



ARTÍCULOS

UTOPIA Y PRAXIS LATINOAMERICANA. AÑO: 25, n° EXTRA 8, 2020, pp. 216-230
REVISTA INTERNACIONAL DE FILOSOFÍA Y TEORÍA SOCIAL
CESA-FCES-UNIVERSIDAD DEL ZULIA. MARACAIBO-VENEZUELA
ISSN 1316-5216 / ISSN-e: 2477-9555

Era digital en tiempos de pandemia: educación, color, conocimiento y comunicación

Digital era in times of pandemic: education, color, knowledge and communication

Jeice HERNÁNDEZ

<http://orcid.org/0000-0002-1486-1333>

jdhermandezc@uvirtual.edu.co / jeiceh@gmail.com

Universidad Virtual Internacional, Colombia

Daniel TORRES ARDILA

<https://orcid.org/0000-0001-7531-6462>

daniel.torres@uvirtual.edu.co / danielortorresardila@gmail.com

Universidad Virtual Internacional, Colombia

Edwin CAMARGO

<https://orcid.org/0000-0002-6455-2803>

coordinacion.investigacion@uvirtual.edu.co

Universidad Virtual Internacional, Colombia

Este trabajo está depositado en Zenodo:

DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.4087421>

RESUMEN

Este trabajo se enfoca en las transformaciones sociales y los cambios en la comunicación del conocimiento en la era actual en tiempos de pandemia por el COVID-19, utilizando el color como elemento visualizador de los cambios sociales y tecnológicos, donde las imágenes y el mundo virtual se convierte en un elemento esencial de comunicación y transmisor de conocimiento. Con un enfoque cualitativo se trabaja desde una teoría crítica, desde el análisis de textos, imágenes y bases prácticas para evidenciar el efecto de la virtualidad como elemento transformador en el aprendizaje, comunicación y relación cromática de la sociedad en la actualidad.

Palabras clave: COVID-19, educación, color, conocimiento, comunicación.

ABSTRACT

This work focuses on social transformations and changes in the communication of knowledge in times of pandemic by COVID-19, using color as an example as a visualizing element of social and technological changes, where the images and the virtual world becomes essential for communication and knowledge. With a qualitative approach, we work from a critical theory by the analysis of texts, images and practical bases, to demonstrate the virtuality effect as a transforming element in learning, communication, knowing and color relationship with the society in the actuality.

Keywords: COVID-19, education, color, knowledge, communication.

Recibido: 28-07-2020 • Aceptado: 27-08-2020



INTRODUCCIÓN

En el marco de la llamada sociedad del conocimiento, es posible identificar diferentes análisis de las transformaciones sociales que se han dado a raíz del impacto de la globalización y de los cambios cada vez más acelerados en diferentes ámbitos. Como lo plantea Moravec¹ tres paradigmas sociales a los que llama sociedad 1.0, sociedad 2.0 y sociedad 3.0.

La sociedad 1.0 refleja las normas y prácticas que prevalecieron desde la sociedad preindustrial hasta la sociedad industrial. Por su parte, la sociedad 2.0 hace referencia a las enormes transformaciones sociales que están teniendo lugar en la sociedad actual y que encuentran su origen, principalmente, en el cambio tecnológico. Por último, la sociedad 3.0 alude a la sociedad de nuestro futuro más inmediato, para la que se pronostican enormes transformaciones producto del cambio tecnológico acelerado². Aunque esta categorización es correcta, lo que no contemplaba Moravec era el aceleramiento evolutivo que ocurrió desde el 3.0 al 4.0 o sociedad del conocimiento y la información, que es la que estamos viviendo en la actualidad. Todo se genera a partir de una cuarta revolución industrial que se origina precisamente a raíz de la cantidad de datos masivos y el fácil acceso a los mismos, donde los cambios sociales desde la virtualidad ya no están generados por la información sino por el servicio.

El cambio social generado por el Big Data se expandió a todos los ámbitos hasta el punto de considerar una sociedad totalmente diferente a partir de este, estamos enmarcados en la realidad de la cuarta revolución industrial donde las telecomunicaciones y su uso exponencial son una de sus principales características³ ya no se trata de pequeños avances científicos o técnicos que generan un desarrollo o cambio en la producción o la manera de generar conocimiento, en este caso, se trata de una revolución total donde estos dos cambios llegan al mismo tiempo para crear una nueva era digital.

A esto es necesario sumarle la situación actual: "La Organización Mundial de Salud informó la ocurrencia de casos de Infección Respiratoria Aguda Grave, IRAG, causada por un nuevo coronavirus, COVID-19, en Wuhan, China, desde la última semana de diciembre de 2019"⁴. Esta nueva variable hace que todo el panorama se transforme haciendo que el cambio social no solo esté dado desde los avances tecnológicos sino desde la situación sanitaria, la cual obliga a un uso y entendimiento de dichos avances de una manera mucho más acelerada.

La concepción de lo que conocemos cambia hasta tal punto que se comienzan a generar nuevas formas de interpretar el mundo, nombrar aquello que vemos e interactuar con lo que conocemos. A partir de enero -19 y con el uso del Big Data, se generan nuevos contenidos visuales que no solo informan sino de 2020, a raíz del COVID que transforman el conocimiento, la intención de la mayoría de estos era dar a conocer a la población del coronavirus que se estaba tomando al mundo, su origen, efectos y prevenciones, haciendo que el entendimiento de los mismos al afectar directamente a la sociedad se realice de una manera sensorial diferente⁵, por lo que la conceptualización y el acercamiento a estos elementos cambia al aprenderse de manera distinta, también los catalogamos y asimilamos desde otra perspectiva, logrando una idea y procesos de socialización inmersos dentro de estos nuevos conceptos y aprendizajes que inevitablemente crean una nueva visión y modo de relacionarnos con el mundo.

En la siguiente imagen se puede visualizar cómo ha aumentado el acceso a la información a través de los medios desde la aparición del COVID-19.

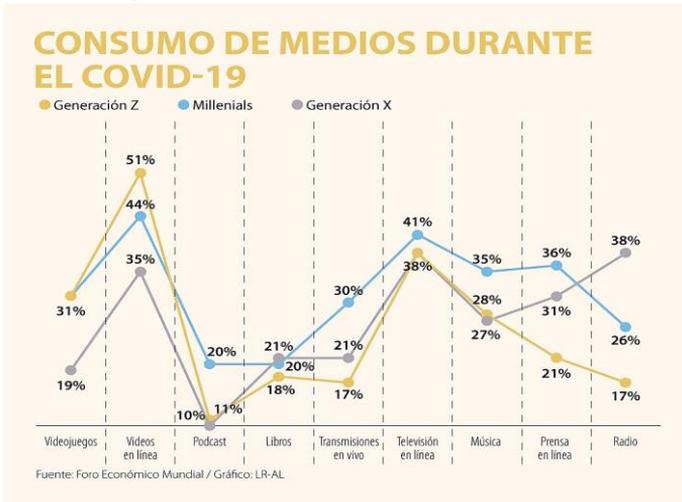
¹ Vid. COBO, CRISTOBAL. y MORAVEC, JOHN. (2011). Aprendizaje Invisible. Hacia una nueva ecología de la educación. Colección Transmedia XXI. Laboratori de Mitjans Interactius / Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona. Barcelona, p. 48.
² Ibid., p.48.

