

- Litwin, Edith (2008): *El Oficio de Enseñar*. Condiciones y Contextos. Bs As. Paidós.
- Mansione, Isabel (2004) *Las tensiones entre la formación y la práctica docente*. La experiencia emocional del docente. Rosario. HomoSapiens
- Moliari, A. (2012) (compiladora) "Conocer para incidir sobre las prácticas pedagógicas: primeros resultados de una política nacional de promoción de la investigación en el sistema formador" c1a ed. - Buenos Aires: Ministerio de Educación de la Nación. E-Book. -
- Morzán, Alejandra (2007): *Saberes y Sabores de la Práctica Docente*. L. Paz. Chaco
- Porta, L; Álvarez Z; Sarasa, M. y Bazán S. (compiladores) 2009, "VI Jornadas sobre Formación de Profesorado: docentes, narrativas e investigación educativa" 1a ed. - Mar del Plata: Univ. Nacional de Mar del Plata. CD-ROM. -ISBN 978-987-544-296-2
- Sanjurjo, Liliana; coordinadora (2009) *Los dispositivos para la formación en las prácticas profesionales*. Cap. III y IV. Rosario. Homo Sapiens Ediciones
- Sardi Valeria (2013) *Relatos inesperados. La escritura en la formación docente en letras*. Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de La Plata.
- http://www.memoriapedagogica.com.ar/publicaciones/PDF_ArtPon/Manual_sistemat1.pdf (Narrativa docente, prácticas escolares y reconstrucción de la memoria pedagógica)
- <http://repositorio.educacion.gov.ar/dspace/bitstream/handle/123456789/89784/Documentac%20narrativa.pdf?sequence=1> (Documentación narrativa de experiencias)
- Schön, D. (1998). *La formación de profesionales reflexivos. Hacia un nuevo diseño de la enseñanza y el aprendizaje en las profesiones*. Barcelona: Paidós.
- Suarez, D. H. (2007) Documentación Narrativa de Experiencias y Viajes Pedagógicos. Fascículo 2. *¿Qué es la Documentación Narrativa de Experiencias Pedagógicas? Siglo XXII*. Ciudad de Buenos Aires, Argentina.

Abstract: This paper arises from the field of teaching practices, where students are proposed to the curricular spaces of Teaching Practice corresponding to the third year of the Teaching Staff of Primary Education, Secondary Education in History, Geography, Language and Literature: the realization of a first intervention project in a rural school in the province of San Luis. The axes to be worked in this experience analyze some considerations about the vocation and its incidence in the construction of the role, taking as reference the new paradigms that account for a model of teacher differentiated from the traditional models and the questions of each one about the vocation to be a teacher.

Keywords: reflection – practice – contexts - rurality – devices

Resumo: O presente escrito surge do campo das práticas docentes, onde se lhes propõe aos estudantes dos espaços curriculares de Prática do Ensino correspondente a terceiro ano dos Professorados de Educação Primária, de Educação Primária, de Educação Secundária em História, Geografia, Língua e Literatura: a realização de um primeiro projecto de intervenção numa escola rural da província de San Luis. Os eixos a trabalhar nesta experiência analisam algumas considerações a respeito da vocação e sua incidência na construção do papel, tomando como refere os novos paradigmas que dão conta de um modelo de docente diferenciado dos modelos tradicionais e os interrogantes da cada um sobre a vocação de ser docente.

Palavras Chave: reflexão - prática - contextos - ruralidade - dispositivos

(*) **Cristina Pérez**, Prof. En Ciencias de la Educación.

(**) **Hugo Rolando Baigorria**, Prof. En Ciencias de la Educación.

(***) **Yanina Belén De la Torre**, Prof. En Ciencias de la Educación.

(****) **Carina Pérez Dib**, Prof. En Ciencias de la Educación.

Storytelling: cómo aplicar algunas reglas básicas de la narrativa y lograr un buen spot sin dormir a nadie en el intento

Fecha de recepción: junio 2017

Fecha de aceptación: agosto 2017

Versión final: octubre 2017

Jorge Alberto Pradella (*)

Resumen: El *storytelling* es una práctica que se ha hecho muy popular dentro de la disciplina de la comunicación publicitaria. Sin embargo, últimamente ha incurrido en algunas distracciones que provienen del olvido de los fundamentos básicos de la narración, actividad exclusivamente humana y que le aporta estructura. El siguiente trabajo explorará y seleccionará cuáles son las herramientas teóricas básicas del relato literario que pueden marcar la diferencia, a la hora de encarar la tarea de la creación de una pieza de *storytelling*. Se transitarán autores como Aristóteles, Fernando Domenech, Gerard Genette, Umberto Eco, Paul Ricœur, Roland Barthes, Irene Klein y Jorge Luis Borges, entre otros.

Palabras clave: relato – conflicto – héroe – autor - lector

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 185]

Introducción

Cuando una persona se dispone a ver una película, ya sea en el televisor, en un cine o en la computadora, firma un contrato según el cual aceptará, gustoso, el ser engañado. En palabras de Eliseo Verón, firma un contrato de lectura, según el cual suspenderá el juicio y aceptará elfos, vampiros, ciborgs o quemadores de libros si enfrenta géneros de lo maravilloso, terror, fantástico o distópico; y no aceptará ovnis, hombres voladores o hadas si eligió ver una película del género costumbrista, naturalista o dramático. Si bien los géneros y sus definiciones siguen en discusión, se acordarán provisionalmente los citados como para comenzar a transitar los temas de este trabajo.

Se decía que el espectador se deja engañar y esa afirmación -un tanto disruptiva- intenta dejar en claro que la persona se alía al director y al guionista para creer en lo que le presentarán y así disfrutar del espectáculo. Nada más desalentador que enfrentar una película totalmente consciente de que se trata justamente de una película. Claro, no alcanza con que el lector (se usará espectador, narratario, lector, receptor y otros indistintamente para referirse a esa persona que mira una película) ponga buena voluntad: la película debe “enganchar”, seducir, sumergir y, si es posible, hacer sufrir, reír, aterrizar y fantasear. ¿Cómo se logra esta alquimia? Gracias a las reglas más básicas de la narrativa o, si se quiere, el relato. Y el *storytelling* publicitario no puede -y no le conviene- escapar a estas reglas, porque son la garantía de que se pueda lograr un buen spot sin dormir a nadie en el intento. Y algo más: es fundamental que el producto se lleve todos los méritos de la fascinación que haya producido el spot. Esto hará que el espectador corra a contarles a sus conocidos acerca de la película. Así ha comenzado la otra parte esencial del *storytelling*: el boca a oído.

