

Artículo

Educación mediática 2.0

Mediatic education 2.0

Ana María Soriano Rodríguez*
asoriano@udb.edu.sv

ISSN 1996-1642, Editorial Universidad Don Bosco, año 7, No.12, Julio-Diciembre de 2013, pp. 17-43
Recibido: 25 de agosto de 2013 Aceptado: 1 de octubre de 2013

Resumen

Este artículo aborda al tema de Educación Mediática. Dicha temática, que ha sido poco estudiada en El Salvador, se desarrolla desde la perspectiva que sugiere la UNESCO; es decir, una educación que genere competencias críticas, selectivas y creativas ante los medios de comunicación e información: Por tanto, este análisis se inicia con un referente histórico, las acepciones del término y la opción teórica. Además, se expone la necesidad de tener una mayor incidencia como educadores en el desafiante mundo de las tecnologías de la comunicación e información, no solamente como usuarios y consumidores de éstas, sino como formadores de agentes activos que promueven cambios a través de un uso creativo y responsable.

Palabras clave: educación, medios, educación mediática, alfabetización digital, pedagogía de la imagen, interacción, interactividad, intercreatividad, transalfabetización.

Abstract

This paper approaches the mediatic education. Such topic, which has not been studied in El Salvador, is analyzed under the perspective suggested by UNESCO; that is, an education that develops critical, selective and creative competences toward the information and communication media. Thus, the analysis encompasses the historical background, the conceptual and theoretical frameworks. Besides, it brings out the need to have more involvement of teachers in the challenging world of TIC, not just as users but as trainer of active agents to promote changes in the creative and responsible use of media.

Keywords: education, media, mediatic education, digital literacy, pedagogy of image, interaction, interactivity, intercreativity, transliteracy.

* Profesora investigadora del Instituto de Investigación y Formación Pedagógica (IIFP) de la Universidad Don Bosco. Licenciada en Comunicaciones por la Universidad Don Boscos, Máster en Investigación Social por la Universidad de El Salvador y estudiante de Doctorado en Educación de la Universidad de Costa Rica.

Para citar este artículo: Soriano, A. M. (2013). Educación mediática 2.0. *Diálogos* 12, 17-43.

Introducción

En la actualidad se está inevitablemente en contacto con los diferentes medios de comunicación, además de los tradicionales -radio, prensa y televisión- con todos los que se encuentran a lo largo y ancho de la web. El tipo de mensajes que se transmiten a través de la programación de los diferentes medios de comunicación ha sido objeto de crítica, análisis e investigaciones. Incluso se cuenta con mecanismos que restringen el acceso a ciertas fuentes, sitios webs y programas. Esto ha sido un constante debate que ha llevado incluso a cuestionar la libertad de prensa y el derecho a la información. La censura no ha resultado ser una solución efectiva, ni debe atribuirse la responsabilidad total a los medios. He aquí que la Educación Mediática (EM) conocida también como Educación para Medios y Alfabetización Mediática e Informativa, adquiere un rol activo para contribuir a la formación de receptores y productores de información críticos, selectivos y creativos.

La educación para medios no es un área de creación reciente. La UNESCO (1983) introdujo el término de *educomunicación*, la cual incluye

Todas las formas de estudiar, aprender y enseñar, a todos los niveles y en toda circunstancia, la historia, la creación, la utilización y la evaluación de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas, así como el lugar que ocupan los medios de comunicación en la sociedad, su repercusión social, las consecuencias de la comunicación mediatizada, la participación, la modificación que producen en el modo de percibir, el papel del trabajo creador y el acceso a los medios de comunicación (p. 8).

La definición que ofrece la UNESCO es amplia y clara; no le limita a un medio de comunicación, ni a una tecnología en particular. En cambio, exige una formación al educador y ofrece varias líneas de investigación. No se trata sólo de un uso didáctico de los medios en las aulas, sino de una educación que estimule a repensar lo que se recibe y hace a través de éstos.

Según la UNESCO, este tipo de educación está amparado al Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos "Todo individuo tiene derecho a la libertad de expresión, este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir información y opiniones y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión", por lo tanto una EM es necesaria para gozar y ser responsable ante este derecho. Además, se apega a la Declaración de Grunwald (en UNESCO, 1982) que estima la pertinencia de sistemas políticos y educativos que contribuyan al entendimiento del "fenómeno de la comunicación"; así como también se acoge a la Declaración de Alejandría

(2005) que incluye a la educación mediática e informacional a lo largo de la vida (Wilson, *et al*, 2011)

Buckingham (2005), explica que la educación para medios es el proceso de enseñar y aprender acerca de los medios, el propósito es desarrollar la comprensión crítica y la participación activa. Es decir, que los jóvenes como consumidores de medios desarrollen competencias para interpretar y valorar los productos comunicacionales de los medios, como los que producen ellos mismos. De manera tal que la Educación para Medios se centra en la enseñanza y aprendizaje sobre los medios y no la enseñanza a través de los medios de comunicación como la televisión, radio, software o plataformas virtuales. Más bien, el autor discute el uso didáctico de los recursos tecnológicos en el aula sin cuestionamiento alguno, ya que los medios no son herramientas neutrales al servicio de la información por lo que la educación mediática no deberá confundirse con la tecnología educativa o recursos pedagógicos.

Por otra parte, el desarrollo de las tecnologías de la comunicación y la conectividad han posibilitado un ciudadano que no solo consume información o que la recibe pasivamente ya que actualmente los roles emisor-receptor son intercambiados constantemente. Ante esta realidad, precisa formar audiencias críticas, selectivas y que sepan hacer uso óptimo de estos medios, tanto para los usos como recursos didácticos en caso de la docencia, como para el consumo que de éstos se hace en la vida cotidiana. Con el acceso y desarrollo del internet los medios de comunicación han ocupado el ámbito digital y han trascendido de ser exclusivamente masivos a espacios de comunicación que permiten la interactividad entre grupos específicos sin límites geográficos, ni limitantes de espacios para publicación. Las redes sociales o también conocidas como "social media" son algunas de las que más terreno han ganada en los jóvenes.

Castells (en Nessi, 2009) afirma que Internet exige un mayor nivel cultural y educativo de los usuarios. Los más educados en cuanto al uso de internet y las múltiples posibilidades que éste ofrece, aumentan la capacidad de acción sobre la sociedad y sobre sí mismos. En cuanto a las redes sociales específicamente, el experto en la sociedad de información, estima que éstas pueden tener un amplio uso, desde el intercambio de ideas y culturas hasta la movilización política. Las redes sociales, por ejemplo, se han constituido en una explosión de creatividad, sociabilidad y la capacidad de comunicación puede estar a favor o en contra de unos con otros.

En la sociedad contemporánea, los medios de comunicación (compréndase no sólo los tradicionales), se han convertido en medios que contribuyen a la toma de decisiones. Castells (en Nessi, 2009) afirma además que ya no

debe considerarse a los medios como el Cuarto Poder, pues son mucho más importantes, son el espacio donde se crea el poder. Buckingham (2005) afirma que los medios representan grandes industrias de donde se obtiene la mayor parte de la información tanto políticas, como ideas, imágenes y representaciones reales o imaginarias. Son un recurso de expresión, comunicación cultural e influencia socializadora utilizados por quienes participan activamente de la vida pública. Obviamente todo lo anterior no implica que los medios son infalibles y que aportan una visión única y coherente del mundo; sin embargo han logrado impregnar inevitablemente la vida cotidiana.

Referentes históricos sobre la EPM

Aparici (2005) ha recopilado históricamente la experiencia de educación en los diversos países donde la EM ha formado parte del currículo en las escuelas. Uno de los países pioneros fue Inglaterra, donde se introdujo el cine en la educación en los años 30. En la actualidad este país cuenta con un currículo de primaria y secundaria vinculado con los medios de comunicación.

En los Estados Unidos en la década de los setenta, se inició con análisis e investigación sobre educación para medios. Actualmente a través de *Strategies for Media Literacy* de San Francisco, *Telemedia* de Maryland (Wisconsin), Harvard y North Carolina han tomado un rol activo en este campo de estudio.