³ Vid. BECERRA, JAIRO., COTINO, LORENZO., LEÓN, IVONNE. P., SÁNCHEZ, MARCO., TORRES, JEISON., & VELANDIA, JHON. (2018). Derecho y big data. Bogotá: Editorial Universidad Católica de Colombia, p.177

⁴ MINSALUD (2020). Nuevo coronavirus (COVID-19) de China. ABECé Bogotá, Colombia. Recuperado de: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/ET/abece-coronavirus.pdf>, p. 1.

⁵ Téngase en cuenta que no es lo mismo la lectura de algo que puede o no afectarnos algo cuya probabilidad de infección es muy alta.

Figura 1. Consumo de medios durante el COVID-19⁶.



Ante la nueva situación generada por la COVID-19, no se puede negar la importancia de los medios de comunicación como elemento de interacción con el mundo y vehículos de conexión con la actualidad, el conocimiento y la información, son estos los que evidencian e informan de los cambios políticos, económicos y sociales que intentan solventar la crisis sanitaria, a partir de medidas que buscan el beneficio para la sociedad pero que también afectan de manera constante el crecimiento, entendimiento y desarrollo de la propia sociedad. Esta interacción mediática, en la mayoría de los casos, se presenta por medio de la virtualidad, enfatizando el uso de esta como elemento vital para la educación y el conocimiento en tiempos de crisis como el actual. En Colombia, al igual que en el resto de los países, esta situación se presenta como una gran cadena de acontecimientos que evidencia la poca preparación que se tenía para este tipo de escenarios; como primera medida, se establece el aislamiento social, el cual repercute en los sectores industrial, económico, educativo, cultural, político, religioso, etc. Esta decisión representó un gran cambio para la humanidad. La virtualidad deja de ser una herramienta para transformarse en la nueva realidad sociopolítica y cultural donde la comunicación y la información audiovisual y multimedia se convierten en las ventanas del mundo digital. Ahora la realidad es la virtualidad.

Un ejemplo de este efecto y cambio social lo abordaremos desde el color, que, aunque lo relacionamos directamente con nuestra sociedad, como un elemento básico de ella donde todo está sumido dentro de un contorno cromático, en realidad el cambio y la visualización del mismo a partir del Big Data y el COVID-19 logran no solo afectar nuestra conceptualización del color, como tal, sino también de la propia sociedad. Como bien lo menciona Pastoureau⁷ "cualquier historia del color, es sobre todo una historia de la sociedad". El uso del color, entendiéndolo desde una perspectiva digital en tiempos de pandemia, genera una nueva comunicación, una nueva manera de percibir y entender, que se acerca mucho más a la nueva conceptualización y manera de relacionarnos, conceptos e ideas necesarios para entender desde la virtualidad el origen y significado de las cosas. Si entendemos lo que sucede con un elemento social como el color en la actualidad, podremos trasladar este mismo entendimiento al resto de elementos que hacen parte

⁶ Fuente: Foro Económico Mundial, 2020. <https://www.larepublica.co/globoeconomia/asi-ha-cambiado-el-consumo-de-los-medios-a-causa-de-la-pandemia-2990412>

⁷ PASTOUREAU, MICHEL., & GLADDING, JODY. (2000). Blue: The history of a color. Princeton, New Jersey: Princeton University Press, p. 10.

de nuestra sociedad, acercándonos a la comprensión de sus cambios en relación con los acontecimientos actuales.

El objetivo de este trabajo se dirige, entonces, a mostrar esos cambios y evoluciones desde el comienzo de la sociedad del conocimiento hasta la virtualidad, planteando además cómo la virtualidad tiene una influencia importante en el cambio social en tiempos de pandemia COVID-19, desde una perspectiva comunicacional, enfocada al conocimiento y ejemplificada desde el uso y los cambios del color a través del tiempo, logrando desde el análisis y la comparación de conceptos proponer de manera práctica cómo el uso de las herramientas visuales⁸ es un elemento esencial en tiempos de crisis sanitaria para comunicar una idea a la sociedad. Se usa el color dentro de este trabajo para visualizar a modo de ejemplo el cambio de paradigma, conceptualización y lectura que se presenta a raíz de la virtualización en la actualidad.

Esta investigación se presenta desde un enfoque cualitativo y se trabaja desde una teoría crítica donde se involucra el análisis de textos, de imágenes y de resultados de trabajos prácticos centrados en los efectos del color y los cambios generados en la sociedad por la llamada cuarta revolución industrial y la aparición de la COVID-19, donde se propone para el desarrollo del mismo un diseño exploratorio con el cual se pueda identificar, por medio del análisis de la información que se presenta en este artículo a través de apartados específicos de cada uno de los temas que se proponen, el efecto de la virtualidad como elemento transformador en la actualidad, proponiendo finalmente el uso de la virtualidad en momentos de pandemia, no solo como un medio o herramienta para el funcionamiento de la sociedad sino como un elemento transformador de la misma, evidenciando un cambio de paradigma con respecto a la virtualidad, pasando a ser parte indisoluble de la sociedad.

LAS TRANSFORMACIONES SOCIALES

Uno de los rasgos característicos de la sociedad 1.0 entre el siglo XVII y finales del XIX fue la relación intergeneracional constante, es decir, la relación niño-adulto favorecía el aprendizaje mutuo en una economía caracterizada por la importancia de las empresas familiares en donde «aprender haciendo» se constituyó en un paradigma que se formalizó cuando el gobierno de los Estados Unidos, a finales del siglo XIX, impulsó el programa de desarrollo juvenil 4-H, que fue una iniciativa enfocada en el desarrollo de prácticas agrícolas, esta sociedad se caracterizó por la organización y el establecimiento de relaciones jerárquicas, organizaciones con estructuras que se podían comprender fácilmente, la falta de conexión entre las diferentes unidades o puestos de trabajo de las empresas, y por la interpretación de datos, lo que posteriormente llevaría a la sociedad de la información⁹.

Desde la perspectiva educativa, el sistema generaba los trabajadores que se requerían para una economía industrial, en donde se ofrecían mayores ventajas competitivas a quienes hacían parte del sistema educativo. La enseñanza estaba dirigida a crear buenos trabajadores obedientes y temerosos que sirvieran para laborar en las fábricas, por lo que todo el sistema se consolidó de esta manera, fortaleciendo desde la niñez este tipo de aprendizaje, en el que se debían cumplir y acatar órdenes.