¿Por qué se narra?

Se narra, se relata desde antes de que el ser humano perfeccionara su facultad del lenguaje: las cavernas de Altamira son la prueba. Aquellos abuelos de la narración plasmaron escenas de caza porque pensaban que podía resultar interesante para otros el saber cómo se procuraban el alimento. Pintaron para ellos, es cierto, pero no hay duda de que entra en la escena -larvariamente- un actor que es imprescindible: el otro. Se narra porque se presupone un otro, se da por sentada la alteridad, el receptor. No es el lugar aquí para polemizar respecto de emisores, mensajes y receptores, pero nadie puede negar que el otro es lo que da razón a la existencia de la comunicación en sentido amplio y, en especial a la publicitaria. Sesudos análisis han complejizado al emisor, el mensaje y han desmitificado -además de complejizarlo también- a un receptor pasivo, inerte, que como una bolsa acepta todo lo que le tiran. Pero eso, como se

dijo, forma parte de otra discusión. Lo cierto es que la comunicación, la narración, el relato, es imposible sin un receptor. Y para volver a los pintores de Altamira, hay que decir que en esos maravillosos trabajos existe un relato y, todo relato, nace de la imperiosa necesidad que tiene el ser humano de ordenar la experiencia real o imaginada y darle sentido. Narrar se coloca entonces como una actividad placentera y apta para este fin y sin lugar a dudas, se transforma en medio de conocimiento. Pero, es necesario aclarar, que el relato se corresponde con la necesidad de transmitir hechos que transgredan lo ordinario, a lo habitual, a lo previsible de los hechos. Se siente la necesidad de narrar algo que produce una fisura en la rutina cotidiana. Y si el relato no se corresponde con algo ocurrido en la realidad, vale decir, si se relata una ficción, esta también debe revestir un carácter de extraordinaria. Contar que uno subió al colectivo y viajó hasta el trabajo no tiene demasiada gracia pero, si se relata que se pudo sentar, cuando invariablemente, cada día, se viaja apretado, vale la pena. Y como se puede ver, no hubo abducción extraterrestre o ninguna aventura: simplemente se quebró la rutina. Lo que ocurre es que esta ruptura de lo ordinario involucra al sujeto de forma diferente y eso lo impulsa a organizar una historia, ya que en el mismo acto de narrar, se le impone un determinado orden a esos hechos en busca de la creación de sentido. Es una rememoración de un hecho que, por su capacidad de impulsar un relato, obviamente se encuentra lejos de que se lo quiera perder de la memoria. Ese hecho no tiene necesariamente que ser real, puede ser una ficción, pero eso no invalida la pulsión producida que lleva a narrar.

Roland Barthes, en la introducción de *Análisis estructural del relato*, dice respecto del relato que:

[...] el relato está presente en todos los tiempos, en todos los lugares, en todas las sociedades; el relato comienza con la historia misma de la humanidad; no hay ni ha habido jamás en parte alguna un pueblo sin relatos; todas las clases, todos los grupos humanos, tienen sus relatos y muy a menudo estos relatos son saboreados en común por hombres de cultura diversa e incluso opuesta [...] (Barthes, 1988: 7)

Relatar también es tratar de explicar. Y solo se trata de explicar aquello que no se entiende. El narrador busca en el narratario un auxilio para entender. Intenta compartir lo que lo angustia o maravilla. Claro, en el *storytelling* esto de la angustia hay que manejarlo con mucha habilidad. Ya se verá.

Sin embargo, estos hechos a narrar no poseen características particulares en sí mismos. No hay hechos trágicos o cómicos. Por el bagaje de conceptos que los seres humanos almacenan en sus mentes, los hechos adquieren su perfil y moldean un relato en particular. Es la heren-

cia cultural y literaria que el ser humano acumula la que produce el relato. ¿Y por qué se deslizó el término /literario/ en esta cuestión relacionada con lo filmico? Porque así como los artistas de Altamira son los padres de la narración, la literatura es la madre del cine. Y sus herramientas son por demás útiles. Y otra vez Roland Barthes viene a ampliar el horizonte del relato, de la narración, cuando afirma que es relato: “el mito, la leyenda, la fábula, el cuento, la novela, la epopeya, la historia, la tragedia, el drama, la comedia, la pantomima, el cuadro pintado [...], el vitral, el cine, las tiras cómicas, las noticias policiales, la conversación”. (ibid)

Y como corolario de este párrafo, se trae una frase de Jorge Luis Borges porque abre un camino y vuelve a *el otro*, a ese que se ubica -en la línea del relato- enfrente del narrador: “[...] un lector: un hombre silencioso cuya atención conviene retener, cuyas previsiones hay que frustrar delicadamente, cuyas reacciones hay que gobernar y presentir, cuya amistad es necesaria, cuya complicidad es preciosa” (Borges, 2016: 332). Conviene retener “[...] cuyas previsiones hay que frustrar delicadamente [...]”. En el párrafo intitulado ¿Quién es el otro? se sabrá la razón.

El cuento, padre de todas las historias

Más arriba Barthes señalaba muy diferentes formatos de narración pero, en opinión de quien escribe estas líneas, el más conspicuo de todos ellos es el cuento. El cuento, en sus variadas formas y géneros ha servido al ser humano como soporte de sus tradiciones, como vehículo de enseñanza y adoctrinamiento, como conservador de la moral y, por supuesto, como entretenimiento. El cuento requiere -al igual que un spot de *storytelling*- de síntesis y precisión, de la cantidad justa de palabras en cada párrafo y de una fuerte unidad de sentido. Se podría decir mucho del cuento, pero se rescata, en esencia, que lo rige una estructura canónica, que es básica y que también sirve para ordenar una extensísima novela. Este esquema canónico está compuesto por cuatro partes y se trata de una matriz superadora de las anteriores propuestas de tres componentes (presentación, desarrollo y desenlace), pero sin prescindir de ellas. Los formatos más modernos hablan de situación inicial, hecho que modifica la situación inicial, aparición y desarrollo del conflicto y, desenlace. Según estos componentes, existe una situación inicial de relativo equilibrio, a la cual se puede llamar, simpáticamente *había una vez*; luego aparece el hecho que modifica ese equilibrio, a lo que se puede denominar “hasta que”, momento en que se instala el conflicto y ocurre el desarrollo de la historia, el entonces, que terminará -mal o bien- en un desenlace o el inevitable y al final. *Los miserables* de Víctor Hugo o *La montaña mágica* de Thomas Mann pueden acomodarse dentro de esta estructura o en todo caso pueden incluir miles de estas estructuras. ¿Y para qué sirve conocer este esquema? Para poder formular alguna preguntas de mucha utilidad.