Australia y Canadá han incluido un currículo obligatorio para la enseñanza de los medios, así como también se ha fomentado la formación de los docentes. La guía para la enseñanza de los medios elaborada por el Ministerio de Educación y la *Association for Media Literacy* de Toronto ha contribuido a la formación teórica y práctica en los países anglosajones. En cuanto al mundo de habla hispana, España también tiene incluido en su currículo para la educación primaria y secundaria la educación en medios, permitiendo además que cada escuela desarrolle asignaturas optativas.

Por otra parte, entre los países latinoamericanos más recurrentes en cuanto a publicaciones e investigaciones sobre la educación para medios en universidades e instituciones de gobierno, puede mencionarse Chile (Foucauberta, 2009), Colombia (López, 2003), Argentina (Farré, 2005; Fleitas y Zamponi, 2002) y Venezuela (Miquelena, 2005; Sayago, 2007). En Latinoamérica, ha incidido más en la investigación sobre el consumo y recepción. Los objetos de estudio de programas televisivos han estado enfocados en las telenovelas, la recepción televisiva entre jóvenes y adolescentes y la supremacía de estudios culturales (Lozano y Frankenberg 2008), línea que podría considerarse punto de partida, pues para educar es necesario en primer lugar conocer las audiencias, saber a qué se exponen, que consumen y que uso hacen de los medios.

¿Qué se ha hecho en El Salvador? ¿Qué dice el currículo nacional? ¿Qué dicen los programas de estudios dictados por el Ministerio de Educación? ¿Es pertinente desarrollar una línea de investigación sobre EPM en el ámbito salvadoreño? Estas deberán ser preguntas obligatorias del lector. No debe darse respuestas categóricas ante estas preguntas, afirmar que nada se ha hecho al respecto en la educación salvadoreña sería una aseveración muy arriesgada sin antes contar con investigaciones empíricas. Si bien es cierto no se encuentra en los programas de estudio el tema explícito como “Educación Mediática” o similar, si se incluyen objetivos y contenidos orientados a los procesos comunicativos y a las tecnologías de la información y la comunicación, lo cual daría una base para desarrollar una línea de investigación en EPM.

En el documento *Currículo al servicio del Aprendizaje* (MINED, 2008) se detalla en el apartado denominado *Informática* cuyo enfoque de la asignatura

... tiene como finalidad que los estudiantes utilicen las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), como herramientas en procesos de investigación, resolución de problemas. Promueve la adquisición y desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes para la vida académica y laboral, el pensamiento analítico en el uso y aplicación de las Tecnologías de la Información y Comunicación. (p. 32)

Este apartado de Currículo Nacional, implica el desarrollo de cuatro competencias:

- (1) Investigación e Interpretación de Información. Es decir desarrollar en los estudiantes la capacidad para localizar, evaluar y recoger información de diversas fuentes.
- (2) Producción y comunicación rápida y efectiva. Implica la utilización de diversos medios y formatos para comunicar e informar eficazmente a diversos públicos. De manera tal que las TIC sean utilizadas para colaborar, publicar e interactuar con expertos y otras comunidades virtuales. Se hace énfasis que la tecnología se utilizará en función del aprendizaje, la productividad, promover la creatividad.
- (3) Resolución de problemas usando tecnologías. Es decir, aprender a usar la tecnología para la resolución de problemas y toma de decisiones dado que las TIC son herramientas que contribuyen a la interacción de personas en los ámbitos sociales y laborales.
- (4) Utilización ética y eficiente de las TIC. Este punto defiende que el uso instrumental de la tecnología solo será válido si está basado en uso respetuoso, honesto y colaborativo con el fin de contribuir al bienestar de la comunidad y de la sociedad en general.

Este apartado del currículo, definido en el programa de estudios de *Informática*, es el más cercano a la Educación Mediática desde la perspectiva de la UNESCO.

Educación Mediática como una línea de investigación ¿Para qué?

Masterman (1993) esgrime la necesidad de generar conciencia crítica a través del desarrollo de programas educativos que fomenten la autonomía. Este autor considera los medios como *Empresas de Concientización* dada su importancia ideológica y su influencia en las audiencias, no sólo por el tiempo que se invierte en los medios, sino también por su capacidad moldeadora de percepciones e ideas, que no sólo proporciona información acerca del mundo, sino como verlo y entenderlo. Aparici (2005) afirma que en las décadas pasadas, el radio, la prensa, el cine y el cómic fueron los objetos de estudio, sin embargo, con la aparición de los videos juego, multimedia, internet y la telefonía móvil, las investigaciones deben dirigirse hacia éstos. De manera tal que, la educación en medios debe centrarse tanto en el ámbito digital como el análogo.

Buckingham (2010) hace un fuerte cuestionamiento a los medios digitales y las bondades que se le atribuyen sin un análisis de las implicaciones de los nuevos medios que no son tan evidentes. Las audiencias pueden tener un rol activo en la recepción y respuesta a los mensajes que sepan discriminar información y hasta que sean críticas; sin embargo, reconoce que algunos hechos no son del todo conocidos acerca de los medios digitales y por tanto necesitan ser aprendidas, tales como, la dinámica de los medios, como funcionan, su historia, sus usos y efectos dentro de la sociedad. Además, el autor afirma que los nuevos medios ofrecen oportunidades para la participación democrática y la comunicación creativa; sin embargo, no debe caerse en el error que dichas competencias son desarrolladas inherentemente por el simple hecho de tener acceso a la tecnología. Se ha hecho más énfasis en la alfabetización digital entendida como el uso instrumental de los recursos tecnológicos, con escasos cuestionamientos, por lo que es necesario una reflexión y análisis crítico. La web 2.0 y sus herramientas desafían el concepto de información e interpretación y presenta una variedad de significados y oportunidades de participación (Cheung, 2010).

Jenkins (citado por Buckingham, 2010) sugiere que se necesita incentivar y formar a los jóvenes a ser participantes activos en la cultura de los medios, pero no una participación aislada o aparentemente creativa, sino como participantes críticos que hayan desarrollado una amplia comprensión de las dimensiones económicas, sociales y culturales de los medios.

Actualmente es un momento crítico para repensar lo que se ofrece en la escuela en relación a las prácticas de redes sociales en la web. 2.0. Si estos nuevos medios son aprovechados, pueden contribuir a crear generaciones con un mejor desempeño dentro de sus comunidades, generar colaboración y un mejor entendimiento de lo local y global.

Calvert y Wilson (2008) también hacen ver que actualmente se está expuesto a cantidad de medios cargados de mensajes, tales como los films, videojuegos e incluso la música, los cuales por no considerarse masivos han sido descuidados en el campo de la investigación, pero igualmente consumidos por una población infantil y adolescentes que reciben y generan mensajes. Para Castell (2009), con el desarrollo de internet surgió una nueva forma de comunicación interactiva, en tiempo real, la cual el autor denomina autocomunicación de masas, ya no son sólo los grandes medios que producen mensajes, sino cualquier persona que tiene acceso a la conectividad y que éste al menos alfabetizada digitalmente desde la perspectiva instrumental. De manera tal que Internet no es simplemente una tecnología, sino un gran medio de comunicación que constituye la forma organizativa de la sociedad. Es además, el centro de un nuevo paradigma sociotécnico que ocupa parte de la vida cotidiana en cuanto a las relaciones interpersonales y de trabajo.

Los avances tecnológicos exigen una alfabetización que en la mayoría de casos está relacionada a las habilidades técnicas. Por tanto, una educación para medios también debe ser replanteada, ya no sólo incluir los medios, particularmente el cine y la televisión, que han sido los más estudiados (Farré, 2005; Fleitas; Zamponi, 2002; Mahmud e Ismail, 2003; Miquelena, 2005; Posada, 2001; Sayago, 2007), sino también estas nuevas formas de medios de comunicación que permiten un simultáneo intercambio de emisores-receptores a receptores emisores que ha facilitado la web 2.0

El educador para medios debe estar inmerso en estos nuevos procesos, conocer las diferentes dinámicas de organización social que se establecen en la red y hacer de ésta un medio para el desarrollo de movimientos cooperativos, solidarios que sobrepasen el intercambio de información y mensajes.