Esta concepción del mundo se globalizó hasta tal punto que todos los elementos relacionados con la sociedad, desde lo político, social, cultural y artístico, se reestructuraron para este mismo fin; desde las artes se generan estrategias para adoctrinar a las personas mostrando a través de imágenes y escritos aquello que debía o no hacerse en la sociedad, usando todos los elementos trabajados desde ellas para este mismo fin. El color era uno de los elementos clave dentro de este adoctrinamiento, puesto que la sociedad ya tenía establecido una relación directa generada desde los comienzos de la humanidad, el uso de ciertos colores y

⁸ Donde se tendrá en cuenta el uso el color como ejemplo y eje para el manejo de las mismas, lo que no indica que se desconozcan otros elementos que intervienen en el lenguaje visual.

⁹ Vid. COBO, CRISTOBAL. y MORAVEC, JOHN. Op.cit., p.49

la relación con los mismos podía llegar a generar una reacción socio-cultural. Tal como lo plantea Ferrer¹⁰, los colores han sido una parte vital de la sociedad, ejerciendo como medio de comunicación e identificación de esta, pudiendo relacionar momentos históricos y sociales de la humanidad con el uso y permanencia de ciertos

Entonces, se establecieron ciertos usos cromáticos que no solo servían para describir un objeto sino para identificarlo dentro de la sociedad. En las artes, ciertos tonos estaban prohibidos, puesto que los cuadros debían permanecer en una gama específica establecida para que todo aquel que lo viera pudiese identificar ciertos códigos sociales y religiosos que marcaban la época.

La sociedad 2.0 se crea a raíz de la sociedad del conocimiento, el desarrollo de las tecnologías de la información y las comunicaciones creó las condiciones para la construcción social de significados. Las TIC permitieron compartir ideas y generar nuevas interpretaciones de la realidad, particularmente a través del uso de las redes sociales, haciendo necesario la presencia de personas especializadas en las TIC para el manejo de las mismas. Este avance generó a su vez una brecha entre aquellos que manejaban o no las tecnologías, la cual fue en aumento, ya que las tecnologías no estaban dispuestas para todo el mundo, solo unos pocos afortunados manejaban y conocían realmente de ella. Este manejo tecnológico de unos pocos hizo que la sociedad se dividiera entre aquellos que manejaban las TIC y quiénes no.

Sin embargo, esta brecha no permaneció durante mucho tiempo, a partir de los avances tecnológicos la obtención de información dejó de estar restringida a espacios específicos y pasó a espacios privados donde cada persona, si lo deseaba, podía acceder a ella desde su casa; igualmente, esto repercutió en la sociedad, ya no se trataba de ir a la información, sino que esta venía con un simple clic en el computador. Esto hizo que se generara un gran cambio en la visualización de la comunicación. Las imágenes tomaron una relevancia sin precedentes desde la aparición de la fotografía, todo se comenzaba a traducir en imágenes, entonces, el color volvió a tomar relevancia, como parte expresiva de la imagen este signo plástico comenzó a tener una alta significación para los medios, especialmente la publicidad, se comenzó entonces a vivir una saturación de imágenes donde el color era el elemento principal, explotado desde la psicología del color, que actuaba como un identificador y seductor de la mirada para llamar mucho más la atención. El problema que surge en este caso, desde el color, es que al mirarlo desde un solo punto de vista psicológico, se pierden otras características que indefectiblemente permanecen e influyen la lectura de este.

Esta cantidad de información termina traducéndose en desinformación, donde la profesionalidad marcaba la diferencia porque solo un profesional era capaz de generar contenidos impactantes.

La sociedad 3.0 está caracterizada por el cambio tecnológico constante que repercute al mismo tiempo en un cambio social. En este contexto, la capacidad del ser humano para conocer el mundo puede ser entendida como:

Un constante diálogo entre la tecnología y la cultura, consciente de que los avances en la velocidad y volúmenes informativos generan una revolución en las dimensiones del tiempo y el espacio, lo que genera una nueva secuencialidad en los acontecimientos, instantaneidad que implica el sentido de caducidad y obsolescencia que caracteriza la sociedad actual (Cantero: 2018, p. 40).

La generación 3.0 se caracteriza por poder generar contenidos, lo que no supone saber generarlos o generarlos de manera responsable o correcta. La cantidad de contenido basura comienza a invadir los espacios físicos y virtuales generándose una conexión y relación de contenido sin sentido, el color, como otros elementos visuales, está al servicio del creador de contenidos que, en este caso, puede ser cualquier persona, el acceso a la información y a los dispositivos prácticos genera no solo un cambio de pensamiento social sino de comunicación social, las imágenes se vuelven todo, las redes sociales lo son todo, la sociedad se virtualiza y se siente «conectada» a través de internet. ¿El color?, un elemento más dentro de las

¹⁰ FERRER, EULALIO. (1999). Los lenguajes del color. México, Fondo de Cultura Económica, p.21.

imágenes, lo que importa es la expresión, el sentido o significado de cada uno de los componentes se desvanecen ante la propia expresión de la imagen en su totalidad, que debe ser lo suficientemente llamativa para generar seguidores y atraer a los que la miran.

Se cambian entonces los valores de lectura. Desde el color, por ejemplo, donde antes era valorado como signo - plástico¹¹ se pasa a una valoración de significado donde el fuerte estaba en poder, de manera indirecta, vender una idea, ahora, sin embargo, la expresividad o forma se vuelve esencial; esta es la que atrae la mirada para poder robar un poco de atención.

Una consecuencia de estos cambios acelerados es la dificultad cada vez mayor de predecir y entender la virtualidad que a su vez que se generan cambios sociales. En palabras de Cantero¹² “un vertiginoso cambio de la vida en comunidad que modifica los roles, una revolución en las tecnologías de información y comunicación que altera las relaciones témporo-espaciales”. Podemos afirmar que se plantean cambios importantes desde lo ético y lo estético en la sociedad.

En la cuarta revolución industrial, las cosas no se estabilizan del todo, vuelve a cambiar el paradigma y se pasa de generar contenido a tener la posibilidad de manipularlo y publicarlo, ya todos podemos hacer lo mismo que un profesional, los avances tecnológicos suplen ciertos conocimientos necesarios para la realización de contenidos y visualización de los mismos. La nueva generación no necesita aprender sino simplemente operar bien las herramientas.

Estamos entrando en una nueva brecha menos evidente pero más profunda, donde se encuentran la sociedad de la información y la del pensamiento sumidas dentro de un espacio virtual donde todo es posible y donde todos tenemos la posibilidad de estar conectados, lo que le da otra perspectiva al concepto de globalización, comunicación, conocimiento e interacción a nivel mundial. Surge entonces el afán científico para demostrar que es y sigue siendo valioso ante aquellos que técnicamente pueden generar el mismo resultado, argumentando que aparentemente puede parecer igual, pero la diferencia está en el contenido, creando así una vanguardia del conocimiento, impulsada desde la virtualidad y que se mueve a nivel mundial.