Preguntas para armar una caja de herramientas

Sócrates, es sabido, no afirmaba casi nada, más bien preguntaba y hacía que el interlocutor aprendiera (o cayera en la cuenta de su ignorancia) en el proceso de buscar

respuestas. Formular preguntas será el camino que elegirá este trabajo para seleccionar aquellos recursos propios del relato, de la narración literaria. Recursos que integrarán la caja de herramientas a la que se recurrirá, a la cual se revisará antes de arrancar con la creación de un spot de *storytelling*.

¿Quién es el otro?

Se amplían un poco las palabras de Borges de más arriba y se interpreta que por alguna razón hay que frustrar, con delicadeza, las previsiones del lector. Es necesario, de alguna manera, hacerle creer algo, llevarlo por un camino de entendimiento, para luego hacerlo desestimar dicha senda o, finalmente, crearle ciertas expectativas para que luego se quede con un palmo de narices. ¿Y esto en qué beneficia al relato y al que relata? Quien escribe estas líneas es escritor y la fortuna ha querido que gane algunos premios literarios en la Argentina y en el exterior. ¿Cuáles fueron esos relatos ganadores? Aquellos que en las lecturas previas, las de los amigos, suscitaban enojo, porque ese final no era el deseado, el esperado, porque contradecían toda previsión. Los relatos que más producen emoción, los que dejan marca son aquellos en los que el muchachito no sobrevive. ¿Crueldad? No, simplemente ocurre que el lector tiende a identificarse con el personaje sobre cuya espalda se sostiene la trama y, por supuesto, desea su éxito. Esto es así porque al protagonista se lo hace pasar, en palabras de Aristóteles por “[...] incidentes que excitan piedad y temor, mediante los cuales realizan la catarsis de tales emociones”. (Aristóteles, 2009: 34). Entonces el lector, que ve sufrir o triunfar al personaje con el que se ha identificado, pretende (porque siente que es él) que termine con su sufrimiento o que alcance la gloria. Y eso le hará creer que es una buena historia y, si se desea que sea mejor, en el último instante se dará un golpe de timón y el héroe no cumplirá con los deseos del lector. Las más grandes historias de la literatura de ficción han apelado a estas estrategias. Pero claro, no es una regla fija para todas las historias, sobre todo para las contenidas en un *storytelling* publicitario, en el cual, avatar más, peripecia menos, siempre habrá final feliz.

Pero este párrafo formula una pregunta: ¿quién es el otro? Menuda pregunta. La Filosofía todavía no ha llegado a responderla del todo y no es la ambición de este trabajo llegar a hacerlo. Sin embargo a nadie se le escapa que para la Publicidad, saber quién es el otro, aquel al que se le va a dirigir un mensaje, es una necesidad palmaria. Y cuánto más se lo pueda definir, mayor posibilidad de éxito tiene un mensaje. No obstante, es imposible circunscribir, anticipar, qué va a pasar con ese mensaje en su relación con el receptor. Eliseo Verón es claro cuando en Fragmentos de un tejido, afirma que “todo discurso bosqueja un campo de efectos de sentido y no un efecto y solo uno” (Verón, 2004: 171/172), por lo que se impone estudiar, para entender al otro y delimitar, en la medida de lo posible, ese campo de potenciales efectos, algunas herramientas. Herramientas que no tienen relación con la investigación de mercado -por cierto muy valorable y útil- sino con la previsión, con la puesta en juego de la intuición y la sensibilidad del oficio del escritor, esta vez al servicio de un producto

cinematográfico. Nada que no se haya hecho antes. Y, curiosamente, nada que tampoco deje de olvidarse.

Un escritor de ficción, en su trabajo, utiliza la imaginación, la cual tiene sus fuentes en una enciclopedia que viene nutrida de lo que vio, lo que sufrió, lo que gozó, leyó, las obras de teatro y películas que presenció, la música que escuchó, aquello que deploró y encomió. Y si bien nunca es totalmente consciente de los contenidos totales de su enciclopedia, menos lo es de la enciclopedia del gran y principal actor de su obra en ciernes: el lector, el otro. El primer personaje que el autor delinea es el lector. Lo imagina, lo dibuja en su mente, lo ve abrir el libro todavía no escrito, lo construye de la nada con su intuición.

Umberto Eco, en su *Lector in fabula*, propone algunos conceptos -como la multiplicidad de autores y lectores- que pueden ayudar a ilustrar este proceso. ¿Y cómo es eso de la multiplicidad de autores y lectores? Para comenzar, hay que volver sobre esa relación indivisible que forman el autor y el lector, la cual nunca se pondrá en controversia, pero son muchos los teóricos que postulan más de un autor (enunciador, emisor, locutor) y un lector (enunciario, receptor, alocutario) siempre todos ellos alejados del sujeto empírico, vale decir aquél que empuña la cámara y aquél que se sentará frente a la película.

Roland Barthes en su artículo *La muerte del autor* (puede leerse completo en <http://www.cubaliteraria.cu/revista/laetradelescriba/n51/articulo-4.html>) dice que “el autor entra en su propia muerte, comienza la escritura”, pero no se puede eludir la realidad palpable de un autor empírico, del autor en el mundo —el que escribe el guión, el que filma— y un lector empírico —el que ve la película— inscriptos en la más elemental estructura comunicacional, asumiendo los papeles de emisor y receptor. Umberto Eco, entre otros tantos, ya se lo ha dejado claro, instala no adánicamente, que el autor empírico poco tiene de protagonista en el texto, así como tampoco lo tiene el lector empírico (ya se lo dijo, pero vale la pena recordarlo: los términos texto o película, en este trabajo son intercambiables). Son ambos partícipes necesarios, pero en una instancia bastante elemental y física. En el caso del autor empírico, es el productor del texto/película objeto; texto que tiene una superficie verbal/visual incompleta, susceptible de ser actualizada. Vale decir, el texto es escrito para ponerlo, en soledad, frente a otra mirada, la del lector empírico, que asume un rol primordial, pero externo al texto. Como se decía, el texto está incompleto y respecto de ello, Eco afirma:

[...] no se refiere sólo a los objetos lingüísticos que hemos convenido en definir como textos, sino también a cualquier mensaje, incluidas las oraciones y los términos aislados. Una expresión sigue siendo un mero flatus vocis [expresión vacía] mientras no se la pone en correlación, por referencia a determinado código, con su contenido establecido por convención: en este sentido, el destinatario se postula siempre como el operador (no necesariamente empírico) capaz, por decirlo así, de abrir el diccionario a cada palabra que encuentra y de recurrir a una serie

de reglas sintácticas preexistentes con el fin de reconocer las funciones recíprocas de los términos en el contexto de la oración [...] (Eco, 1981:69)

Es para destacar y sobre todo porque se hace muy funcional para la prosecución del análisis, que Eco instale la cláusula *operador* (no necesariamente empírico) como una suerte de personaje que viene a abrir el diccionario para tratar de completar ese texto -en el caso que ocupa a este trabajo, el spot- de llenar vacíos, de tender puentes. En síntesis: de llevar a cabo la tarea de lector, de intérprete. Si la existencia de tal operador es real, entonces no pareciera desproporcionado pensar en una figura similar del lado de la producción, vale decir, del lado del autor. Si hay un operador que hará esfuerzos de relleno en el texto, es probable y deseable que el autor lo tome en cuenta y lo prevea. Esta previsión se verá materializada en una estrategia textual: es lo que Eco denomina lector modelo, presente únicamente en el texto, no en el dominio de lo empírico. Y como consecuencia casi obligada a esta estrategia textual que construye a un lector modelo, surge como contraparte otra estrategia que Eco define como: “[...] un estilo reconocible, que también puede ser un idiolecto textual o de corpus o de época histórica [...]” (Eco, 1981) aquel que depende de “[...] determinadas huellas textuales, pero también involucra al universo que está detrás del texto, detrás del destinatario y probablemente, también ante el texto y ante el proceso de cooperación [...]” (Eco, 1981). Es aquello que define como autor modelo: una construcción textual, un procedimiento, esta vez llevado a cabo por el lector empírico. En otras palabras: el autor empírico construye -en su texto, obra de teatro o spot de cine- un lector modelo y, el lector empírico hace lo propio con un autor modelo, también en el texto.

Otro autor, Paul Ricœur (2003), en el ensayo *La explicación y la comprensión, incluido en Teoría de la interpretación. Discurso y excedente de sentido*, señala: “[...] si un discurso se produce como un acontecimiento, se entiende como sentido. Aquí vemos cómo la comprensión mutua se apoya al participar de la misma esfera de sentido” (pág. 85). Esto quiere decir que tanto el autor modelo como el lector modelo deben compartir una esfera de sentido, un mismo esquema de lectura, una enciclopedia, un diccionario. Si bien quedó claro que el autor empírico poco tiene que ver con la interpretación, mucho lo tiene el autor modelo que el lector empírico construye al momento de enfrentar un texto. Así, si el autor modelo no ha tenido en cuenta los límites de interpretación de su lector modelo, se corre el riesgo de que la audacia de algún párrafo o escena naufraguen muy rápidamente, ya que “la interpretación es un caso particular de comprensión. Es la comprensión aplicada a las expresiones escritas de la vida” (Ricœur, 2003). Y si autores y lectores, que son la sal de lo producido, no comparten un universo discursivo, por lo menos en los rasgos pertinentes al discurso en juego, el acontecimiento que menciona Ricœur no pasará al estadio de sentido. Es por eso que se hace necesario llevar la indagación de los protagonistas un paso más allá. Eco establece una diferencia sustancial y clave entre dos

modelos de interpretación que, a su vez, alambicarán más al lector modelo y, dice a propósito de esto en *Los límites de la interpretación, que se deben distinguir dos tipos de interpretación*: una interpretación semántica o semiósica y otra crítica o semiótica, y las define de la siguiente manera:

La interpretación semántica o semiósica es el resultado del proceso por el cual el destinatario, ante la manifestación lineal del texto, la llena de significado. La interpretación crítica o semiótica es, en cambio, aquella por la que se intenta explicar por qué razones estructurales del texto puede producir esas (u otras, alternativas) interpretaciones semánticas. (Eco, 2000: 36)

Vale decir, pareciera indicar que existen diferentes grados de penetración en el sentido de un texto (spot) y, por consiguiente, una diferente capacidad de transformar —si se sigue la terminología de Ricœur— al acontecimiento en sentido.

Sin ir más lejos, Eco entiende al lector modelo susceptible de ser separado en dos: uno ingenuo o semántico y otro crítico o semiótico. El primero produce una lectura denotativa, vale decir, encuentra unas líneas (imágenes) y les asigna un determinado significado. Ese lector es el que procede a una semantización, vale decir, lo que dice el texto es lo que él lee, no busca segundas lecturas ni espía entre líneas y muchas veces sufre una decepción cuando no se cumplen sus previsiones: si todo resulta diferente a su “traducción” del texto, se siente engañado o, en el mejor de los casos, decepcionado. El lector crítico buscará más allá. Incluso más allá de lecturas aberrantes o entre líneas. El lector crítico buscará una estrategia, un juego de espejos. Buscará con tozudez los mecanismos que han hecho que él leyera otras cosas en lugar de las que el texto parece entregar desde lo denotativo. Se maravillará con los giros dados a la historia, los cuales lo desorientan y lo llevan por caminos errados, pero su maravilla no es ingenua: él quiere descubrir dónde y cómo lo llevan los hilos de esas marionetas que reconoce en la historia. Él desea poner al descubierto, interpretar las intenciones presentes en ese texto y, Umberto Eco (2000) las denomina *intentio auctoris* (intención del autor), *intentio operis* (intención de la obra) e *intentio lectoris* (intención del lector). Según el mismo autor, la primera tiene que ver con los mecanismos generativos (esto es vital en *storytelling*), la segunda con la estrategia textual y la tercera con los deseos, habilidades y arbitrios del lector en relación con la obra.