La EM contribuye a desarrollar un rol activo en la formación de receptores y productores de información dinámicos, creativos, críticos y selectivos. Para que se eduque en medios a través de la escuela y universidades, se precisan de estudios e investigaciones que en primer lugar comprendan el fenómeno ante el cual se enfrentan los educadores actuales, para posteriormente incidir en los procesos educativos. Los avances tecnológicos exigen una alfabetización

que en la mayoría de casos está relacionada a las habilidades técnicas, sin embargo, también es necesario discernir sobre la alfabetización que se tiene sobre la información que se recibe a través de los medios, que producen los mismos usuarios y como ésta es utilizada en pro de una participación ciudadana.

Para Cheung (2010) es vital que la EM provea un marco de referencia que permita a los estudiantes explorar los nuevos medios y prácticas alfabetizadoras dentro de éstos. La educación mediática necesita dirigir la teoría y práctica hacia la información que los estudiantes están produciendo y por la tanto la web 2.0 tendrá necesariamente un impacto en la educación para medios que trasciende el enfoque, tal cual es presentado actualmente en la escuelas y en el currículo en general de los centros educativos que cuentan con una política de educación para medios. En esta sociedad de la información, es necesario no sólo integrar internet en la educación con propósitos didácticos, sino que los estudiantes sean lo suficientemente educados en medios de comunicación -particularmente en lo que compete a este nuevo medio virtual- para optimizar las extraordinarias posibilidades que las redes sociales han abierto. Como Cheung (2010, p. 35) lo expresa, "Tal vez los estudiantes deberían estar involucrados en el desarrollo de un nuevo currículo para la web 2.0 y la educación en medios" (p. 35).

Este desarrollo de las Tecnologías de la Comunicación a través de la web 2.0, exige nuevas respuestas a la Educación Mediática. Buckingham (2000) enfatiza que es necesario desarrollar nuevos enfoque teóricos sobre la EM, ya que hasta ahora se ha centrado la atención en proteger a la audiencia de la influencia de los medios, en el sentido de daños morales, políticos, culturales y del apartado ideológico del estado. Por lo que debe trascenderse de la dependencia de las teorías de comunicación de masas y orientarse hacia una teoría de la enseñanza y aprendizaje de los medios que aborde los retos educativos emergentes a partir de los presaberes de los estudiantes. Una teoría que tome en cuenta la actividad de los estudiantes como constructores de sentido y que ofrezca un balance entre agentes, estructura y las relaciones entre éstos. Es necesario responder a las implicaciones de la tecnología digital que ha combinado la televisión en internet lo que ha provocado que los límites entre la comunicación de masas y la interpersonal sean difusos.

De la misma manera, Hernández (2001) argumenta que la EM se ha centrado en un "activismo pedagógico" y menos en un desarrollo teórico. Esto debido al énfasis en las prácticas de enseñanza orientada a la crítica de medios y en menor medida a una reflexión sistematizada sobre la necesidad de replantear los enfoques conceptuales de dichas prácticas.

La investigación sobre la juventud salvadoreña *Identidades, prácticas y expectativas juveniles al inicio del siglo XXI* realizada por Ramos, Cabrera, Montoya y Benítez (2011) reconoce que “Las tecnologías de la información y comunicación merecen también una reflexión clave (...) permiten encontrarse, para decir quiénes son, qué quieren y que les gusta (...) también construir nuevas redes, otras formas de relación...” (p. 177). Los mismos participantes de la investigación reconocen los peligros que pueden suponer el uso indiscriminado de las redes sociales, pero no advierten aspectos positivos en éstas, no reconocen como redes y medios de comunicación pueden contribuir a recrear espacios de expresión y participación de la juventud salvadoreña. “Los jóvenes identificaron ciertas prácticas de internet, en particular, la información que se transmitía a través de las redes sociales y el Facebook con cierto recelo y reflexionan de manera tajante sobre el peligro de transmitir demasiada información personal en lenguajes que no puede controlarse tan fácilmente”. (p. 177).

Por todo lo anterior, se advierte que la EM requiere de un desarrollo que centre sus esfuerzos en comprender, explicar y educar ante nuevas dinámicas de comunicación que la web 2.0 ha propiciado.

Opciones teóricas para esta línea de investigación

Precisa aclarar las distintas denominaciones que ha recibido este binomio de Educación y Comunicación, así como también definir el apelativo.

Castro (2011) menciona entre estas denominaciones las siguientes: *Educación en medios*, *Educación de Medios*, *Alfabetización Audiovisual*, *Alfabetización Mediática* y *Educomunicación*. Aclara además, que dicha variedad de términos ha influido en la limitación de este campo de estudio y ha contribuido a la confusión semántica al abordar tales conceptos. Además de los anteriores, se mencionan Educación para medios, Educación para la recepción crítica, Educación para la comunicación, Pedagogía de la imagen (Hernández, 2001).

Según Castro (2011), en el contexto anglosajón se han utilizados los términos de Media Literacy y Media Education. Este último ha recibido diferentes acepciones creadas a partir de las traducciones libres que se han hecho al español: Educación para medios, educación en medios y educación sobre los medios. Recientemente con el desarrollo de las tecnologías también se utiliza el término de Alfabetización digital que abre otro debate sobre las definiciones denominadas alfabetización electrónica y alfabetización tecnológica. Dicha alfabetización incluye dos dimensiones, una tecnológica y una informacional. La primera entendida como el conocimiento funcional del para qué de la tecnología. La segunda se concibe como el reconocimiento de la necesidad de información específica, como localizarla, como seleccionar las fuentes

adecuadas, la capacidad de síntesis, evaluación y utilización pertinente de la información. (Ortoll, Casacuberta y Collado, 2007). Esta última muy cercana a lo que establece el Currículo al servicio del Aprendizaje del Ministerio de Educación de El Salvador.

Se opta por el término *Educación Mediática* dado que el interés de investigación sobre *qué* y *cómo* debe enseñarse sobre los medios, ya sean estos los llamados tradicionales (radio, prensa y televisión), así como también los que el desarrollo de las nuevas tecnología han propiciado, tales como medios digitales, redes sociales, entre otros similares.

El término medios abarca todos los modernos medios de comunicación que incluyen la televisión, radio, cine, videos, periódicos, revistas, música grabada, videojuegos e internet. No se ha considerado la acepción de Alfabetización Audiovisual, ni Mediática (media literacy), ya que la primera refiere a la imagen en movimiento y en la actualidad, se ha dado una transición hacia los multimedia, ni la segunda, puesto que lo mediático ha estado relacionado a los grandes medios de masas y como se ha discutido anteriormente, la web 2.0 ha propiciado y facilitado una interactividad y que antes no fue posible con los medios tradicionales. En cuanto a Alfabetización digital, aunque varios autores insisten que trasciende lo meramente técnico e instrumental, tiende a limitarse a estas funciones y centrarse en el carácter restrictivo del uso de la tecnología.

Además, alfabetización, deberá entenderse tal como la define Freire (1970)

Alfabetizar es aprender a leer esa palabra escrita en que la cultura se dice y diciéndose críticamente, deja de ser repetición intemporal de lo que pasó (...). En ese sentido alfabetizar no es aprender a repetir las palabras, sino a decir su palabra, creadora de cultura. (...) La alfabetización no es un juego de palabras, sino la conciencia reflexiva de la cultura, la reconstrucción crítica del mundo humano, la apertura de nuevos caminos, el proyecto histórico de un mundo común, el coraje de decir su palabra. (p. 16-19)

En ese sentido, alfabetizar mediáticamente deberá trascender el uso instrumental y técnico de las tecnologías de la comunicación e información.