Esto genera que países como Colombia comiencen a establecer nuevas estrategias para fortalecer la investigación e incentivar el desarrollo de la misma, siguiendo modelos tanto europeos como estadounidenses, desde el propio gobierno se presentan directrices que se enfocan en la promoción y fortalecimiento del pensamiento científico: se fortalecen entonces las herramientas virtuales y el profesional en la investigación y el conocimiento; la sociedad comienza a virar y a enfocarse en el ámbito científico, creativo y profesional desde la investigación y generación de contenido centrado en el análisis y en los procesos intelectuales que «aseguran» la creación de un contenido confiable dentro de este mar de contenidos constantes. Un ejemplo de este cambio de pensamiento es la transformación de Colciencias¹³ por medio de la Ley 1951 de 2019, por la cual se crea el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación, y se fortalece el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación.

Los estudios sobre el color comienzan a emerger, ya no se trata de entenderlo desde un plano lingüístico, social, físico, científico, psicológico o artístico, se trata de investigar todo lo que estos «planos» generan, pudiendo profundizar en el tema, la concepción del mismo está basada desde una perspectiva mucho más sensorial donde su significado es relacionado y concebido como la suma de diferentes significados que son interpretados o leídos según las relaciones textuales e intertextuales¹⁴, por lo tanto, la virtualidad implica nuevas lecturas que afectan la comprensión de la información visual e interactiva. Aparecen entonces nuevas formas de ver, leer, interpretar y crear, la sociedad de la información y el conocimiento se ve impulsada desde

¹¹ Es importante precisar que se considera signo-plástico aquel que está compuesto por contenido y forma, y hace parte de las características expresivas e la imagen.

¹² CANTERO, C. (2018). Sociedad digital: Razón y emoción, Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com> , p.30.

¹³ Esta sigla se estableció para denominar al Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación.

¹⁴ HERNÁNDEZ, JEICE. (2020). La transversalidad del color y su papel comunicador en las imágenes visuales, de la literatura a la imagen actual del cuento clásico Blancanieves. KEPES, 17 (21), 171-194. DOI: 10.17151/kepes.2020.17.21.7

la virtualidad, generando un cambio social que apunta a una evolución acelerada de cambios, la adaptación y la resiliencia.

Dentro de esta cuarta revolución, a finales de 2019 aparece la COVID-19, que se extiende a todo el mundo y en cuestión de meses deja de ser un problema local para convertirse en una pandemia mundial de la cual no se tienen precedentes.

Esta problemática sanitaria afecta todo lo que conocemos hasta el momento como sociedad, debilitando diferentes frentes políticos, sociales culturales y económicos, repercutiendo en la educación, el conocimiento y la información, no solo por los contenidos sino por la forma de estar comunicados.

La virtualidad se convierte entonces en la nueva realidad, desde allí se crea una nueva sociedad que debe generar desde la misma virtualidad sus contenidos, que no obedece a las reglas habituales de realidades análogas y que crece como un nuevo mundo donde se desarrollan a manera de juego de rol, múltiples acciones simultáneas, donde nos convertimos en ciudadanos digitales de una realidad donde nos adaptamos y «navegamos» o nos ahogamos en el intento. “En las comunicaciones de masas, este procedimiento [la virtualización] adquiere fuerza de realidad: la realidad queda abolida, se volatiliza a favor de esta neo-realidad del modelo, materializada por el medio mismo”¹⁵.

Se plantea entonces una sociedad inmersa en la virtualidad donde a pesar de que sus mecanismos se parecen a los de la realidad análoga, en verdad son totalmente diferentes, la manera de entender, comprender y aprender se transforma para buscar su propia identidad virtual, el cambio de paradigma en la enseñanza y los modos de aprendizaje como respuesta no solo a la nueva sociedad sino a los acontecimientos que ésta en enfrenta como a la COVID-19 son inminentes y necesarios:

Los efectos presentes de la crisis sobre la educación superior son fácilmente documentables, pero aquellos que dejarán huella en los distintos actores a medio y a largo plazo resultan más sujetos a debate. En el caso de los estudiantes, el impacto más inmediato ha sido, obviamente, el cese temporal de las actividades presenciales de las IES, que ha dejado a los estudiantes, particularmente a los de pregrado y a los que están por finalizar la secundaria superior y aspiran a ingresar a la educación superior, en una situación totalmente nueva¹⁶.

Se hace necesario no solo formar una generación que se adapte y se fortalezca en el entendimiento y la creación de contenidos intelectuales digitales, sino que, además, sea capaz de diferenciar entre aquellos contenidos que sirven y los que no, mejor aún, de diferenciar entre aquellos que son falsos y los que brindan un contenido veraz; lo que representa un reto desde la virtualidad. Ya no solo se trata de dar información o generar contenidos, sino de desarrollar las capacidades críticas y creativas frente a los medios de comunicación, visuales y escritos, para distinguir y discernir entre tanta información, el manejo de datos masivos y la lectura de elementos visuales¹⁷ que brinda la virtualidad, conlleva consigo la responsabilidad de saber entenderlos. En la situación actual y a raíz de la pandemia, este proceso no se pudo dar de manera natural, por lo que se presentó como una ruptura de la cotidianidad y se convirtió en el nuevo día a día de la sociedad. No se trata de mirar la virtualidad como una herramienta sino como una forma de vida. Esta nueva visión dada por la COVID-19 no va a cambiar rápidamente, lo que implica una adaptación y transformación social para muchos y un mundo nuevo para los que crecen en ella.

¹⁵ BAUDRILLARD, JEAN. (1978). Cultura y simulacro. Trad. Pedro Rovira. Barcelona: Kairos, p.210.

¹⁶ UNESCO 2020. COVID-19 y educación superior: De los efectos inmediatos al día después. 13 de mayo 2020. Descargado de: <http://www.iesalc.unesco.org/wp-content/uploads/2020/05/COVID-19-ES-130520.pdf> , p.9

¹⁷ Entre los que se encuentra el color.

EDUCACIÓN Y SOCIEDAD DIGITAL

Las transformaciones de las sociedades generan un cambio en la forma de pensar los procesos educativos, a partir de lo cual surgen planteamientos pedagógicos que consideran estas nuevas características de la sociedad. En la sociedad actual, estos procesos se ven afectados por la virtualidad, donde la educación, opinión y comunicación están fuertemente influenciadas por las imágenes.

En 2010, Prensky¹⁸ propuso un modelo de pedagogía innovador “en el que los estudiantes, nativos digitales, se especializan en la búsqueda y presentación de contenidos a través de las tecnologías, y los profesores, inmigrantes digitales, guían a los estudiantes, les proporcionan preguntas y contextos y diseñan su proceso de aprendizaje a través de la coasociación”. Este planteamiento ajusta los roles de estudiantes y profesores, considerando las condiciones particulares de la era digital. En este sentido, la transformación de los modelos educativos, la innovación educativa y la transformación de las prácticas pedagógicas deben pensarse en el marco de una sociedad digital.