Si se recurre otra vez a Ricœur, en el ensayo ya citado, queda claro su posición respecto de la intención del autor, ya que dice que:

[...] es desconocida para nosotros, a veces redundante, a veces inútil y otras, hasta perjudicial en lo que atañe a la interpretación del sentido verbal de su obra. Aun en los mejores casos, tiene que estudiarse a la luz del texto mismo. En conclusión, hay entonces un problema de interpretación no tanto a causa de la incomunicabilidad de la experiencia

psíquica del autor, sino por la misma naturaleza de la intención verbal del texto. El rebasamiento de la intención por el sentido significa, precisamente, que la comprensión se lleva a cabo en un espacio no psicológico y propiamente semántico que el texto ha forjado cortando los lazos que lo unían a la intención mental de su autor. (Ricœur, 2003: 87)

De esta manera, el número de protagonistas y sus esquemas operativos, es decir sus ámbitos de existencia, a la hora de la interpretación de la obra queda reducida a dos: el autor modelo, cuyo ámbito exclusivo de realidad se ubica en el texto (enajenado por completo del autor empírico) y el lector modelo, circunscripto al mismo universo textual. Ambos operarán en el marco de la *intentio operis*. Pero ¿cuál lector modelo? ¿El ingenuo/semántico o el crítico/semiótico? La respuesta es reveladora y para hallarla es necesario volver unos pasos atrás, al universo de lo empírico, pero no al dominio del autor, sino al del lector, debido a que será este lector empírico el que llevará a cabo una conjetura, la cual, según Eco se enfoca:

[...] sobre el tipo de lector modelo postulado por el texto. Lo que significa que el lector empírico es aquel que intenta conjeturas, no sobre las intenciones del autor empírico, sino sobre las del autor modelo. El autor modelo es aquel que, como estrategia textual, tiende a producir un determinado lector modelo. (Eco, 2000: 41)

Y estas conjeturas bien pueden ser infinitas, pero el límite les será impuesto por el texto mismo, ya que según Eco: “las conjeturas deberán ser probadas sobre la coherencia del texto, y la coherencia textual no podrá sino desaprobado algunas conjeturas aventuradas” (2000: 41). Postura que viene apoyada por lo que Ricœur expresa en el ensayo que se viene siguiendo:

[...] si es cierto que siempre hay más de una forma de interpretar un texto, no es cierto que todas las interpretaciones sean iguales. El texto presenta un campo limitado de explicaciones posibles [...]. Siempre es posible discutir a favor o en contra de una interpretación, confrontar interpretaciones [...] (Ricœur, 2003: 91)

Si esto es así, para el correcto funcionamiento del texto/spot, se hace necesario que las conjeturas a las cuales se conduzca al lector, sean fruto de una previsión textual, de una estrategia del autor modelo para que la coherencia textual no las desautorice. Es decir: no hay margen para arriesgar indicios que desvíen la interpretación por caminos sinuosos, pero tampoco es admisible dejar en evidencia el recurso. Si se hace esto se corre el riesgo de desactivar el contrato por el cual el lector se aviene a ignorar que en la narración exista un autor empírico, porque no se debe abusar de él, confirmado esto en lo que Eco (2000) proclama en *Los límites de la interpretación* cuando postula que es necesario demandar cierta flexibilidad por parte del lector, aún en los casos de

episodios verosímiles y creíbles; y no solo se le pide una enorme flexibilidad y una habilidad para la lectura superficial, sino que también ponga buena voluntad.

¿Y cuál si no el lector crítico despliega semejante buena voluntad? El lector ingenuo lee denotaciones, superficies, obviedades: se puede decir que lee en estado de placidez, dentro de su zona de confort. El lector crítico está dispuesto a una esgrima intelectual con el autor modelo, sabe de fintas y esquivas, no le es tan fácil al texto escamotearle sus secretos: lee/mira/consume gozosamente crispado.

Esta primera pregunta produce una primera herramienta: el lector modelo crítico.

¿Cómo se atrapa a un lector modelo crítico?

Si gracias al apartado anterior -un tanto extenso pero muy justificado- quedó en claro cuál es el lector que más interesa a la hora de construir dicha figura y cuánto se debe conocerlo, ahora se impone saber cómo se logra que ese personaje central adhiera al spot que tiene enfrente. Pero para ello se recurrirá a conceptos más sencillos, ya que ahondar en las cuestiones que se encararán extendería el trabajo en demasía.

Según la dramaturgia que deriva de la Antigua Grecia, sobre todo la aristotélica proveniente de la Poética, se definía al héroe como un personaje que se ubicaba entre dos grupos: por un lado el de los dioses y semidioses y, por otro el de los seres humanos. Esto significa que el héroe no compartía los poderes de los habitantes del Olimpo (inmortalidad, invulnerabilidad, fuerza extraordinaria, capacidades de volar o transformarse, etc.), pero tampoco se trataba de un mortal más, de un ser humano ordinario. Esto se traduce en que el héroe ocupa un lugar específico en la escala social del entramado cultural que lo contiene: no puede estar por debajo del promedio ni a la misma altura de los seres humanos pedestres, pero tampoco debe estar muy por encima, a la altura de un dios, ya que esto desactivaría la posibilidad de aspirar a parecerse a él, a la imitación y lo que más importa en este caso: la identificación. Es capital que el lector elija a un personaje y se identifique con él para que todo lo que éste sufra o goce, lo viva en carne propia. Claro que se impone una aclaración: el héroe no necesariamente calza capa, monta un brioso corcel y blande una espada, pero siempre trata de llevar a cabo acciones nobles: *en lo posible no miente*, no engaña, es valiente, no ataca por la espalda, perdona a los malos y demás etcéteras, pero lo que realmente lo hace un héroe perfecto es que sea imperfecto, vale decir ese “en lo posible” que se remarcó con cursiva. Esta paradoja cercana a la aporía no lo es tal y tiene relación con el concepto de hamartía, que según Fernando Domenech (2016) es:

[...] el error trágico que lleva al héroe a su perdición, y que no se puede identificar de ninguna forma con la culpa de raíz judeo-cristiana, ya que este error puede ser involuntario y, en cualquier caso, se comete siempre sin el conocimiento perfecto de las circunstancias de esta acción, a menudo por intentar evitar el error en el que se cae [...] (Domenech, 2016)