Barreiro (en Freire, 1971) se refiere a la alfabetización

—al igual que toda tarea de educación— no puede ser concebida como un acto mecánico, mediante el cual el educador *deposita* en los analfabetos palabras, sílabas y letras. Este *depósito de palabras* no

tiene nada que ver con la educación liberadora. (...) La alfabetización y por ende, toda la tarea de educar, solo es auténticamente humanista, en la medida que se procure la integración del individuo a su realidad nacional; en la medida en que pueda crear en el educando un proceso de recreación, de búsqueda de independencia y, a la vez de solidaridad. (...) Por eso la verdadera educación es diálogo. Y este encuentro no puede darse en el vacío, sino que se da en situaciones concretas. (p. 15-19)

En el caso de la alfabetización digital, de acuerdo al criterio de Freire, debería entenderse no sólo al desarrollo de las competencias digitales, tales como, uso de software, diseño de sitios web, lectura de la imagen audiovisual y sonora, sino también, sobre qué se hace con esos recursos y medios y cómo se conciben críticamente y que interpretaciones se le da a información recibida y emitida por los usuarios.

En cuanto a los términos educomunicación, educación para la comunicación, comunicación para la educación, pedagogía de la comunicación, abordan problemáticas y tópicos más amplios que incluyen desde el uso de las comunicaciones para educar a poblaciones en situaciones específicas hasta el fenómeno de la comunicación en el aula. Por esta razón, para delimitar el tema, se opta por el término Educación Mediática, la cual implica una educación para la comunicación pero centrada en las dinámica de los nuevos medios de comunicación, para desarrollar una autonomía crítica (Kaplum, 1998), es decir que el estudiante logre ser crítico también a futuro, esto especialmente por el tiempo que están expuestos a los medios fuera de la educación formal.

Alcances de la Educación Mediática

Martínez de Toda (1998) expresa que la educación para medios es un proceso que debe formar seis dimensiones educativas en el estudiante: (1) alfabetizado mediáticamente, (2) consciente, (3) activo, (4) crítico, (5) social y (6) creativo.

El sujeto alfabetizado mediáticamente (1) es aquel que puede identificar y decodificar el lenguaje audiovisual desde la perspectiva técnica, pero a la vez es capaz de interpretar el significado representado a través de una técnica, es decir comprender que imágenes, encuadres, textos, encierran una realidad subjetiva deliberadamente creada. Este último aspecto "deliberadamente creada", ya no es exclusivo solo de los medios masivos de comunicación, con las redes sociales cualquier persona que tiene acceso a la conectividad a internet puede publicar mensajes y recibir retroalimentación de esa red ilimitada de personas. El sujeto mediáticamente alfabetizado, será el primer paso para la construcción de un sujeto crítico.

En cuanto al sujeto consciente, (2) Martínez de Toda establece que debe evitarse el énfasis exagerado de los efectos antisociales de los medios masivos de comunicación, más bien, debe orientarse a una educación que especifique cómo funcionan los medios, cuáles son los intereses, especialmente los comerciales, políticos y cómo son consideradas las audiencias. Un sujeto consciente podrá discriminar la abundante oferta mediática y advertir el por qué se enfatizan la violencia, sexo y prejuicios. Consecuentemente llevará a un sujeto activo (3) que deconstruye y construye el significado y análisis discursivo de los medios, no es pasivo, por el contrario, mantiene una activa relación con su mundo alrededor.

En cuanto al sujeto crítico (4) advierte que las proposiciones y representaciones de los medios están distorsionadas o afectadas por la ideología de medio, por lo que puede deconstruir dichas distorsiones frente a una hegemonía, hace explícita la ideología escondida. Además, cuestiona los mensajes transmitidos por el medio a partir de sus propios valores y en confrontación con otros medios

El sujeto social (5) es interactivo con los demás, sabe trabajar en equipo es solidario, participativo y cooperativo. Utiliza los medios de comunicación como un foro para intercambiar y discutir problemas comunes, se preocupa por el bien de los demás, por su comunidad y su sociedad.

Solamente después de formar un sujeto alfabetizado mediáticamente, consciente y crítico, se llegará a un sujeto creativo (6) que puede dar una resignificación de los significados, produce mensajes útiles para la sociedad bajo el respecto de los valores dentro de su contexto en dos vertientes. Primero los mensajes pueden ser expresados y formulados en un nuevo texto a través de cualquier lenguaje, lo cual se alcanza solamente después de convertirse en un sujeto activo y social. Segundo, crea nuevos mensajes y programas originales para otros. Esta es la perspectiva de Kaplum (1998), "no medios que hablan, sino medios para hablar" (p. 8), es decir, se trata de evitar reproducir acríticamente el modelo de los medios masivos, por el contrario, se busca una comunicación participativa, problematizadora, personalizante e interpelante.

Educación Mediática ante el desarrollo de la Web 2.0, redes sociales, interacción e interactividad

El desarrollo de la web 2.0

Inicialmente el contenido electrónico se caracterizaba por ser eminentemente informativo, los usuarios se enfrentaban a una web estática en la que se encontraban limitados únicamente a consumir información. Esta etapa, que se denominó Web 1.0, evolucionó a la Web 2.0 en la que el contenido se hizo

más interactivo, lo que permitió que las personas pudieran conectarse a otras, originando nuevas formas de relación y comunicación entre los internautas (Morato, 2008).

Web 2.0 es un término que acuñado por Tim O'Reilly a partir de 2004 para referirse a la segunda generación de la Web que ofrecería una serie de servicios, tales como las redes sociales, blogs y wikis, los cuales fomentaría la colaboración y el continuo intercambio entre usuarios. Las aplicaciones más representativas son Wikipedia, YouTube, Flickr, WordPress, Blogger, MySpace, Facebook. En esta nueva faceta de la web, además de ser multimedia, se convierte en una plataforma abierta construida sobre la participación de los usuarios.

Cobo y Kuklinski (2007) establecen siete principios constitutivos de las aplicaciones Web 2.0:

1. Web 2.0 como plataforma. Las herramientas de Web 2.0 utilizan su servidor para el almacenamiento de la información y el usuario conectado a la red siempre tiene acceso a ésta. De manera tal que, el producto mejora en la medida que incrementa su uso y se continúa subiendo contenidos. Un ejemplo claro de ello es YouTube, fundada en 2005.
2. Aprovechamiento de la inteligencia colectiva. La Web 2.0 como plataforma de trabajo ha facilitado la participación y la generación de contenidos por parte del usuario. Los usuarios interactúan ya sea de forma tradicional y pasiva a través de los contenidos; o de forma activa, crean y aportan contenidos. Un ejemplo de esto es Wikipedia, donde un usuario puede iniciar la definición de un término, otro corregirlo, aumentarlo o transformarlo. Así, se pasa de ser un simple consumidor de la información a un codesarrollador productivo.

Al mismo tiempo, a través de este ejemplo puede señalarse los problemas de la "arquitectura de la participación". Es decir la confrontación y colaboración entre personas, construida a partir de las personas y no de las tecnologías, es decir, cada vez que una persona crea un enlace (abre una cuenta en twitter or facebook) la red se hace más compleja y por tanto se enriquece (Prato 2010). De acuerdo con el concepto de Castells (2005) la autocomunicación, es decir el rol cambiante que adquieren las actuales audiencias que consumen la comunicación digital ha sido facilitado por la web 2.0. Ante esta nueva dinámica el papel del editor queda relegado y pierde poder sobre la organización y jerarquización de la información.

