

# Pedagogías digitales para la escuela venezolana

*Edixela Burgos*

Socióloga de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Central de Venezuela (2002) Mención Summa Cum Laude. Doctora en Ciencias Sociales (2019). Magíster Scientiarum en Comunicación Social (2008). Profesora Asociado en la Escuela de Sociología de la UCV, de la cátedra Comunicación, así como de talleres y optativas relacionados con la línea de Investigación: “TIC, sociedad y cultura”. Profesora en la Maestría en Comunicación Social (UCV-FHE 2016-2018), Cátedra Teoría de la Comunicación I. Profesora en la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) de la cátedra Sociología de la comunicación (2016 al presente). Coordinadora de la Sub-Unidad de Asesoramiento Académico de la Escuela de Sociología-FACES-UCV (2010-2012). Investigadora del Centro de Investigación de la Comunicación (CIC-UCAB, 2019 al presente). Área de investigación: Estudios Sociales y Culturales de la comunicación.

*Gustavo Hernández Díaz*

Licenciado en Artes (UCV, 1988). Doctor en Ciencias Sociales, mención honorífica (UCV, 2005). Profesor Titular de la UCV (2010). Director del Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB (2018-). Director del Instituto de Investigaciones de la Comunicación, ININCO (2005-2012). Fundador y primer coordinador de la línea Educación, Comunicación y Medios (ININCO, 1990). Fundador y primer director de la Gerencia de Radiotelevisión y Multimedia (UCV, 2007). Fundador y primer director de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Humanidades y Educación (UCV, 1997). Director de la Revista Extramuros (UCV, 1997-2005). Miembro del equipo editorial de la Revista Comunicación del Centro Gumilla (1987). Asesor en la formulación del Doctorado en Sociedad del Conocimiento (UCAB, 2012). Socio de Honor del Grupo Comunicar, veterana asociación profesional de Educomunicación. Universidad de Huelva-España, 2014. Es autor de los libros La investigación en Comunicación Social (2016, 2da. edición); Hablemos de Pedagogías digitales, redes sociales y cibermedios en la escuela (2018, 2da edición).

## Resumen

Este trabajo aborda cuatro temas centrales en torno la pedagogía de los medios, a saber: 1. Panorama de la situación de la educación y la comunicación en Venezuela en estos últimos veinte años. 2. Tendencias investigativas sobre la cultura digital. 3. Teoría y práctica de la educación mediática. 4. Recomendaciones para un proyecto de alfabetización en medios de comunicación.

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

## Digital pedagogies for the Venezuelan school

### Abstract

This work addresses four central issues around media pedagogy, namely: 1. Overview of the situation of education and communication in Venezuela in these last twenty years. 2. Research trends on digital culture. 3. Theory and practice of media education. 4. Recommendations for a media literacy project.

Keywords: education; communication; media; digital culture

## **1.- Comunicación, educación y medios en la Venezuela actual**

Cualquier sistema dictatorial renuncia a acatar el pacto democrático y el Estado de derecho. Venezuela no escapa de esta realidad política desde hace veinte años. La civilidad debe prevalecer ante la barbarie. El Estado democrático debe honrar el imperio de la ley, de la equidad y de los derechos humanos. Debe abrir las compuertas de la sociedad de la comunicación. Que no es propaganda y adoctrinamiento. Que sí es multiculturalidad, acceso y participación a narrativas, códigos y medios sin perder de vista la moral del comunicar desde la perspectiva ética y deontológica.

Un diagnóstico apresurado nos permite destacar un elenco de atipicidades de enorme gravedad en el orden comunicacional y educativo, en estos últimos años:

Abundan estudios académicos sobre un fenómeno social que se ha dado en llamar Hegemonía comunicacional. Sistema de gobierno que contempla leyes y decretos en materia de comunicación, promulgados de manera discrecional con el propósito de asfixiar la libertad de comunicar y de informar. Con el fin primordial de imponernos el Plan de la Patria (2013-2019) suerte de constitución paralela, que opaca abiertamente el pacto democrático consagrado en la Carta Magna de 1999.