La situación generada por la COVID-19 hizo más visible y necesario este ajuste en los roles de los estudiantes y profesores, transformando las prácticas pedagógicas para un nuevo escenario educativo: el trabajo académico desde casa, que fue la estrategia planteada por el Ministerio de Educación Nacional de Colombia “para garantizar a las niñas, niños y jóvenes el servicio educativo durante la emergencia sanitaria desencadenada por la COVID-19”¹⁹.

Esto ha implicado grandes transformaciones, como la identificación de canales de comunicación clave para facilitar la interacción en el proceso educativo, la flexibilidad y adaptación de los planes de estudio, el ajuste de prácticas que incorporen recursos digitales que se integren con otros recursos físicos y el papel de la familia como apoyo fundamental a estas nuevas condiciones de los estudiantes, además del seguimiento y la participación en los procesos formativos a través de mediaciones tecnológicas²⁰. Sin lugar a duda, en este nuevo contexto de emergencia sanitaria, las tecnologías de la información y la comunicación como mediadoras en los procesos educativos han tenido un protagonismo nunca visto, lo que ha contribuido a fortalecer y hacer más visibles aquellas perspectivas que plantean una sociedad cada vez más digital, donde la mediación tecnológica se hace cada vez más necesaria.

En este contexto, el consumo de contenidos digitales se incrementa exponencialmente, el video, la imagen y el color cobran cada vez mayor relevancia en la forma como las generaciones jóvenes se acercan y comprenden la realidad. Además, las tecnologías de la información y las comunicaciones definen la manera en que se establecen las relaciones entre las personas y las interacciones con el conocimiento.

La sociedad digital plantea una nueva forma de ver la tecnología, particularmente por la disponibilidad masiva de las herramientas web 2.0, que permiten explorar diferentes formas de comunicación, interacción, construcción compartida de conocimiento y desarrollo de proyectos globales en diferentes áreas del conocimiento, en donde interactúan tanto científicos, jóvenes expertos en tecnología y grupos que se constituyen a partir de un interés común.

La tecnología, en palabras de Prensky²¹, “(...) es más bien una ampliación de nuestro cerebro, es una nueva forma de pensamiento. Es la solución que los humanos hemos creado para manejar este difícil contexto nuevo de variabilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad”. Justamente, en las nuevas condiciones de aislamiento social, que ha planteado de manera repentina un panorama incierto y complejo, la tecnología ha tenido un papel transformador de la vida cotidiana, laboral y educativa de las personas, al

¹⁸ PRENSKY, MARC. (2015). El mundo necesita un nuevo currículo. España: Ediciones SM, p.10.

¹⁹ MEN. (2020). Lineamientos para la prestación del servicio de educación en casa y en presencialidad bajo el esquema de alternancia y la implementación de prácticas de bioseguridad en la comunidad educativa. Ministerio de Educación Nacional Recuperado de https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-399094_recurso_1.pdf, p.12

²⁰ Ibid, p.13.

²¹ PRENSKY, MARC. Op.cit., p.36

permitir incorporar nuevas prácticas mediadas por la tecnología y un acercamiento a la realidad desde una perspectiva virtual.

Para la educación virtual y para la educación mediada por las tecnologías, esto plantea el reto de crear escenarios de aprendizaje interesantes, retadores e innovadores, vinculados con la vida real y que promuevan una forma distinta de relacionarse con la tecnología y con el conocimiento. Donde la tecnología se vuelve además herramienta de aprendizaje, comunicación y conocimiento, “logrando a través de los medios electrónicos, que los sujetos «alumnos y ciudadanía» asimilaran y entendieran los conocimientos”²²

Según el reporte *Growing a Digital Social Innovation Ecosystem for Europe*, la innovación social digital se define como “un tipo de innovación social y colaborativa en la cual los innovadores, los usuarios y las comunidades colaboran usando tecnologías digitales para cocrear conocimiento y soluciones de un amplio rango de necesidades sociales y a una escala y velocidad que eran inimaginable antes del surgimiento de Internet”²³.

La sociedad digital, vista desde esta perspectiva, trasciende algunos conceptos que se centran en el uso de las tecnologías y hace énfasis en los propósitos que se plantean frente a dichos usos. En este sentido, y tal como se plantea en el reporte de la Unión Europea, la innovación es un elemento inherente a la sociedad digital, en donde la cocreación de conocimiento para encontrar soluciones a necesidades sociales se constituye en el eje central.

En este contexto, se plantean desafíos importantes para la educación, desde pensar en los conocimientos y habilidades particulares de quienes hacen parte de la sociedad digital, diseñar nuevas formas para establecer relaciones con el conocimiento y los medios a través de los cuales se comunica, hasta pensar los nuevos formatos y contenidos digitales que representarán la realidad a través de la imagen y el color. Como lo plantea Becerra²⁴ en este contexto el papel de los Prestadores de Servicios de Telecomunicaciones – PST juegan un papel fundamental del cual se deriva una responsabilidad de carácter jurídico. Esta responsabilidad a sí mismo, podemos afirmar que trasciende a la sociedad haciéndolos partícipes de estos cambios y, por ende, las redes que intermedian para ser posible la realidad a través de los mensajes visuales.

En relación con lo anterior, en la sociedad 3.0 surge el profesional capaz de interactuar desde cualquier lugar, con capacidades creativas e innovadoras que puede resolver y enfrentarse a casi cualquier situación. Podría decirse que es el resultado de las exigencias de la sociedad digital.

El profesional digital debe ser capaz de discernir, desde un punto de vista crítico y lógico, qué tipo de información es la correcta para sus necesidades, este elemento es crucial a la hora de entender este tipo de profesional como un factor de creación e innovación dentro de la sociedad, pues el riesgo que se corre desde la cuarta revolución está ligado a la generación de contenidos sin contenido o, peor aún, de contenido erróneo, haciendo que la sociedad digital caiga en un vacío de «ignorancia» provocada por la información recibida. A esto se refería Sartori²⁵ cuando planteaba que la información dada por las imágenes genera una brecha con la simbología, que es un elemento fundamental para la evolución del hombre. Según el autor, el lenguaje simbólico constituía la esencia del pensamiento alimentado por la lectura y el análisis de elementos no «visuales», donde la imagen no sustituía al lenguaje, sin embargo, a partir de la entrada de las imágenes a través de la televisión, la lectura, el análisis y la forma del aprendizaje cambia, ya no se realiza un proceso a raíz de un lenguaje simbólico sino que las imágenes lo dicen todo, haciendo que el hombre sea un mero espectador que se anula en pensamiento para ceder a lo que diga la imagen.

