década de los cincuenta del siglo XX, surgió la *disfunción narcotizante*, exposición exagerada ante la pantalla chica. Lazarsfeld y Merton llegaron a afirmar que los medios masivos: “pueden incluirse entre los narcóticos sociales más respetables y eficaces. Pueden ser tan eficaces que hasta impedirán que el drogado advierta su enfermedad.” (p.6). Esta tesis de los efectos fuertes de los medios aplica, sobre todo, cuando la interacción con los medios masivos, la Internet y celulares, está determinada por una serie de patologías psicológicas. Otra función de los medios es la de *imponer normas sociales*. “Cualquiera que sea la respuesta a estos interrogantes, es evidente que los medios masivos de comunicación sirven para reafirmar normas sociales denunciando a la vista del público las desviaciones respecto de dichas normas. Estudiando la gama particular de normas así reafirmadas se obtendría un claro índice de la medida en la cual estos medios encaran problemas periféricos o centrales de la estructura de nuestra sociedad.” (p.4). Lazarsfeld y Merton destacan en esta cita que los medios masivos deben reforzar valores humanos y vigilar como “perros guardianes” a las instituciones sociales para que acaten las normas que están refrendadas en la carta magna de los estados-nación. No hay que abundar en detalles para señalar que esta función de los medios sigue vigente en los medios masivos *on line* y *off line* (que no operan en la plataforma de Internet).

9

Importante ha sido el rol de los medios de comunicación ante la presencia del Covid-19 en el mundo. Y esto lo podemos explicar apoyándonos en la teoría de la comunicación de Harold Lasswell. En *Estructura y función de la comunicación en la sociedad* (1974), afirmaría este sociólogo de la Mass Communication Research en Estados Unidos, que los medios realizan tres funciones: vigilancia del entorno, brinda respuesta efectiva a la audiencia y difunde legado social. Los medios masivos han difundido las recomendaciones sanitarias de la Organización Mundial de la Salud. Han presentado en radio y televisión a científicos, médicos, políticos para que orienten acerca de las medidas a tomar en esta pandemia. La televisión por suscripción ha incorporado contenidos educativos en estos tiempos

de cuarentena. Los medios cohesionan a la sociedad en estos momentos de crisis globalizada. Propaganda y publicidad han transmitido mensajes de solidaridad y de esperanza. Es una de las modalidades de reforzar el legado histórico y cultural de los pueblos.

10

Pienso en Charles Morris (1985) y en la función pragmática del signo. Somos animales humanos que significamos, expresamos y nos comunicamos con los demás. Las palabras son polisémicas. Pluralidad de significados abrevan de los entornos culturales. Para bien o para mal, las palabras determinan nuestra percepción del mundo. ¡Oye, me estás contagiando de risa! ¡Últimamente eres muy viral en las redes! Expresiones poco atinadas en circunstancias de epidemia mundial. Y lo digo por aquello de que los significados se piensan desde la cultura. El Covid-19 es habituarse a la cultura de pandemia. Los medios masivos repiten, incesablemente, las normas higiénicas para evitar el contagio. Muy informados estamos de la conducta de la peste. He leído un *Glosario del coronavirus y los términos que rodean al Covid-19*. Ya me aprendí el significado de estas palabras, decálogo de este *postmundo*: Antibióticos, Aplanar la curva, Coronavirus, Covid-19, Cuarentena, Curva de contagio, Enfermedades zoonóticas, Epidemia, Estado de alarma, Gel hidroalcohólico desinfectante, Gripe española, Incubación, Infodemia, Jabón, Mascarillas, MERS, Orthocoronavirinae, Paciente cero, Pangolín, Sars, Vacuna, Wuhan, Zoonosis. Palabras que nos ayudan a sobrevivir en el *Planeta Covid-19*. Palabras indeseadas que no quisiéramos escuchar nunca más. Querámoslo o no, Covid-19, cambió el curso de la historia política, cultural, económica y científica del mundo globalizado. ¿Pero habrá cambiado el hombre como tal? ¿La cuarentena habrá servido para que recapitemos sobre dilemas morales: el bien y el mal, la verdad y la mentira, el amor y el odio, el valor del conocimiento y lo peligroso de abrazar a la ignorancia como estilo de vida? ¿De esta hora más oscura de la humanidad, acontecerá un genuino renacimiento moral y espiritual a favor de un saludable convivir humano que respete el medio ambiente? Más sencillo y sin rodeos: ¿Seremos mejores seres humanos después del Covid-19? *That's Life* diría el *Joker*, Joaquín Phoenix.