El Plan Patria no es simple declaración de principios épicos. Se ha aplicado con total eficacia en el sector de las comunicaciones. Los diagnósticos académicos hablan por sí solos: Cierre de canales y de emisoras de radio, con anuencia de la Comisión Nacional de Comunicaciones. Creación de un sistema gubernamental de medios. Uso abusivo de cadenas y propagandas oficiales que limitan la libertad de informar sobre los ingentes problemas sociales. Plan patriótico que fomenta el imperio de la política gubernamental en medios de comunicación con sus efectos perversos: Blackout informativo, autocensura (lesión mortal a la naturaleza moral y de ontológica del quehacer periodístico) y clausura de programas de opinión. El gobierno se hace de medios de comunicación con la participación de testaferros, y como si esto no fuese suficiente, la reciente modalidad de coacción oficial consiste en limitar la adquisición de divisas para que los periódicos independientes no puedan seguir circulando en el país. Internet y satélites patrióticos están en manos de CANTV oficial.

El sector educativo venezolano también acusa la amenaza del gobierno. El currículo escolar está sesgado por la visión política y prusiana del régimen, obstaculizando la posibilidad de un Estado docente democrático. El eufemismo “Estado docente” significa, en entro términos, Gobierno

adoctrinador. No es “Estado” porque rechaza los valores universales democráticos. Tampoco es “Docente” porque niega abiertamente los fundamentos morales y deontológicos de las pedagogías modernas que fomentan la libertad de pensamiento, la diversidad cultural, la creatividad y la innovación, el aprender a pensar y contrastar la realidad desde diversos puntos de vista.

La doctrina oficialista no da cabida a proyectos de comunicación y cultura a favor del desarrollo humano. Ni mucho menos alberga dentro de sus intereses una sociedad de la comunicación y del conocimiento. El diálogo y el saber están en terapia intensiva. Los textos distribuidos por el Ministerio de Educación: Lenguaje, Historia, Ciencias Sociales, Ciencias Naturales y Matemáticas develan sesgo político, según estudios recientes de la UCAB.

El gobierno ha declarado que Venezuela es territorio libre de analfabetismo, sin embargo, el censo elaborado por el Instituto Nacional de Estadística en 2011, reporta 1.101.706 ciudadanos analfabetos, que equivalen al 4.9% de la población general. Otra cifra preocupante: En 16 años, la educación primaria ha sufrido un duro golpe con la ausencia de 63.425 niños menos en esta etapa del sistema educativo, según informes del Centro de Investigaciones Educativas de la UCV. Y nos preguntamos: ¿Qué están haciendo estos niños? (Hernández Díaz, 2018)

En síntesis, en lo educativo y lo comunicacional, no estamos ante un Estado docente ni ante un Estado comunicador; todo lo contrario, estamos ante un gobierno adoctrinador en el campo educativo y ante un gobierno difusor de propaganda que cuenta, en la actualidad, con una infraestructura de medios masivos y de redes sociales nunca imaginado en la historia de la comunicaciones en Venezuela. Pese a este escenario mediático controlado por el oficialismo; la audiencia prefiere migrar a la televisión por suscripción, hacer un uso democrático del zapping, antídoto de monólogos presidenciales y establecer prácticas culturales en la Internet o en dispositivos móviles.

## **2.- Hablemos de los prosumidores**

Un estudio reciente que llevamos a cabo en el Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB (Hernández Díaz, 2019), destaca las siguientes preferencias temáticas que deberían considerarse en un programa de cultura digital donde los prosumidores tienen la palabra:

1.- Generación líquida. La interactividad en las redes sociales es otro de los asuntos que prevalece en los estudios venezolanos en comunicación. Es una modalidad comunicativa de la sociedad red o de la era digital que no se basa exclusivamente en el diálogo entre dos personas, sino que la interacción tiende a propagarse a otros cibernautas, conocidos o no, geográficamente dispersos en escenarios locales y globales. Interactividad líquida de Zygmunt Bauman (1999), que acontece en cualquier espacio mediado por el presentismo y la rapidización; la sincronía temporal ya no es un impedimento para la convocatoria virtual.

2.- Temas interactivos. Sobre la interactividad en la redes sociales se han estudiado estotópicos: a) el sentido, las representaciones y el uso cotidiano de la telefonía móvil; b) la cibergráfica en las cuentas de Twitter; c) la ciber-opinión en torno a la telenovela; d) la generación interactiva venezolana y los hábitos de uso de la computadora y el acceso a Internet; e) las representaciones del cuerpo femenino en Facebook.

3.- Alfabetización mediática e informacional. Se constatan trabajos empíricos en lo atinente a las competencias comunicacionales de estudiantes de bachillerato y, por otro lado, se indaga la apropiación social de herramientas digitales en el ámbito del periodismo venezolano. En ambos casos se requiere de la educación mediática y de las competencias digitales para un uso consciente, alfabetizado y creativo de la Internet.