²² BECERRA, JAIRO., HERNÁNDEZ, JEICE, PEREZ, NELSON. (2019). Enseñando la ley de transparencia y acceso a la información pública con la ayúa de recursos electrónicos, en La docencia del derecho en la sociedad digital. Barcelona: Editorial HUYGENS, P. 333.

²³ EUROPEAN UNION. (2015). *Growing a Digital Social Innovation Ecosystem for Europe*. Recuperado de <https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/dsireport.pdf>

²⁴ Vid. BECERRA, JAIRO. (2016). La relación de responsabilidad entre el Estado y los proveedores de servicios de telecomunicaciones. *Revista Prolegómenos Derechos y Valores*, 19,37,57-66. DOI:<http://dx.doi.org/10.18359/prole.1679>

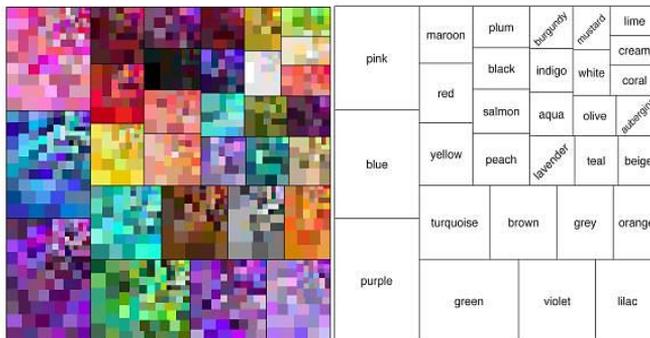
²⁵ Vid. SARTORI, GIOVANNI. (1998). *Homo videns: Sociedad teledirigida*. Trad. Ana Díaz Soler. Buenos Aires: Taurus.

Como consecuencia, el telespectador es más un animal vidente que un animal simbólico. Para él las cosas representadas en imágenes cuentan y pesan más que las cosas dichas con palabras. Y esto es un cambio radical de dirección, porque mientras que la capacidad simbólica distancia al homosapiens del animal, el hecho de ver lo acerca a sus capacidades ancestrales, al género al que pertenece la especie del Homosapiens (Sartori: 1998, p.27).

Aunque el autor hace este planteamiento centrado en la televisión, este mismo concepto lo podemos pasar a la virtualidad, la cual está manejada a través de las imágenes y del lenguaje visual, donde el propio medio maneja un lenguaje simbólico diferente al que estábamos acostumbrados, haciendo que pensemos de diferente manera y, por lo tanto, generando una nueva sociedad de pensamiento que no comprende de la misma forma que la anterior, esta nueva sociedad digital maneja otros términos y estructuras de lectura, creación y entendimiento, lo que hace necesario comprender estos nuevos códigos para comunicarse con ella de manera correcta, evitando así mensajes erróneos o lecturas equívocas que pueden diluir mensajes claves para la propia sociedad, haciendo que se pierda en ideas sin valor, centradas en el ocio que finalmente devuelven, como lo plantea Sartori, al ser humano a su forma más arcaica.

Desde el color se genera entonces una nueva forma de percibirlo, la lectura y simbología del mismo cambia a raíz de la virtualidad, haciendo que los términos que los definen, que comúnmente asociamos con el tono, la saturación y la luminosidad, tengan un tipo de lectura diferente, la sociedad digital lee y entiende el color desde su propio medio y aunque muchos autores como Chatman²⁶ podrían decir que el medio traducido a la forma de visualización no afecta el concepto, en este caso sí lo hace, ya que la virtualización no solo se plantea como un medio, sino como un espacio real-virtual donde se desarrolla una sociedad desde todos sus aspectos. Por lo tanto, el color sí cambia cuando nos referimos al que está inmerso en la era de la información y virtualización. En un estudio reciente, Mylonas, Purver, Sadrzadeh, Macdonald y Griffin²⁷ plantean que los términos del color en la era del Big Data no obedecen a estímulos visuales, la asignación de nombres de colores a espacios de color perceptualmente uniformes no refleja las distribuciones de colores del lenguaje natural, en su estudio de color, los autores muestran cómo una misma palabra puede definir múltiples colores que son asociados por su cercanía cromática.

Figura 2. Mapa de árbol asociado con el tamaño de las categorías de color en el color en línea experimento de nomenclatura: muestras de color (izquierda) de cada nombre de color; (derecha) nombre del color.28



²⁶ CHATMAN, SEYMUR. (1980). *Story and Discourse*. Cornell University Press, Ithaca and London.

²⁷ MYLONAS, DIMITRIS., PURVER, MATTHEW., SADRZADEH, MEHRNOOSH., MACDONALD, LINDSAY & GRIFFIN, LEWIS. (2019). *The Use of English Colour Terms in Big Data*. Recuperado 23 octubre, 2019, de https://www.academia.edu/12910994/The_Use_of_English_Colour_Terms_in_Big_Data .p.1.

²⁸ *Ibid*, p.5.

La percepción digital del color restringe muchos de los significados que son dados desde una visión sensorial que, según St. Clair²⁹, está dada por la relación y experiencia directa con estos colores. Y es acá donde se presenta la brecha de entendimiento del color con relación a la era digital, ya que la interacción cromática se presenta desde una pantalla haciendo que nuestra experiencia sea filtrada de antemano por el medio, dándonos una visión plana del mismo, repercutiendo en nuestra percepción, entendimiento y lectura al verlo: Al ver el cielo o el mar en una imagen digital, a no ser que la diferencia tonal entre ellos sea realmente relevante, nuestra lectura virtual la cual estaría ya limitada por nuestra experiencia del propio medio será la de una tonalidad azul, así entendamos que los dos no son exactamente el mismo azul, para nuestra lectura y percepción entran dentro de una misma categorización que no hace más sino restringir las posibles nomenclaturas y, por lo tanto, significados directos de cada uno de los tonos adyacentes³⁰. Esto puede representar un problema solo si se es consciente del poder narrativo del color y de la influencia semiótica del mismo dentro de la imagen, donde dependiendo del uso cromático de los datos se presenta nuestra interpretación y percepción de estos.

Esto, llevado a la información recibida a raíz del COVID-19, puede generar un mayor entendimiento del tema o una confusión del mismo, nunca será lo mismo relacionar la imagen del virus con un color rojo sangre que con uno Carmín, la diferencia en cuanto a la percepción del mismo podría ser abismal en lo que se refiere a lectura de peligro y prevención, sin embargo, al margen de las características que vemos en él, desde el concepto digital terminaría siendo Rojo y un Índigo, Azul, esto conlleva a una alfabetización cromática dada desde la misma virtualidad y que limita la comprensión de las imágenes que nos rodean, informan y enseñan.