Este concepto de hamartía no es nuevo, ya que deriva de uno que Aristóteles (2009) articula en la Poética, cuando en el libro (o capítulo) XIII describe los tipos de personajes que debe desarrollar el poeta y dice que pueden ser o excelentes o perversos, pero asegura que hay uno intermedio: “[...] un hombre no virtuoso en extremo, ni justo, cuya desdicha se ha abatido sobre él, no por el vicio y la depravación, sino por algún error de juicio [...]” (58). Es casi un hombre común y es esa imperfección la que logra la identificación y por lo tanto, la inmersión del lector en la historia. La pieza de *storytelling* comienza a hacerse interesante para el espectador: ha encontrado a alguien a quien se puede parecer, un ideal alcanzable al cual aspirar. Y este personaje vive alguna aventura, claro está, ya se lo dijo, no necesariamente una en la que enfrenta dragones pero, puede tranquilamente ser una en la que un padre de familia queda viudo y pierde su trabajo. ¿Un héroe que trabaja y tiene hijos? En efecto. Un personaje que careciera de ataduras a la realidad, de angustias, de miedo, volara y no lo afectarían las balas no produciría la identificación, simplemente entretendería. En una película de Superman el espectador goza con sus hazañas; en una de Batman admira al hombre debajo del disfraz.

Habría mucho más para decir acerca del héroe, pero como se anticipó, extendería mucho más el texto, pero se puede decir que hay un héroe que reacciona ante una agresión; el héroe reformista, que piensa que el mundo puede ser mejor y, el revolucionario, que considera que el mundo como es no sirve y decide cambiarlo completo. Se podría también decir algo sucinto respecto del denominado camino del héroe, que supone el tránsito desde el mundo propio del héroe hacia un mundo desconocido, al cual ingresa para traer la solución al conflicto que lo ha movido y regresa cambiado de ese espacio y, acaso eso le puede producir el rechazo de su mundo de origen. Pero ¿qué mueve a un héroe? La denominada convocatoria, que es un llamado a la acción que no es negociable, que no puede esperar. Entonces el héroe no tiene más opción que levantarse y andar. Y lo más importante: deberá enfrentar dificultades y la más grave proviene de él, de su hamartía, su imperfección. Y esta lucha separa al héroe del personaje, ya que todos los héroes son personajes, pero no todos los personajes son héroes. Así que el héroe no puede evitar su lucha: si la supera, triunfará, si no, sucumbirá. De más está decir que en un *storytelling* publicitario, el héroe triunfa siempre. Segunda pregunta, segunda herramienta: el héroe.

¿Cómo se hace interesante a una historia?

Cuando dicha historia es motorizada por un conflicto. Un conflicto que puede existir entre dos personas, dos ciudades, dos planetas o simplemente uno que se desarrolle en el interior de un personaje. Lo importante es que el conflicto se presente, a priori, como imposible de resolver. El conflicto revela que existen dos fuerzas antagónicas enfrentadas y que en apariencias son equivalentes. Si una de las fuerzas se presentara como visiblemente más poderosa, no existe conflicto. Un joven que no puede decidirse entre comprar un auto rojo o azul, no enfrenta un conflicto, pero si ese mismo joven,

movido por su deseo de impresionar a una chica, decide pagar el auto con un cheque sin fondos, sí se encuentra ante un conflicto: uno moral. Si una mujer se enamora de su cuñado, está ante un conflicto. Si un padre de familia ha jurado a Dios no matar, pero si no mata no defiende a sus hijos, está ante un conflicto. Antes se dijo que podían presentarse conflictos entre ciudades o planetas y es cierto, pero siempre los que encarnan el conflicto, los que lo cargan sobre sus hombros son los personajes: héroes o no. El conflicto, ya se enunció, hace interesante a una historia porque produce intriga, el lector quiere saber cómo el héroe o personaje resolverá esa situación que parece no tener solución posible. Pero el conflicto no necesariamente tiene que tener relación con algo grave, triste o violento, sobre todo en una pieza de *storytelling* que siempre construye un *locus-moenus*: simplemente el conflicto tiene que despertar la curiosidad. Es necesario que el espectador teja cientos de hipótesis acerca de lo que vendrá, es necesario que en él se produzcan preguntas -entre otras muchas posibles- como: ¿y ahora cómo o qué va a hacer? ¿Y ahora que pasará? ¿Y cómo se sale de esto? ¿Nadie va a ayudarlo? ¿Llegará a tiempo? Es deseable producir cierta angustia, cierta incertidumbre que mantenga al espectador *clavado a la butaca*. Y el efecto final es que la solución sea, en lo posible, inesperada. Y en el *storytelling*, feliz, siempre feliz. Y relacionada con el producto. Tercera pregunta, tercera herramienta: el conflicto.

¿Cómo se resuelve el conflicto?

Toda historia tiene, excepto la Historia -aunque suene a verdad de Perogrullo- un obligado final. Parece sencillo, es terminar y ya está, pero aquellos que tienen como actividad la narrativa de ficción (el autor de este trabajo se incluye), saben que la buena resolución de una historia es casi tan importante como la narración misma. Existen varias clases de finales y no es este el espacio para desarrollarlos, pero en esencia, un final tiene que respetar los lineamientos básicos de la historia: si fue naturalista el final así lo será, no puede intervenir un acto de magia, pero eso es aceptable en un cuento del género maravilloso. Sin embargo, antes del final existe un episodio que a veces pasa totalmente desapercibido por los lectores/espectadores y es el que resuelve el conflicto, independientemente del final elegido: el clímax, anagnórisis o reconocimiento. En términos de Aristóteles: "El reconocimiento es, como la misma palabra indica un cambio de la ignorancia al conocimiento, y así lleva al amor o al odio en los personajes signados por la buena o la mala fortuna". (Aristóteles, 2009: 52).