4.- SecondLife. También se observa la producción comunicativa de la identidad en los entornos virtuales (blogs, correos electrónicos, páginas web, dispositivos móviles, juegos y chats), tema psicosocial muy asociado con el interaccionismo simbólico. Los estudios sobre la identidad digital examinan, entre otros asuntos, cómo los individuos se describen y se re-inventan a sí mismos en tanto que asumen diferentes identidades en la red.

5.- “La televisión es la pantalla con mayor penetración en los hogares de los niños venezolanos. Cualquier otra actividad que tengan que hacer los adolescentes, la combinan con la televisión, esta les acompaña, aunque sea como sonido de fondo.” (Calderín, Bringué, Sádaba, 2011, p. 28)

6.- Ciber-participación en la sociedad. No existen conclusiones definitivas sobre el impacto de Internet en la participación cívica y política en la sociedad venezolana. Para algunos estudios la participación cívica es incipiente en nuestro país; se afirma que las comunidades de

Interpretación virtual no cristalizan acuerdos que promuevan movilizaciones concretas a favor de un cambio social. Otros estudios, en cambio, sí valoran el proceso de diálogo entre los cibernautas ya que pueden intercambiar opiniones sobre temas emergentes en un entorno nacional signado por la polarización política, el cierre de medios de comunicación y la violación de los derechos humanos.

### **3.- Teoría y práctica de la educación mediática y digital**

Daremos cuenta de algunos fundamentos pedagógicos que permitan comprender la cultura digital de nuestro tiempo a partir de los aportes nos brinda en este sentido autores emblemáticos en el campo de la educomunicación: Joan Ferrés, David Buckingham, Manuel Area, Jesús María Aguirre y la Unesco.

Hemos manifestado, en diversos trabajos, que el Ministerio de Educación en Venezuela no ha incorporado la educación en materia de comunicación en sus planes, programas y textos escolares. Desidia significativa si consideramos que niños y adolescentes interactúan diariamente y durante horas con la Internet, celulares y aplicaciones promovidas por las industrias infomediáticas. Por su puesto, ven televisión por suscripción y on line. La generación milenio en su rol de prosumidor, genera contenidos a escala global, acceden a videojuegos, se integran a comunidades virtuales para reforzar valores familiares, escolares, culturales, sociales y suscriben antivalores, xenofobias, homofobias y bullying.

#### **1.- Unesco: Alfabetización Mediática e Informativa**

La alfabetización mediática e informativa es una propuesta educativa de la UNESCO, que se formaliza en el año 2011 en el marco de las declaraciones de Grünwald (1982), Alejandría (2005) y la Agenda de Paris (2007), y que descansa en la premisa de que es necesario fomentar la autonomía crítica y creativa en torno a la sociedad de la comunicación y de la información.

Sociedad alfabetizada en medios masivos e Internet fortalece el ejercicio democrático de la comunicación y de los sistemas de información. En esta dirección, la educación mediática e informativa planteada por la UNESCO se apoya en el 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 informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.

Señalaremos cuatro de las competencias, conocimientos, destrezas y actitudes, que recomienda la UNESCO para desarrollar la Alfabetización Mediática e Informativa en entornos presenciales y virtuales de enseñanza y aprendizaje:

Comprensión del papel de los medios y de la información en la democracia. Ciudadanos con formación mediática y digital serán más conscientes de las funciones de las comunicaciones en condiciones de libertad, independencia y diversidad cultural. Gobierno que niega la comunicación y que tergiversa la información es imposible que cumpla con tres de los pilares esenciales de un sistema democrático: Transparencia administrativa, Rendición de cuentas y Participación cívica. Pilares que según la UNESCO (2011) “son difíciles de alcanzar si no se tienen sistemas de medios e información que sean abiertos. Estos sistemas pueden servir para estimular que una sociedad civil sea vibrante o posea una cultura cívica”. (p.25)

Comprensión del contenido de los medios y de sus usos. Los medios no operan en el vacío sino que forman parte del tejido social. Cuando los medios son silenciados o se autocensuran hay que preguntarse por el estado de salud ética y deontológica de la democracia. Pensar la comunicación, los medios masivos e Internet supone construir una visión integral que conecte analíticamente tres elementos: los textos que producen los medios, el contexto histórico y sociocultural y los valores que proyectan los textos en la sociedad. Y segundo: se debe examinar “las formas en que las personas utilizan los medios en sus vidas personales y públicas, las relaciones entre los ciudadanos y el contenido de los medios así como el uso de los medios para una variedad de propósitos”. (Ibid: p.31)