3. La gestión de la base de datos como competencia básica. Lo más valioso de las diferentes aplicaciones de la Web 2.0 son los datos, ya que el software se ha convertido en un recurso de acceso abierto. El objetivo es obtener una masa crítica de usuarios que produce un volumen significativo de datos valiosos. Esta información considerada clave y usuarios co-desarrolladores otorga valor comercial al producto.
4. El fin de ciclo de las actualizaciones de versiones del software. Esto significa una transición del software cerrado con derechos de uso a un software de servicio gratuito accesible en la web y en combinación con los datos y sin actualizaciones, ni compatibilidades innecesarias. Por ejemplo, Google ofrece de forma gratuita diversos servicios desde motores de búsqueda, mapas, hasta el uso de correo electrónicos. Esto ha iniciado una transformación en el mercado. El objetivo de las empresas de la Web 2.0 es la transformación de prototipos en versiones beta, colocarlos en línea para una prueba de ensayo y error y así aprender del consumo de los usuarios.
5. Modelos de programación ligera. Búsqueda de la simplicidad a través de modelos de programación con énfasis en la reducción de la complejidad. El objetivo es que las aplicaciones crezcan sin complicaciones para el desarrollador y el usuario tenga acceso a los contenidos en la plataforma, independientemente del desarrollador o proveedor.
6. Software no limitado a un solo dispositivo. Las aplicaciones Web 2.0 no están restringidas a las computadoras, ahora se puede tener acceso a través de los llamados teléfonos inteligentes, un ejemplo de ello son las distintas redes sociales (Twitter, Facebook, YouTube.) Además la sindicación, que significa el etiquetado de contenidos de aplicaciones web para su distribución automática a través de diferentes plataformas, por ejemplo, Bloglines o Google Reader.
7. Experiencias enriquecedoras de los usuarios. Estas han sido posibles a través de aplicaciones tales como el caso de Second Life y Blogs. Estos últimos fáciles de crear, aumentan la productividad, facilita la indexación y se visibilizan en los buscadores.

Estos siete principios constitutivos hacen una clara descripción de todas las implicaciones que tiene la Web 2.0 y como las redes sociales inmersas han evolucionado las dinámicas de comunicaciones de los medios tradicionales.

Ahora una Educación para medios ya no solo se enfrenta al consumo crítico de la información, sino a la producción e interacción crítica, intercreatividad responsable, fundamentada de la información que produce el mismo usuario. Para Cobo y Kuklinski (2007), la Web 2.0 refleja la esencia de intercreatividad de la WWW a principios de los noventa. Se piensa como una configuración de tres vértices: tecnología, comunidad y negocio.

El desarrollo y uso de las redes sociales como medios de comunicación social

Internet ha contribuido a la interacción de la Sociedad Red al convertirse en un medio de comunicación, a diferencia de los medios masivos tradicionales, este permite el libre intercambio de ideas, las cuales, como medio de comunicación pueden llegar a modelar concepciones e ideas de quien los lee o escucha e incidir en áreas como la economía o la política.

Por tanto, Internet como tecnología se ha convertido en el nuevo gran medio de comunicación, y así lo reconoce Morato (2008):

Una tecnología se convierte en un medio cuando emplea un código simbólico particular, cuando descubre su lugar en un ámbito social específico, cuando se insinúa en contextos económicos y políticos. En otras palabras: la tecnología es sólo una máquina. Un medio es el entorno social e intelectual que una máquina crea. Y sólo en este sentido decimos que Internet es un medio, pero un medio de comunicación, insistimos, el entorno social e intelectual creado por una máquina que es la suma de varias tecnologías. (p. 2).

Además, el desarrollo de la Web 2.0, según Castells (2009), ha traído como consecuencia el fenómeno de *autocomunicación*, es decir la capacidad de enviar y replicar mensajes de muchos hacia muchos en un tiempo real y simultáneo. En sus propias palabras expresa que

Es comunicación de masas porque potencialmente puede llegar a una audiencia global, como cuando se cuelga un video en YouTube, un blog con enlaces RSS a una serie de webs o un mensaje a una lista enorme de direcciones de correo electrónico. Al mismo tiempo, es autocomunicación porque uno mismo genera el mensaje, define los posibles receptores y selecciona los mensajes concretos o los contenidos de la web y de las redes de comunicación electrónica que quiere recuperar (p. 88).

En virtud de la Web 2.0 la Autocomunicación de Masas ha sido potenciada con el desarrollo de las redes sociales online (social networks) las cuales son

aplicaciones que facilitan a los usuarios conectarse entre ellos por medio de la creación de perfiles donde introducen información personal, invitan amigos y colegas, a formar parte de su red de contacto (Kaplan y Haenlein, 2010). La alta penetración de redes sociales a nivel mundial ha provocado que este medio sea aprovechado por sectores empresariales, los mismos medios de comunicación tradicional, movimientos sociales y partidos políticos.

En la actualidad crecen las comunidades de internautas quienes a través de estos espacios buscan romper con lo establecido. Esto puede verse en los diferentes sitios que destilan una actitud trasgresora en diferentes campos como la política y la religión. Otros, están orientados a dar su punto de vista claramente confrontativo ante los gobiernos expresión de comunidades específicas propias de una sociedad cada vez más fragmentada. Otros grupos simplemente utilizan los espacios de las redes para momentos de ocios, sin beneficios evidentes. En ese sentido, la apuesta a una educación virtual, para el uso y consumo de estos espacios que incidan en una mejor sociedad, que incentiven la participación ciudadana y no que se conviertan en trasgresores sin propuestas de solución.

El consumo vía internet supone una práctica sociocultural que implica la producción de sentidos. Para Martin Barbero (citada por Sunkel 2002) El consumo no es sólo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los usos que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales. El consumo sería una práctica sociocultural en la que se construyen significados y sentidos del vivir con lo cual este comienza a ser pensado como espacio clave para la comprensión de los comportamientos sociales. De tal forma que, para educar en la virtualidad deberá advertirse todas las implicaciones el consumo de medios, los procesos socioculturales y la construcción de significados.

De acuerdo con Viche (2010), Los espacios socializadores tradicionales han sido superados por una nueva red de comunicación, estructuras de contacto e interacción que la virtualidad facilitado. En este contexto, las identidades individuales y colectivas se desarrollan a partir de nuevas estructuras espacio-temporales (sincrónicos y asincrónicos), estructurados a partir de los nexos que determina Internet.

Estos nuevos grupos sociales, formados por comunidades virtuales, foros, chats, grupos colaborativos, movimientos sociales interactuando en red, dan lugar a la afirmación y desarrollo de nuevas identidades individuales, nuevos contextos socioculturales y en definitiva, nuevas identidades que se estructuran a partir

de vínculos de amistad, proximidad, solidaridad, afinidad, intereses comunes, prácticas cooperativas o usos compartidos de la Red. Es decir, tal como lo explica el mismo Viche (2010):

Es, esa capacidad de creación de nuevos espacios en red, la que permite no solo el desarrollo del mercado globalizado, sino una nueva posibilidad de intervención para los movimientos sociales, las colectividades virtuales, las individualidades, posibilidad que va a permitir una redefinición de las prácticas comunicativas, de análisis de la realidad, de la participación, la cooperación, la solidaridad y el desarrollo de lazos comunitarios, prácticas propias de la educación sociocultural. (p. 10)

Además debe considerarse que los nuevos espacios conllevan un rápido contagio social que implica la difusión de información de actualidad combinada con las interpretaciones de los usuarios.

Interacción, interactividad, intercreatividad y transalfabetización

Las redes sociales son estructuras cuyos miembros se relacionan entre sí. Éstas pueden ser de diferentes tipos como financieros, estudiantiles, religiosos, políticos. Éstas han facilitan la interacción, interactividad e intercreatividad. De acuerdo a Gutiérrez (2005) la interacción es una condición esencial e indispensable en un proceso comunicativo.

La interacción es una acción a través de la cual se socializan ideas y se comparten puntos de vista con respecto a un mismo tema y solamente es posible entre personas (no es comunicación entre máquinas), sin embargo no debe entenderse el concepto limitado a un mensaje y una respuesta, sino en una cadena espontánea y coherente entre los usuarios. Tanto interacción como interactividad son imprescindibles, complementarios e integradores (Gilbón y Contijoch 2005).

Osuna (2000) establece que el principio de interactividad en los recursos multimedia ofrece la actuación concreta del usuario, es una características de los sistemas informáticos que permiten el control total o parcial, ya sea a través de la modifican de los programas o documentos o para establecer un dialogo creativo con éstos. Desde la perspectiva exclusivamente técnica, que un recurso permita la interactividad no es sinónimo de calidad, ni que facilite la selección, modificación o creación de datos, sino una participación activa que implica toma de decisiones por parte del usuario y que conlleve una democratización de la comunicación social, que no sea excluyente y que ofrezca una estructura abierta.