¿Qué viene a significar esto? Que el personaje central se hace de un conocimiento que produce en la historia una suerte de bisagra, un golpe de timón del cual ya no puede volver. La historia ha cambiado de rumbo y jamás retomará el hilo anterior. El paradigma del clímax es la historia de *Edipo Rey*, de Sófocles, pero hay ejemplos varios en el cine moderno. Uno de ellos se da -por tomar un caso- en la película *Gladiator*, del año 2000, dirigida por Ridley Scott y basada en un guión de David Franzoni. Cuando Máximo (Russell Crowe), el héroe, luego de vencer en una terrible batalla en el Coliseo, es invitado por el emperador Cómodo (Joaquín Phoenix), a quitar-

se el yelmo, su identidad, hasta ese momento secreta, es revelada. Ninguno en la diégesis puede ignorar eso. Máximo que busca vengarse de Cómodo ahora se sabe descubierto. Cómodo reconoce a la única persona que puede acusarlo de la muerte de Marco Aurelio y no puede simplemente olvidar o hacer de cuenta que no vio nada. La historia, el relato no lo permitiría porque se ha producido la anagnórisis, el reconocimiento, el clímax. La resolución del conflicto ya se produjo. Para mal o para bien de algunos, luego vendrá el remate, todo caerá en plano inclinado hacia el final, que puede tener muchas versiones. Si el culpable paga o no su deuda; si el héroe toma o no venganza, es harina de otro costal. A su vez, es necesario en este punto aclarar una cuestión: el clímax no debe confundirse con el pico de tensión dramática, si bien en algunos casos puede coincidir, no son la misma entidad. El clímax puede sobrevenir en coincidencia con el pico de tensión dramática, producirlo o llegar después. Otro ejemplo del cine será ilustrativo. En *El silencio de los inocentes*, estrenada en 1991, dirigida por Jonathan Demme y basada en la novela homónima de Thomas Harris, la agente del FBI Clarice Starling (Jodie Foster), visita la casa de James Gumb (Ted Levine) acerca de quién todos los espectadores, pero no la protagonista, saben que es el asesino buscado. Starling toca el timbre y Gumb la hace pasar con histriónica cortesía, para facilitarle el dato de una persona. Mientras conversan, la agente Starling ve revolotear una mariposa, que se posa sobre un carretel de hilo y reconoce que es de la misma especie exótica que las encontradas en las gargantas de las víctimas: se ha producido la anagnórisis, el clímax, por eso ella prepara su arma. Luego hay una persecución y más adelante comienza a crecer la tensión dramática hasta alcanzar su pico y resolución, pero contar el final no viene a cuento. Como se puede ver, el clímax produce el pico de tensión dramática, pero no coincide con él. Otro dato importante es el momento de aparición del clímax en la narración: se produce, por lo general, en la segunda mitad de la historia y, dentro de esa zona, luego de haber pasado la mitad. Siempre se ubica cerca del final, pero nunca coincide con él. Cuarta pregunta, cuarta herramienta: el clímax o anagnórisis.

¿Cómo se crea un clima?

Esta pregunta tiene múltiples respuestas, pero para este trabajo se elegirá una: el tiempo del relato. ¿Y por qué el tiempo del relato? Porque manejar el tiempo habilita para subir al lector en un lento viaje en carreta o un vertiginoso vuelo de jet. Será lento para recordar, traer episodios que pueden producir nostalgia o felicidad; esas imágenes marcadas por el sepia o el blanco y negro que se hacen tan evocativas y movilizan las emociones. O excitarlo con una sucesión vertiginosa de tomas que cuenta un proceso muy largo pero vital. Sin embargo, manejar el tiempo no es una tarea sencilla, porque toda historia relata una transformación, y toda transformación es un proceso que discurre en un segmento de tiempo. Irene Klein, que en uno de los capítulos de *La narración*, refiere el pensamiento de Gerard Genette y dice que:

[...] nunca podemos contar todo, en todo relato se eliden hechos. En un relato escrito, la linealidad inevitable de la escritura [...] exige que el tiempo pluridimensional de los acontecimientos (así por ejemplo, dos hechos que ocurren al mismo tiempo deben ser narrados uno después del otro) se acomode y organice en ese sentido. (Klein, 2007: 44)

Así y siempre siguiendo a Gerard Genette en Klein, aparecen tres categorías de estudio: el orden temporal de la sucesión de hechos en la historia o diégesis y el orden pseudo-temporal de los hechos en el relato. La duración de estos hechos y la extensión que abarcan en el texto y también las relaciones de velocidad y frecuencia. Resulta tentador desarrollar todas las instancias, pero a los efectos de lo anticipado al principio del párrafo, se enfocará la atención en la cuestión de la velocidad. La velocidad del tiempo tiene relación con la cantidad de tiempo que el relato escrito o filmado le dispensa a la narración de un episodio de la vida real (o que imite a la vida real, vale decir un hecho de ficción). Es difícil de medir, ya que es difícil medir la duración o tiempo que lleva leer o ver el relato. Para lograrlo se debe tener en cuenta el tiempo de la historia y el tiempo que el relato le ofrece: se puede contar con lujo o exageración de detalle el encendido de un cigarrillo y transformarlo en un cuento, o bien, resumir en tres líneas o tres escenas siglos de historia. En el primer caso, el relato es lento y moroso e invita a la reflexión, a la intimidad; en el otro caso es vertiginoso, excitante y propone una suerte de aceleración. Aquí entonces se hace una equiparación de la velocidad con la duración del relato, en tanto que se establece una relación entre algo espacial (la longitud de un texto/película), y algo temporal de la historia, medible en días, meses o años. Es decir, analizar esta relación es comparar un período temporal de la historia con un espacio físico (la cantidad de líneas o páginas o escenas que el relato le otorga). Elegir la morosidad de un relato detallado y preciso, que congela un momento de la historia o resumir en tres minutos la historia de una familia producirá diferentes climas. La elección dependerá del tipo de producto o del tipo de emoción que se intente despertar en el espectador. Así, un relato de un hecho instalado en el pasado, una saga, probablemente se adapte más a una baja velocidad, a un sepia y a la intimidad; mientras que un episodio puntual en una vida, se materialice mejor en un relato más veloz. Nada es fijo: se puede resumir la historia de Napoleón en tres minutos, sin usar el sepia y se puede contar un recuerdo que trae alguien de 2017, en blanco y negro y hacerlo durar diez minutos.

Quinta y última pregunta, quinta herramienta: el tiempo del relato.

Conclusión: la caja de herramientas

Producir una pieza de *storytelling* de apenas tres minutos parece algo sencillo, pero requiere -si se busca un producto de calidad- de mucha preparación y de un equipo multidisciplinario realmente entrenado y coordinado. Sin embargo, todo comienza con una idea embrionaria, un boceto de ella y luego un guión, pero esto, que a su vez suena sencillo, no lo es y, con la idea de

aportar algunas herramientas elementales, se ha escrito todo lo anterior. Entonces, en ese maletín de primeros auxilios, en esa caja de herramientas deberá haber:

- 1.- Un lector/espectador modelo crítico muy bien delineado de manera de poder conocer sus expectativas, saber frustrarlas con delicadeza y ganar así su buena voluntad.
- 2.- Un héroe capaz de producir la identificación del espectador y que, además sepa transferir esa identificación al producto que protagoniza la pieza.
- 3.- Un conflicto canónico que suscite la intriga, que aparezca como imposible de solucionar, para que el lector/espectador se integre en la trama y arriesgue sus propias hipótesis de solución.
- 4.- Una resolución del conflicto creativa, creíble y contundente, para que las expectativas del lector/espectador, en relación con el género de la pieza, no se vean frustradas.
- 5.- Un clima que movilice la emoción, el cual, entre otras herramientas, puede lograrse manejando la velocidad del tiempo del relato.