GENERACIÓN Y DIFUSIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA SOCIEDAD DIGITAL

Las nuevas formas de construcción y difusión del conocimiento están ligadas a los nuevos formatos que ofrecen las tecnologías de la información y la comunicación, como las imágenes digitales, los simuladores, los modelos en tres dimensiones y las narrativas transmedia, que se desarrollan dentro de una cultura conformada por “colectivos dinámicos e inmersos en contextos sociales cambiantes”³¹. La sociedad 3.0 está organizada en redes que se construyen a partir de intereses diversos, incluidos los científicos y los técnicos, con un enorme potencial para compartir y comunicar conocimiento. En este contexto, la comunicación del conocimiento científico es dinámica y tiene el reto de adecuarse a las condiciones cambiantes de la sociedad digital.

Es evidente que las características de la sociedad 3.0 abre innumerables posibilidades para la utilización de elementos visuales que luego pasan a la 4.0, tanto en la producción como en la difusión de conocimiento científico, sin embargo, esta ha sido una práctica común desde hace siglos, pues la representación del conocimiento, bien sea gráfica o a través de modelos, se ha utilizado con claros fines creativos y comunicativos, particularmente por quienes han tenido interés en divulgar los resultados de sus proyectos de investigación, incluso más allá de una comunidad científica.

El reto que se plantea para la sociedad digital actual en tiempos de pandemia va más allá de la comunicación del conocimiento científico, se trata de configurar nuevas formas de relacionarse con el conocimiento, construirlo conjuntamente y generar espacios virtuales para compartirlo, desarrollar una actitud crítica frente al conocimiento, crear redes que permitan impulsar la transformación social y cultural, plantear estrategias para vincularlo de manera efectiva en el ámbito educativo e incorporar los diferentes medios para

²⁹ Vid. ST. CLAIR, KASSIA. (2017). *The secret lives of color*. New York: Penguin books.

³⁰ En este caso particular se crearía un acercamiento por la realicen de adyacentes, al azul.

³¹ LÓPEZ, CANTOS. (2018). *Cultura visual y conocimiento científico: Comunicación transmedia de la ciencia en la era big data*. Recuperado de <http://ebookcentral.proquest.com>, p.53 .

su generación y difusión, particularmente en una era en la que el conocimiento y las TIC son la base fundamental para el desarrollo.

Parafraseando a Otálora y Hernández³², para llevar una idea de un ámbito a otro, el uso de la eficacia simbólica abre las posibilidades de llevar un mensaje concreto a un medio más abstracto que no se rige por las mismas leyes del medio original, y así poder llegar a los individuos de otras culturas de una manera más sensorial, usando elementos de su imaginario, nociones y relaciones desde un concepto sacado de un ámbito específico para pasarlo a otro mucho más visual o artístico. Aunque esta reflexión se plantea a raíz de querer pasar una idea desde el ámbito jurídico al artístico, podemos aplicarlo a la virtualidad, entendiendo que el uso de relaciones y el acercamiento a lo simbólico expresivo se da de una manera totalmente diferentes que genera conexiones nuevas basadas en las existentes y que ayudan a transmitir una idea manejada y entendida desde el propio medio.

Esta nueva forma de relación y entendimiento basada en el medio es la que se plantea para llegar a establecer la correcta enseñanza y comunicación de ideas, ya no solo a través del color sino a través de los elementos visuales que hacen parte de la virtualidad, pudiendo entonces «filtrar» los mensajes de manera correcta, para no caer en un retroceso dentro de la misma evolución social, la cual, unida a la situación actual, no representaría ningún beneficio para la sociedad.

Como se había planteado, el COVID-19 introdujo cambios importantes no solo a una realidad análoga que debe pasar a la virtualidad, sino cambios a la propia virtualidad para poder responder a las necesidades planteadas desde la pandemia, lo cual se puede evidenciar, como se plantea en este escrito, en el campo de la educación y su efecto en la misma. Dentro de este campo entra igualmente el color, en realidad, al hablar de imágenes estamos considerando el color como parte de ellas, aunque estas sean en blanco y negro, que no son considerados colores del espectro sino como tonos al hablar desde una percepción plástica que es la que se aplica a las imágenes.

Desde esta perspectiva en el caso de la información relacionada con el COVID-19, en su mayoría está relacionada con tonalidades azules o rojas que, según lo presentado en este artículo, reduciremos a los conceptos básicos de azul y rojo, acercándonos a pensar directamente en emergencia si se mide desde el rojo, y al ambiente sanitario si se hace desde el azul. Estas relaciones directas hacen que nuestra lectura se centre en estos dos significados y a pesar de que los otros existan como podrían ser el rojo-pasión o azul-tranquilidad, estos pasan a un segundo plano. Esta lectura cromática debido a la situación sanitaria no afecta directamente a las imágenes, sin embargo, sí influencia de forma directa nuestra manera de percibir las por la situación actual.

Esto se replica de manera similar a todo lo relacionado con la virtualidad y el COVID-19, nuestra percepción de la realidad cambia haciendo que existan conexiones diferentes creadas no solo por la situación sanitaria sino por el uso de la propia virtualidad, haciendo que se generen nuevas lecturas, nuevos significados, que transforman nuestra percepción de la realidad. Las opciones se reducen básicamente a dos: la adaptación y la concepción de una nueva sociedad.

CONCLUSIONES

La sociedad actual, inmersa en la virtualidad y el Big Data, tiene como reto principal entender la propia sociedad desde el medio, no desde lo análogo-real sino desde lo virtual-real, donde se desarrollan nos solo avances sociales sino una sociedad entera donde todo es diferente, las concepciones políticas, sociales y culturales deben ser leídas, enseñadas y aprendidas desde la misma virtualidad, para poder asumir los cambios que se presentan de una manera natural desde el mismo medio. Solo así esta nueva sociedad podrá

³² Vid. OTÁLORA, KATEHERINE., & HERNÁNDEZ, JEICE. (2018). Arte y derecho: de la palabra del pūchipū'ui a la imagen. *Novum Jus: Revista Especializada en Sociología Jurídica y política*, 12(1), 221-244

evolucionar en sí misma sin depender de lo antes trazado y podrá adaptarse de manera mucho más rápida a las eventualidades para así poder tomar las medidas que cada situación lo requiera.

Desde el ámbito del conocimiento, aprendizaje y educación es importante tener en cuenta que no se trata solo de contenido sino también de forma, el medio influencia en gran medida los contenidos, restringiendo o aplicando ideas en los mismos, haciendo que la lectura y entendimiento de los mensajes se comprendan de manera diferente, al igual que con las imágenes estas lecturas crean no solo una asociación de conceptos sino una conexión de comportamientos y maneras de relacionarnos con lo que conocemos.

La COVID-19 introdujo cambios importantes no solo a una realidad análoga que debe pasar a la virtualidad, sino, cambios a la propia virtualidad. Para poder responder a las necesidades planteadas desde la pandemia, lo cual se puede evidenciar en el campo de la educación y en los cambios de pequeñas conexiones como las que podemos experimentar con el color. No es de extrañar que nuestra visión del color cambie después de la COVID -19 y que nuestras referencias cromáticas se reduzcan en este momento a aquellas que hemos venido trabajando desde la virtualidad de manera intensiva durante estos meses ya que nuestra relación cromática depende en gran parte de la interacción y conexión social.