En cuanto al término intercreatividad, atribuido a Berners-Lee (2000), trasciende el concepto de interacción hacia la capacidad de crear con otras personas. El creador de la web, la define como una creación social más que técnica, un potente medio de colaboración entre las personas, donde se tiene acceso inmediato no solo para navegar, sino para crear. Berners-Lee (2000: 156) señala que “Deberíamos ser capaces no sólo de encontrar cualquier tipo de documento en la Web, sino también de crear cualquier clase de documento fácilmente. Deberíamos no sólo poder interactuar con otras personas, sino crear con otras personas. La intercreatividad es el proceso de hacer cosas o resolver problemas juntos”.

De esta manera, el concepto de intercreatividad debe comprenderse desde una perspectiva dado el potencial colaborativo que implica el uso de las tecnologías en red, es decir, un ciberespacio para construir y compartir conocimiento entre personas, a través de redes de cooperación recíproca. Además de la capacidad de transferir datos, se agrega un valor estratégico al proceso social de intercambio y a una construcción colectiva del saber, un intercambio creativo que alcance un grado de conocimiento cooperativo que beneficie a todos los que participen de esta interacción. La intercreatividad debe propiciar los mecanismos necesarios para que una comunidad pueda aportar su conocimiento en forma horizontal y organizada que contribuya al desarrollo de un tema o un producto. (Cobo, C.;Pardo Kuklinski, H. 2007).

Para esta investigación, los términos interacción e interactividad deben verse como conceptos interlacionados, dado que la interacción en las redes sociales se da en el sentido que hay una acción social con el otro, se establece una comunicación y retroalimentación, la interactividad existe desde el momento que el usuario crea su propio medio de comunicación en web, en este caso su perfil en las redes sociales que le permite interaccionar e interactuar. La intercreatividad no siempre se da, pero es una oportunidad que está disponible para todo usuario que accede a la web 2.0. Tanto interacción, como interactividad e intercreatividad debería favorecer la colaboración y el desarrollo del conocimiento y la comunicación a través de la red.

De acuerdo con Minguel (2000), se ha empezado a utilizar la red para difundir información o para comunicarse con otros (esto corresponde a la interacción). Además, se elaboran materiales (interactividad) que integran diferentes elementos comunicativos tales como imágenes fijas, en movimientos, textos, sonido, video con elementos propios de los hypermedios (íconos, emoticones, enlaces) a través de estructuras no lineales que presentan propuestas atractivas a los usuarios y en colaboración con ellos (intercreatividad).

Además de los términos de interacción, interactividad e intercreatividad, debe tenerse en cuenta el de *transliteracy* o transalfabetización. Dado que es un término emergente, para comprenderlo se ha recurrido a la visión que ofrecen al respecto los investigadores, Thomas¹ *et al* (2007), Liqueste² (2012) y Fraus-Meigs³ (2012).

La transalfabetización se define como la habilidad para leer, escribir e interactuar a través de las diferentes plataformas, herramientas y medios, desde lo impreso, audiovisual hasta las redes sociales digitales; las cuales han propiciado nuevas dinámicas de la comunicación humana. La transalfabetización es la convergencia de estas múltiples formas. (Thomas *et al.* 2007). OFCOM (2003) la define también como una habilidad para acceder, comprender y crear comunicación en varios contextos y no reemplaza los términos *media literacy* o *digital literacy*, sino más bien los engloba.

Para Liqueste (2012) la transalfabetización tiene como objetivo identificar las habilidades comunes a las tres áreas de la información y comunicación: educación para medios, alfabetización digital y lectura crítica de la información. El prefijo *trans* se refiere: a la *transversalidad*, es decir lo que es común a los medios y sus contenidos; *transformación* (cambio) de la información y sus contenidos; y *transición* que ha llevado a una fase más personal de reflexión y producción de la información. La transalfabetización básicamente significa la capacidad de cuestionarse personalmente sobre las propias actividades en el campo de la información y la comunicación. Requiere una actitud analítica autónoma de desprendimiento de los aspectos superficiales de la tecnología y profundizar en lo desconocido de la tecnología misma y sus formas de info-comunicacionales.

Al igual que OFCOM (2003), Liqueste (2012) sostiene que la transalfabetización aborda la alfabetización digital, alfabetización de redes, alfabetización de internet, alfabetización de medios, solamente para mencionar unos cuantos. Además, deben considerarse cuatro aspectos, en primer lugar, saber evaluar no solamente la naturaleza de la información que se recibe y sus contenidos, sino también, todo el proceso de la producción de contenidos y la secuencia de actividades. Segundo, la capacidad de evaluar todo el potencial del *ambiente informacional socio-técnico* disponible para el aprendizaje y el campo

1. Sue Thomas es escritora y profesora- investigadora de Nuevos Medios de la Facultad de la Universidad de Montfort, UK.. Fundó en 1995 Trace Online Writing Center. Sus líneas de investigación incluyen transalfabetización, social media. [www. suethomas.net](http://www.suethomas.net)

2. Vicente Liqueste Associate Professor, University of Bordeaux, France. Su línea de investigación incluye literacy information.

3. Profesora asociada de la Universidad de la Sorbona. Sus líneas de investigación incluyen los problemas de recepción y uso de las tecnologías de la información y la comunicación. [http://www. divina-frau-meigs.fr/cv.html](http://www.divina-frau-meigs.fr/cv.html)

profesional. Tercero, familiarizarse con los procedimientos operativos, pero que trasciendan el uso instrumental, más bien, que respondan de forma creativa y adopten una postura crítica y analítica frente a los recursos técnico disponibles. La última postura se refiere a mantener una *distancia cognoscitiva* de los resultados inmediatos ofrecidos por los sistemas de información, tales como motores de búsqueda. Aunque estos ofrezcan respuestas para casi todas las preguntas, cuestionarse qué tipo de respuestas ofrecen. Esto obliga a maestros, capacitadores, facilitadores a incentivar en sus estudiantes, habilidades en función de comprender y analizar las herramientas y dispositivos que están a su alcance (Simonnot Gazellot citado por Liqueste 2012)

Frau-Meigs (2012) utiliza el término de *transliteración*. Para la especialista se da una convergencia *entre las dos pantallas*, es decir entre lo analógico y lo digital (pantalla conversacional). Este último supone un vaivén entre diferentes recursos tecnológico que en poco espacio físico permiten la conectividad a las personas. En cuando a las redes sociales enfatiza, no en cuanto a pensarlas como una tecnología que conecta a las personas que están a distancia, sino lo que pasa desde la perspectiva de las personas, es decir el proceso de socialización. En general, de acuerdo a la investigadora, las actividades se inician en línea (online), ya sean laborales, y se continúan incluso los momentos de ocio también en línea. Esto es una realidad, que de acuerdo a Frau-Meigs (2012) ha dejado de fuero los procesos educativos. Las clases siguen siendo *offline*, mientras que los estudiantes permanecen gran parte de su tiempo conectados (que no necesariamente intercomunicados, ni intercreativos) en sus tiempo de ocio e incluso durante el tiempo de clase presencial.

Frau-Meigs (2012), agrega que las dimensiones clásicas, saber leer, escribir, calcular, sigue siendo imprescindibles (capital cultural y social), pero la transalfabetización implica *otra alfabetización* necesaria que requiere de una transdisciplina: ciencias de la comunicación, ciencias de la información y las ciencias de la informática, similar a lo que sostiene Liqueste (2012).