Y finalmente, pero no por ello menos importante -y esto corre totalmente por cuenta y riesgo del autor de este trabajo-: que jamás el producto anuncie su presencia al inicio del spot, porque eso puede desactivar toda la magia.

Referencias bibliográficas

- Aristóteles (2009), *Poética*. Buenos Aires: Centro Editor de Cultura.
- Barthes, Roland (1988). *Análisis estructural del relato*. Puebla: Premia Editora.
- Borges, Jorge Luis (2016) *Borges en Sur*. Buenos Aires: Penguin Random House Grupo Editorial.
- Domenech, Fernando (2016). *Manual de dramaturgia*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Eco, Umberto (2000) *Los límites de la interpretación*. Barcelona: Editorial Lumen
- Lector in fabula*. (2013) Buenos Aires: Sudamericana
- Klein, Irene (2007) *La narración*. Buenos Aires: Eudeba
- Ricœur, Paul (2003) "La explicación y la comprensión" en *Teoría de la interpretación. Discurso y excedente de sentido*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Verón, Eliseo (2004) *Fragmentos de un tejido*. Buenos Aires: Gedisa

Abstract: Storytelling is a practice that has become very popular within the discipline of advertising communication. However, lately it has incurred some distractions that come from forgetting the basic foundations of the narrative, activity exclusively human and that provides structure. The following work will explore and select which are the basic theoretical tools of the literary story that can make a difference, when facing the task of creating a piece of storytelling. Authors like Aristotle, Fernando Domenech, Gerard Genette, Umberto Eco, Paul Ricœur, Roland Barthes, Irene Klein and Jorge Luis Borges, among others will be treated.

Keywords: story - conflict - hero - author - reader

Resumo: O storytelling é uma prática que se fez muito popular dentro da disciplina da comunicação publicitária. No entanto, ultimamente tem incorrido em algumas distrações que provêm do esquecimento dos fundamentos básicos da narração, atividade exclusivamente humana e que lhe contribui estrutura. O seguinte trabalho explorará e seleccionará quais são as ferramentas teóricas básicas do relato literário que podem marcar a diferença, à hora de encarar a tarefa da criação de uma peça de storytelling. Transitar-se-ão autores como Aristóteles, Fer-

nando Domenech, Gerard Genette, Umberto Eco, Paul Ricœur, Barthes, Irene Klein e Jorge Luis Borges, entre outros.

Palavras Chave: história - conflito - herói - autor - leitor

(*) **Jorge Alberto Pradella.** Licenciado en Publicidad. Profesor de la Universidad de Palermo de las asignaturas Introducción a la Investigación y Comunicación Oral y Escrita.

Competencias docentes para procesos educativos con uso de las TIC. Aproximación a un perfil docente para la sociedad del conocimiento

Fecha de recepción: junio 2017

Fecha de aceptación: agosto 2017

Versión final: octubre 2017

Marcos Requena (*)

Resumen: La conferencia propone un perfil basado en competencias del docente para la intervención positiva en procesos educativos universitarios dados en entornos virtuales. Integra propuestas provenientes de la literatura asociada con el pensamiento complejo, el enfoque sociocognitivo del aprendizaje, la formación docente para la era digital, las particularidades de la modalidad blended learning y la cultura digital, con resultados de investigaciones de campo. Particularmente, se centra en los resultados y derivados teóricos del análisis de la experiencia de un programa de formación docente de modalidad mixta basado en la práctica reflexiva como modelo didáctico. Se muestra cómo cada competencia docente integra aspectos cognitivos (conocimientos y habilidades) con aspectos actitudinales y éticos. Asimismo, muestra cómo estas competencias responden a las exigencias que la sociedad de conocimiento le hace actualmente a la educación, y a las potencialidades educacionales que muestran tener los entornos abiertos por las Tecnologías de la Información y Comunicación.

Palabras clave: perfil docente - competencias docentes - educación virtual - sociedad de conocimiento

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 197]

Introducción

Los cambios educacionales requeridos por la sociedad del conocimiento, entre los que se encuentra la acelerada incursión de las TIC en los espacios educacionales, solo pueden llevarse a cabo si los programas de formación de educadores experimentan una reorientación encaminada a desarrollar en estos una serie de competencias asociadas con la planificación y conducción de la experiencia de aprendizaje como proyecto de vida; el manejo profundo e integrado de los contenidos; el abordaje de distintas modalidades comunicacionales; el manejo didáctico de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y la organización versátil de los espacios de aprendizaje (Aguerrondo, 2001; Tobón, 2004; Zabalza, 2006).

Es sostenido que la requerida reorientación de los programas de formación docente debe contemplar la integración de las siguientes cinco condiciones: a) énfasis en el diálogo permanente entre teoría y práctica; b) asunción de la transversalidad; c) implementación de modos colaborativos de aprendizaje; d) uso de las Tec-

nologías de la Información y Comunicación (TIC) para crear comunidades virtuales de aprendizaje; e) asunción, de parte de docentes mediadores y docentes en formación, de nuevos roles en el proceso de enseñanza-aprendizaje (Aguaded y Cabero, 2002; Gimeno y Pérez, 2002; Silvio, 2000; Valenzuela, 2010).

Lo anterior, lleva a interrogarse acerca de las competencias docentes que responden a las exigencias de la sociedad del conocimiento y que pueden ser desarrolladas mediante programas de formación inicial y complementaria. La presente ponencia ofrece una propuesta de perfil del docente para la era digital, con base en la integración de fuentes literarias y los resultados de dos investigaciones analíticas hechas por el autor sobre un programa de formación docente de modalidad mixta.

A continuación se presenta, primeramente, un conjunto de referentes literarios pertinentes al tema; posteriormente, y muy brevemente, se describen las dos investigaciones analíticas referidas; finalmente, se definen y describen las competencias que constituyen en perfil que se propone.