11

La epidemia mundial afectó el funcionamiento de las instituciones sociales. La educación no escapa de ello. Esta frase se reitera en los artículos de prensa internacional. Por supuesto que es una sentencia universal irrefutable. No obstante, hay que objetar en las expresiones simplonas de los oportunistas de oficio. Anhelan “coronar” sus disparates, falsedades y profecías en el espacio público

cibernético. Ahora es que reparan que sin educación y comunicación no hay democracia, que las tecnologías no pueden resolver los problemas educativos de viejo cuño. Falta de hábito y pasión por la lectura. Deserción y violencia escolar. Infraestructura tecnológica limitada. Masificación estudiantil. Debilitamiento de los valores humanos primordiales.

12

Cierto es que Covid-19 puso al descubierto que no hay suficiente debate pedagógico sobre la educación *online*. Preguntas que no pueden quedar en el tintero educativo: ¿Cómo hacer para que las tecnologías de la información y de la comunicación estén al servicio de la educación? ¿Cómo hacer para que la educación no haga genuflexión ante el infocentrismo y tecnocentrismo? Trataré de responder a esta cuestión brevemente. Sin pedagogía la práctica educativa no tiene sentido. La pedagogía de la comunicación sólo será posible si reforzamos estos aspectos: Diálogo, problematización, contextualización, asociación de conceptos y aprendizaje significativo para la vida. Si no reparamos en estos asuntos de orden pedagógico, el hecho educativo deviene prescripción. Se desvaloriza la memoria. Se enfatiza entonces la memorización tipo “caletre”. Podemos ser virtuosos en el uso de las tecnologías, de sus aplicaciones y dispositivos. Pero si no aprendemos a pensar, es imposible una lectura comprensiva de la realidad, es absurdo que alberguemos la esperanza de sintonizarnos con la sociedad del conocimiento.

13

Antonio Pasquali asevera en *Comprender la Comunicación* (2007), que el optar por un modelo de comunicación e información supone una manera de interactuar con los demás. Comunicación es compartir el con saber. Información de calidad y veraz es esencial para tomar decisiones. Una clase que solo informa y niega el debate es una clase que se convierte en monólogo. El silencio acontece también cuando no podemos dar respuesta. Siendo así, la educación en línea no es en un solo sentido. No significa envío de documentos en *pdf* o en cualquier formato multimedia sin que exista acompañamiento del docente. Mensajes que se envían sin que se incentive el diálogo, es para evitar la discusión de las ideas.

14

Vigente como nunca la pedagogía de Paulo Freire. Su libro *La educación como práctica de la libertad* (1969), advierte lo que él denomina *educación bancaria*: docente siempre habla y estudiante

GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ

solo escucha. Se suspende hasta nuevo aviso la lectura crítica y el pensar constructivo. Hormigean las fórmulas rápidas, la cultura mosaico, los recetarios conceptuales para memorizar en modo automático, repetir sin comprender, repetir omitiendo la razón y su contexto global y local. En esta misma línea pedagógica, Mario Kaplún, en *Procesos educativos y canales de comunicación* (1998, p.12), brinda una reflexión vital sobre el uso humanizado de las tecnologías en la educación. Idea-perla de este insigne pedagogo uruguayo: “Desde una mirada tecnológica, no hay duda de que la conformación de este ciberespacio educativo, implica un espectacular avance. Pero desde una racionalidad pedagógica, ¿lo será también? ¿No estaremos ante la vieja educación bancaria tantas veces impugnada por Paulo Freire, sólo que en su moderna versión de cajero automático?”.

15

La pantalla de mi computadora me enceguece. Una estructura molecular gigante en forma de corona, ensamblado de proteínas y de membrana lipídica, me persigue. Quiere hacerse de mis pulmones. Asfixia. Solo es una pesadilla. ¿Qué certezas tengo hoy en mi vida? Escribo mi lista: Una pandemia mundial que estamos sufriendo. Devastación generalizada de los servicios públicos. El régimen miente y maquilla resultados acerca del impacto del coronavirus. Que la Academia de Ciencias Físicas, Matemáticas y Naturales de Venezuela recomienda quedarse en casa porque el virus coronará aún más entre junio y septiembre. Que el gobierno flexibilizará la crisis y habla de *normalidad vigilada* y toques de queda. Esta normalidad no es lo misma que vivir en la *nueva normalidad* pero en democracia. Que la educación y la comunicación no pueden guardar un metro de distancia a la libertad de expresión, derechos humanos y sociedad del conocimiento. Que hay que aplanar la curva de contagio de *fake news* sobre esta pandemia. Que hay que ponerse mascarilla ante la infodemia. No nos convierte en expertos de nada sobresaturase de información veraz o de contenidos falsos escoltados de rumores. Urge de preguntas genuinas, sin sesgos políticos e intereses crematísticos, que la ciencia pueda investigar. Que el conocimiento no debe traicionar la realidad y que esta realidad palpable no devenga pandemónium.