Es importante entender que la comunicación desde la virtualidad se presenta de manera convergente donde el recipiente y filtro de la misma es la propia virtualidad, nuestra forma de entenderla e interactuar con ella, hace que sus contenidos sean recibidos y entendidos de diferentes maneras. La COVID-19 se encargó de evidenciar nuestra relación con el mundo digital, la adaptación, entendimiento, discernimiento y pensamiento crítico se hacen totalmente necesarios, para poder entender el mensaje que se pretende enviar, el poder entender este medio como un lenguaje es necesario para ser parte creativa y desarrolladora del mismo.

BIBLIOGRAFIA

BAUDRILLARD, J. (1978). *Cultura y simulacro*. Trad. Pedro Rovira. Barcelona: Kairos.

BECERRA, J. (2016). La relación de responsabilidad entre el Estado y los proveedores de servicios de telecomunicaciones. *Revista Prolegómenos Derechos y Valores*, 19,37,57-66.
DOI:<http://dx.doi.org/10.18359/prole.1679>

BECERRA, J., COTINO, L., LEÓN, I. P., SÁNCHEZ, M., TORRES, J., & VELANDIA, J. (2018). *Derecho y big data*. Bogotá: Editorial Universidad Católica de Colombia.

BECERRA, J., HERNÁNDEZ, J, PEREZ, N. (2019). Enseñando la ley de transparencia y acceso a la información pública con la ayúa de recursos electrónicos, en *La docencia del derecho en la sociedad digital*. Barcelona: Editorial HUYGENS

CANTERO, C. (2018). *Sociedad digital: Razón y emoción*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

CHATMAN, S. (1980). *Story and Discourse*. Cornell University Press, Ithaca and London.

COBO, C. y MORAVEC, j. (2011). *Aprendizaje Invisible. Hacia una nueva ecología de la educación*. Col·lecció Transmedia XXI. Laboratori de Mitjans Interactius / Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona. Barcelona.

EUROPEAN UNION. (2015). *Growing a Digital Social Innovation Ecosystem for Europe*. Recuperado de <https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/dsireport.pdf>

FERRER, E. (1999). *Los lenguajes del color*. México, Fondo de Cultura Económica.

- HERNÁNDEZ, J. (2020). La transversalidad del color y su papel comunicador en las imágenes visuales, de la literatura a la imagen actual del cuento clásico Blancanieves. KEPES, 17 (21), 171-194. DOI: 10.17151/kepes.2020.17.21.7
- LÓPEZ, C. (2018). Cultura visual y conocimiento científico: Comunicación transmedia de la ciencia en la era big data. Recuperado de <http://ebookcentral.proquest.com>
- MEN. (2020). Lineamientos para la prestación del servicio de educación en casa y en presencialidad bajo el esquema de alternancia y la implementación de prácticas de bioseguridad en la comunidad educativa. Ministerio de Educación Nacional Recuperado de https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-399094_recurso_1.pdf
- MINSALUD (2020). Nuevo coronavirus (COVID-19) de China. ABECé Bogota, Colombia. Recuperado de: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/ET/abece-coronavirus.pdf>
- MINTIC. (2019). Ley 1951 de 2019 Diario Oficial Año CLIV No. 50.846, 24, Bogotá, Colombia. Recuperado de: <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=30036139>
- MYLONAS, D., PURVER, M., SADRZADEH, M., MACDONALD, & L., GRIFFIN, L. (2019). The Use of English Colour Terms in Big Data. Recuperado 23 octubre, 2019, de https://www.academia.edu/12910994/The_Use_of_English_Colour_Terms_in_Big_Data
- OTÁLORA, K., & HERNÁNDEZ, J. (2018). Arte y derecho: de la palabra del pütchipüüi a la imagen. Novum Jus: Revista Especializada en Sociología Jurídica y política, 12(1), 221-244
- PASTOUREAU, M., & GLADDING, J. (2000). Blue: The history of a color. Princeton, New Jersey: Princeton University Press
- PAUR, A., ROSANIGO, Z. Y BRAMATI, P. (2006). La educación en la sociedad del conocimiento. Revista Iberoamericana de Tecnología en Educación y Educación en Tecnología (TE&ET). Recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar>
- PRENSKY, M. (2015). El mundo necesita un nuevo currículo. España: Ediciones SM.
- SARTORI, G.. (1998). Homo videns: Sociedad teledirigida. Trad. Ana Díaz Soler. Buenos Aires: Taurus.
- ST. CLAIR, K. (2017). The secret lives of color. New York: Penguin books.
- UNESCO (2020). COVID-19 y educación superior: De los efectos inmediatos al día después. 13 de mayo 2020. Descargado de: <http://www.iesalc.unesco.org/wp-content/uploads/2020/05/COVID-19-ES-130520.pdf>

BIODATA

Jeice HERNÁNDEZ: Doctoranda en Arte: Investigación y creación, de la universidad Politécnica de Valencia, con estudios de Maestría en Arte Actual: Análisis y Gestión de la Universidad de Barcelona y Postgrado en Análisis del Arte Contemporáneo de la misma institución. Además, Postgrado en Fotoperiodismo y Postgrado en Implementación de la Tecnología Digital en la práctica de la fotografía de la Universidad Autónoma de Barcelona. Con más de 20 años de experiencia en el sector de la investigación -creación y participación en congresos y publicaciones a nivel nacional como internacional. Docente – Investigadora en Diseño de la Universitaria Virtual Internacional. Últimas publicaciones: Enseñando la ley de transparencia y acceso a la información pública con ayuda de recursos electrónicos. En: La docencia del derecho en la sociedad digital. ISBN 9788417580124. La transversalidad del color y su papel comunicador en las imágenes visuales, de la literatura a la imagen actual del cuento clásico Blancanieves. DOI: 10.17151/kepes.2020.17.21.7 www.jeicehernandez.es

Daniel TORRES ARDILA: Licenciado en Psicología y Pedagogía, de la Universidad Pedagógica Nacional de Colombia, Candidato a Magister en Educación y TIC, Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona. Docente-tutor con más de 10 años de experiencia en educación virtual y en el desarrollo de proyectos de formación virtual en el ámbito empresarial. Docente en las áreas de pedagogía y didáctica. Coordinador de Diseño y Producción Virtual de la Universitaria Virtual Internacional, Bogotá.

Edwin CAMARGO: Ingeniero Industrial, de la Universidad Antonio Nariño de Bogotá, Magister en Administración de Instituciones Educativas con Acentuación en Educación Superior, Universitat TecVirtual del Sistema Tecnológico de Monterrey. Líneas de investigación: Aplicación e innovación Tecnológica. La movilidad social desde la educación virtual y a educación virtual en el mundo. Coordinador de Investigaciones de la Universitaria Virtual Internacional, Bogotá.