Por otra parte, la transliteracy o transalfabetización insiste en un acercamiento paralelo con la historia, contexto y cultura: Se interesa en las experiencias personales y se enfoca en la interpretación y producción -lo *experencial*, según Frau-Meigs (2012). La Transalfabetización es necesaria en espacios donde esa mezcla de plataformas, recursos multimedia, prensa escrita; por ejemplo, en la cotidianidad una imagen en Flickr⁴ es entendida no simplemente como una fotografía de un evento aislado sino una integración de los conocimientos que el usuario tiene sobre la red social (informática), las razones que llevó a

4. <http://www.flickr.com/> una plataforma-red social para almacenar, publicar y compartir fotografías.

la persona a publicar la imagen (social) y el por qué de algunas personas dejan sus comentarios (interacción). Está claro, que Flickr no es solamente un recurso tecnológico sofisticado para la organización de las fotografías sino un *paisaje sensible con vibraciones residuales*, que el usuario de los recursos transalfabetizadores consumen. De manera tal que, el prefijo *trans* adquiere el significado de *ir más allá o moverse a través de*. Los estudios en relación a la Producción Cultural analiza el cómo (acceso y uso de las herramientas) o el por qué (aspectos sociales, económicos y culturales determinantes), mientras que un estudio transalfabetizador los dos anteriores y además las dinámicas comunicacionales, las narrativas participativas, las prácticas y políticas de colaboración y el desarrollo emergente de la intercreatividad o inteligencia colectiva (Thomas *et al.*, 2007). Prácticas que ha facilitado el desarrollo de la web 2.0.

Mientras que McLuhan (1998) aseguraba que, con la *era de la electricidad* las personas se estaban dirigiendo cada vez más hacia un tipo de información que influiría en la *extensión tecnológica de la conciencia*. Pérez (1998) parece haber predicho el alcance de los actuales medios particularmente a través del desarrollo del Internet

La revolución electrónica que preside los últimos años del siglo XX parece abrir las ventanas de la historia a una nueva forma de ciudad, de configuración del espacio y el tiempo, de las relaciones económicas, sociales, políticas y culturales, en definitiva un nuevo tipo de ciudadano con nuevos hábitos, intereses, modos de pensar y sentir, una forma de vida presidida por los intercambios a distancia, por la supresión de las barreras temporales y las fronteras espaciales. (p. 12)

La transalfabetización tal como ha sido definida, que implica el saber *leer y escribir*, decodificar, participar a través de plataformas multimodales y redes sociales, parece ser la concreción de lo visualizado y advertido por McLuhan y Pérez.

Necesidades de investigación sobre EPM con el desarrollo de la web

De acuerdo con Castells (2009) Internet se ha convertido en el principal entorno de comunicación. En esta sociedad de la información, es necesario no solo integrar internet en la educación, sino que los ciudadanos sean lo suficientemente educados para optimizar las extraordinarias posibilidades que el internet ha abierto. Dado que, una herramienta que da acceso a tanta información requiere, por parte de los consumidores, una educación y un nivel

cultural que oriente sobre que se busca, cómo, dónde, para qué y qué hacer con tantos mensajes. La EPM deberá orientar sobre el uso de internet y no la censura.

Por lo que, una de las necesidades de investigación en la educación para medios debe estar orientada a este nuevo gran medio que ha propiciado no solamente el consumo de información, sino también que ha posibilitado de participación e interacción que la web 2.0 ha propiciado.

Por otra parte, Buckingham (2005), es claro en establecer la necesidad de generar audiencias con perspectiva crítica, analítica ante los mensajes difundidos, pero también plantea la necesidad de educar en la producción. Esta línea también requiere de una mayor atención por parte de los investigadores, la cual debe incluir igualmente la producción que se hace para los medios virtuales.

Además, debe recordarse que los medios no se restringen a los tradicionales, prensa, radio y televisión, sino que actualmente se está expuesto a cantidad de medios cargados de mensajes, tales como los films, videojuegos e incluso la música -medios- que por no considerarse masivos han sido descuidados en el campo de la investigación, pero igualmente consumidos por una población infantil y adolescentes. También, hace falta indagar aún más sobre los efectos prosociales y parasociales. Si los medios están en nuestro contexto y forman parte de la vida cotidiana, entonces, valdría la pena investigar sobre las potencialidades que estos puedan ofrecer en el campo de educación y medios.

Es inevitable que los niños y jóvenes consuman información, contenidos, mensajes, e historias a través de los medios de comunicación; entonces el rol del educador del siglo XXI deberá estar orientado a crear audiencias que dejen de ser consumidores pasivos de los medios y sean capaces de diferenciar hechos de ideologías y propagandas. Está no será tarea fácil, pero si se es mantenida como un eje transversal a lo largo del currículo, es posible que al finalizar la educación básica, lleguen a la educación superior personas que analicen y discriminen información obtenida a través de los medios. Para ello es indispensable la investigación de educación para medios.

En un diagnóstico situacional realizado en la UDB (Soriano, 2012), se evidenció que en las aulas de esta universidad el docente se enfrenta a un generación de estudiantes que han crecido con el uso de las tecnologías de la comunicación. En una de las clases una docente dedicó varios minutos para llamarles la atención por el uso excesivo de los *blackberries*. En otras clases los estudiantes creen pasar desapercibidos con sus *minilaptops* sobre sus escritorios aparentemente

tomando apuntes de clases, cuando en realidad hacen uso de internet, redes sociales, juegos e incluso tienen acceso a sitios bloqueados en el campus (como *youtube*, *facebook*) a través de proxies gratuitos, módems portátiles y teléfonos inteligentes. Independientemente de la carrera que estudian, en el aula de clase los jóvenes realizan múltiples tareas (*multitask*) con la ayuda de diferentes recursos (*blackberries*, *ipods*, *laptops*, módems portátiles) que les ha posibilitado el acceso irrestricto a Internet.

El modelo educativo salesiano de la UDB exige una pedagogía integral orientada al desarrollo de la persona en todas sus dimensiones. Además, exige una formación humana que esté al servicio de la vida, una pedagogía de lo cotidiano, tal cual su nombre, exige valorar las expresiones de crecimiento de los jóvenes sin apartarse del mundo, es decir una educación al servicio de la vida (Bermúdez, 2010). Por lo que, una investigación que persiga una educación en medios, está acorde al contexto pedagógico que exige la UDB.

Como línea de investigación se busca no solamente exponer de manera crítica y descriptiva que los jóvenes hacen con los medios, sino llegar a contribuciones teóricas que permita comprender y educar ante las nuevas dinámicas de comunicación que los nuevos medios ofrecen.

Referencias

- Aparici, R. (2005). Medios de Comunicación y Educación. *Revista de Educación*, 338. En www.revistaeducacion.mec.es/re338/re338_07.pdf Similares.
- Bermúdez, V. (Comp) (2010). *1 Fundamentos Institucionales proyecto de Innovación Curricular Modelo Educativo Ideario Misión Visión* (Vol. I). San Salvador: Editorial Don Bosco.
- Berners-Lee, T. (2000). *Tejiendo la Red*. Madrid: Siglo XXI de España Editores.
- Buckingham, D. (2010). *Do We Really Need Media Education 2.0? Teaching Media in the Age of Participatory Culture*. En Drotner, K. y Schroder, K. (eds) *Digital Content Creation. Practices and Perspectives. New literacies and digital epistemologies Series, Vol. 46*. (pp 287-304) New York: Peter Lang
- Buckingham, D. (2000). Más allá de la dependencia: Hacia una teoría de la Educación para los Medios. *Comunicar* 14, 57-62. En <http://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=14&articulo=14-2000-08>
- Buckingham, D. (2005). *Educación en Medios, Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. España: Ediciones Paidós Ibérica.
- Calvert, S. y Wilson, B. (2008). *The Handbook of Children, Media and Development*. UK: Blackwell Publishing.
- Castells, M. (2005). *La era de la Información* (Vol. 1): Economía, sociedad y cultura. La sociedad real. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza Editorial, S.A.