16

Por mucho tiempo el planeta estará signado por el Covid-19. El virus siempre será un mal recuerdo. Experiencia siniestra que no esperábamos en nuestra existencia y que puso en cuarentena nuestras seguridades y certezas arrogantes. Nunca tuvimos en la palma de la mano a la humanidad. Vulnerables somos y no lo entendemos. Hay que aprender a coexistir con la incertidumbre, dudas,

torbellinos internos. Conocer la verdad y doblar la mentira. Coexistir con la incertidumbre es contar con información veraz y tener el valor y la claridad moral para propiciar un cambio en nuestro entorno inmediato calado de apremiantes vicisitudes. El cambio debe comenzar con nosotros mismos. La coexistencia viene de adentro hacia afuera, se ejercita y no se decreta. Si esta pandemia ha de servir para que recapitemos genuinamente sobre el futuro inmediato de la humanidad, si este accidente mundial ha de servir para que atenuemos los errores cometidos en el pasado en todos los órdenes de la vida social y personal, entonces sea bienvenida.

Referencias bibliográficas

Aguirre, J.M. (2008). El fin de las industrias culturales. *Revista Comunicación*. 143. Centro Gumilla.

Benjamín, W. (1989). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Tauros.

Cadenas R. (1989). *En torno al lenguaje*. Universidad Central de Venezuela.

COVID-19: *Venezuela podría experimentar 4000 casos diarios a partir de junio, Mayo 12-2020.*

<https://www.derechos.org/ve/actualidad/covid-19-venezuela-podria-experimentar-4000-casos-diarios-a-partir-de-junio-4> Recuperado: 16-5-2020.

DRAE (2020).

<https://dle.rae.es/contagiar> (Recuperado: 16-5-2020)

<https://dle.rae.es/viral?m=form> (Recuperado: 16-5-2020)

<https://dle.rae.es/original?m=form> (Recuperado: 16-5-2020)

<https://dle.rae.es/original?m=form>, (Recuperado: 17-5-2020)

Ferrés J. (1994). *Televisión y educación*. Paidós.

Freire, P. (1969). *La educación como práctica de la libertad*. Tierra Nueva.

Fromm, E. (1976). *¿Tener o ser?* Fondo de Cultura Económica.

Hernández Díaz. G. (2019). *Hablemos de pedagogía digitales, redes sociales y cybermedios en la escuela*. UCAB.

Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.

Kaplún, M. (1998). Procesos educativos y canales de comunicación. *Revista Comunicación*. 103. Centro Gumilla.

Lazarsfeld, P. F. y Merton, R. K. (1977). *Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada*. Centro Editor de América Latina.

National Geographic España (2020).

https://www.nationalgeographic.com.es/ciencia/glosario-coronavirus-todos-terminos-que-rodean-covid-19_15314 (Recuperado: 16-5-2020)

Morris, C. (1985). *Fundamentos de la teoría de los signos*. Paidós.

Pasquali A. (2007). *Comprender la Comunicación*. Editorial Gedisa.

Prensky, Marc (2010). *Nativos e Inmigrantes Digitales*. Adaptación al castellano del texto original “Digital Natives, Digital Immigrants”. Editorial Distribuidora SEK, S.A.

PUBLIMETRO (2020): *Las 25 palabras más populares de Internet*
<https://publimetro.pe/actualidad/25-palabras-mas-populares-internet-19790-noticia/> Recuperado: 16-5-2020.

Rubiano Velandia, A. (2013). *Arte y falsificaciones: el mito de la originalidad*.

<http://bdigital.unal.edu.co/44863/1/1020712640.2013.pdf> (Recuperado: 17-5-2020).

Theodor, A. y Horkheimer, M. (1988). *La industria cultural. Iluminismo como mistificación de las masas*. Sudamericana.