- Castro, E. (2011). El paradigma Latinoamericano de la Educocomunicación: El Campo para la intervención social. *Metacomunicación*. Recuperado de <http://revistametacomunicacion.files.wordpress.com/2011/10/el-paradigma-latinoamericano-de-la-educomunicacion3b3n2.pdf>.
- Cheung, C. (2010). Web 2.0: challenges and opportunities for media education and beyond. *E-Learning and Digital Media* 7 (4), 328-337. doi.org/10.2304/elea.2010.7.4.328.
- Cobo, C. y Pardo Kuklinski, H. (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva_o medios fast food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic._Flacso México. Barcelona / México DF.
- Farré, M. (2005). Hacia un Índice de la calidad televisiva, la experiencia de Argentina, *Comunicar*, 25. En <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/158/15825155.pdf>.
- Fleitas, A. y Zamponi, R. (2002). Actitud de los jóvenes ante los medios de Comunicación. *Comunicar Revista Científica de Comunicación y Educación* 19, 162-169. En <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=271810>.
- Fontcuberta, B. (2009). Propuestas para la formación en educación en medios en profesores chilenos, *Comunicar* 15 (32), 201-207. En <http://www.revista.comunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=32&articulo=32-2009-23>.
- Frau-Meigs, D. (2012). Conferencia "La "transliteracy" en la era ciber. Perspectivas críticas y pedagógicas sobre la cultura de la información en las redes". Conferencia presentada en Seminario Internacional sobre la cultura de la información en las redes. Universidad Nacional de Educación a Distancia, España. Recuperado de <http://www.rtve.es/alacarta/audios/uned/uned-redes-sociales-educacion-mediatica-aprendizaje-digital-educomunicacion-14-10-12/1554039/>
- Freire, P. (1970). *Pedagogía del Oprimido*. Montevideo: Tierra Nueva
- Freire, P. (1971). *La Educación como práctica de la libertad*. Montevideo: Tierra Nueva.
- Gilbon, D. y Contijoch, M. (2005). Interacción e interactividad en cursos en línea. *Encuentro Internacional de Educación Superior*, Ciudad de México. <http://repositorial.cuaed.unam.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/1420/1/2005-03-30344InteractividadCELE.pdf>.
- Gobierno de Chile, Consejo Nacional de la Televisión, Macan Erickson Informe 0-5 preescolares/toons chilenos. <http://www.cntv.cl/medios/Publicaciones/libroToons2007.pdf>
- Gutiérrez, A. (2005). *La Comunicación Didáctica en los espacios electrónicos de aprendizaje de la educación a distancia*. Centro de Cooperación Regional para la Educación de Adultos en América Latina y el Caribe. México: CREFAL

- Hernández, G. (2001). Introducción a la Teoría para la Educación para Medios. *Anuario Ininco/ Investigaciones de la Comunicación* 13(1). http://www.Bantaba.ehu.es/formarse/ficheros/view/Introducci%C3%B3n_a_la_Teoria_de_la_Educaci%C3%B3n_para_los_medios.pdf?revision_id=56379&package_id=56305.
- Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología (COLCIENCIAS) (2003), *Instituto de estudios en comunicación y cultura*. Universidad Nacional de Colombia Bogotá. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2924621>
- Kaplan, A. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*. 53(1), 59-68; En <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681309001232>
- Kaplan, M. (1998). *Una Pedagogía de la Comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Liquete, V. (2012). Can one speak of an "information transliteracy"? International Conference "Media and Information Literacy (MIL) for Knowledge Societies", 24-28. En June, 2012, Moscow, Russian Federation http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/In_Focus/Liquete_text.pdf.
- López, D. (2003). El consumo crítico de los medios de la juventud y el lenguaje de la discreción como propuesta pedagógica. *Revista Palabra Clave*, <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=64900905>
- Lozano, J. y Frankenberg, L. (2008). Enfoque Teóricos y estrategias metodológicas en la investigación empírico de audiencias televisivas en América Latina: 1992-2007. *Comunicación y sociedad*: Universidad de Guadalajara. http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/cys10_08/cys_10_3.pdf
- Mahmud, R. e Ismail, M. (2003). The value of Bukit Kepong as an Educational Film: a Research. *The Turkish Online Journal of Education Technology, TOJET*. 2(2). En <http://www.tojet.net/articles/227.pdf>.
- Martínez-de-Toda, José (1998). *Metodología para evaluar la educación para los medios: la aplicación con un instrumento multidimensional*. Roma: Pontificia Università Gregoriana.
- Masterman, L. (1993). *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid: Ediciones De la Torre
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The extensions of Man*. USA: New American Library.
- Minguel, M. (2000). Interactividad e interacción. *Revista Interuniversitaria de Tecnología Educativa*. Tomado de <http://mc142.uib.es:8080/rid=1HWJQ10J4-Z1Q8SP3Q9/interactividad%20e%20interaccion.pdf>.
- Ministerio de Educación (2008). *Currículo a servicio del aprendizaje*. El Salvador.

- Miquelena (2005). Aprender a ver TV: experiencia de enseñar un medio a través de otros medios. *Comunicar*, 24. En <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/158/15802414.pdf>.
- Morato, J. (2008). El potencial cultural y político de Internet. *Palabra Clave*, 11(1), 71-86. En <http://www.scielo.org.co/pdf/pacla/v11n1/v11n01a07.pdf>
- Nessi, L. (2009). El lado Oscuro de Internet somos nosotros. *BBC Mundo*. http://www.bbc.co.uk/mundo/participe/2009/11/091118_participe_manuel_castells_mr.shtml
- OFCOM (2003). Media literacy audit—Report on adult media literacy. Independent regulator and competition authority for the UK communications industries. UK. En http://www.ofcom.org.uk/advice/media_literacy/medlitpub/
- Ortoll, E. (Coor.), Casacuberta, D. y Collado, A. J. (2007). *La alfabetización digital en los procesos de inclusión social*. Barcelona: Editorial UOC.
- Osuna, S. (2000). Multimedia: Entornos virtuales e interactivos. Verisón digital: http://www.fca.proed.unc.edu.ar/file.php/23/LIBRO_MULTIMEDIA.pdf
- Pérez, I. (1998). *La Cultura Escolar en la Sociedad Neoliberal*. España: Ediciones Morata.
- Posada, A. (2001). Apuntes sobre la violencia en los programas de televisión. *Comunicar Revista científica de comunicación y educación*, 17, 170-175. En <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/158/15801727.pdf>.
- Prato, L. (2010). Web 2.0: Redes Sociales. Villa María: Eduvim
- Rodríguez, G. (2002). Escuela, Medios y nuevas tecnologías: una caracterización de las prácticas en Bogotá, *Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología*. www.humanas.unal.edu.co/red/index.php/download_file/view/46
- Ramos, G.; Alas, W.; Cabrera, S.; Montoya, A.; Benítez, J. y Marroquín, A. (2011). Identidades, Prácticas y Expectativas Juveniles: Al inicio del siglo XXI. *Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO*, Programa El Salvador.
- Soriano, A. M. (2012). Estrategias de enseñanza y aprendizaje en la universidad. *Diálogos* 10, 42-62.
- Sayago, C. (2007). Los jóvenes no confían: actitud crítica frente a los programas informativos nacionales. *Sociologo Revista de teoría, epistemología, comunicación, cultura y política*, 1. En http://www.sociologando.org.ve/pag/index.php?id=67&idn=10&r_num=1.
- Sunkel, G. (2002). Una mirada otra. La cultura desde el consumo. En *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. Caracas: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela. <http://www.globalcult.org.ve/pdf/Sunkel.pdf>

- Thomas, S.; Joseph, C.; Laccetti, J.; Mason, B.; Mill, S.; Perril, S. y Pullingel, K. (2007). Transliteracy: Crossing divides. *First Monday*. 12(12). En <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2060/1908>
- Unesco (1983). *La Educación en materia de Comunicación*. Paris: UNESCO. En <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002160/216099S.pdf>
- Viche, M. (2010). La educación sociocultural. *Revista semestral para animador@s socioculturales y educador@s sociales* 11. Tomado de <http://quadernsanimacio.net/marioviche/edusocicul.pdf>.
- Wilson, C.; Grizzle, A.; Tuazon, R.; Akyempong, K. y Cheung, C. (2011). *Alfabetización Mediática e Informacional, curriculum para profesores*. UNESCO