Acceso y evaluación de la información. “El acceso a la información es esencial tanto para la democracia como para el desarrollo.” (Ibid: p.66). Ciudadanos que cuentan con información de calidad y relevante son capaces de participar en la sociedad de manera constructiva y propositiva. Según la UNESCO es necesario seguir estos criterios para determinar el tipo de información que se requiere: “Reconocer los contextos culturales, sociales y otros dentro de los cuales la información fue creada y comprender el impacto del contexto al interpretar la información.” (Ibid: p.33). Verificar contenidos con otros tipos de documentos y otros puntos de vista: “Utilizar un rango de estrategias

para interpretar los textos de los medios: Sacar conclusiones, hacer generalizaciones, hacer una síntesis de los materiales revisados, referirse a imágenes o información en los medios visuales que apoyen un punto de vista” (Ibidem). Ponderar lo que se dice, lo que se sobredimensiona y lo que se omite. Comprensión de los formatos nuevos y tradicionales en los medios.

“Internet provee grandes oportunidades para mejorar la vida de todos los usuarios. Tiene efectos positivos en la educación, en el mundo del trabajo y en el crecimiento económico. Los niños y jóvenes a menudo tienen un gran conocimiento de sus aplicaciones y pueden beneficiarse tremendamente de su uso, pero también los niños son vulnerables.” (Ibid:130)

Estos son los riesgos y amenazas asociados a Internet: Contenido ilegal (racismo, pornografía infantil). Incitación al daño (sitios en Internet que incitan el suicidio, anorexia, sectarismo). Violación de los derechos humanos y difamación. Publicidad inadecuada y mercadeo audiovisual para niños. Invasión de la identidad (utilizar la identidad de otras personas para cometer fraude comercial). Grooming y Bullying (víctimas de acoso y de abuso).

## **2.- Alfabetización digital crítica**

David Buckingham (2005), pionero en el desarrollo de la Educación Mediática en el Reino Unido, formula una serie de premisas fundamentales sobre la alfabetización en medios digitales que aplica también a los medios tradicionales (televisión, radio, medios impresos, cine).

Según su opinión: El uso de las tecnologías en las escuelas está desfasado si se compara con el uso que de éstas hacen los estudiantes en contextos extraescolares. Se tiene que criticar el uso instrumental-funcional de la tecnología; esto es, cuestionar la idea de que las tecnologías son herramienta neutral de información. De allí la necesidad de promover modalidades de alfabetización digital desde enfoques críticos que, desde hace más de 50 años, se han producido en la enseñanza de los medios en el ámbito mundial.

La alfabetización digital comprende tanto la lectura crítica como la escritura o producción de los medios digitales. Se parte de la premisa que uno de los aspectos más positivos de la alfabetización consiste en que el estudiante produzca y distribuya contenidos digitales.

Uno de los retos de la escuela radica en establecer conexiones con las culturas digitales de niños y adolescentes; reconquistar el aula de clases implica reconocer, a toda costa, las culturas extraescolares mediadas por tecnologías, en un mundo cada vez dominado por los medios electrónicos.

Buckingham formula las bases conceptuales para el estudio de los medios digitales y tradicionales: representación, lenguaje, producción y audiencia.

Representación: los mensajes son una versión mediada del mundo; los medios no son una ventana transparente sobre el mundo. Esto significa que se selecciona y se interpreta aspectos de la realidad desde mediaciones sociales que determinan gustos y preferencias. En este mundo de representaciones hay que prestar atención a estos factores: realismo, veracidad, presencias y ausencia, sesgos y objetividad, estereotipos, interpretaciones, influencias.

Lenguaje: no es suficiente con utilizar lenguajes sino saber cómo funcionan. Por lo tanto, la cuestión es comprender la gramática de los medios a partir de estos aspectos: significados, convenciones, códigos, géneros, opciones, combinaciones, tecnologías. El lenguaje mediático es la combinación ponderada entre el análisis y la producción de los propios textos mediáticos.

Producción: Los texto mediáticos se codifican de manera consciente, esto es, desde motivaciones comerciales, políticas, altruistas, psicosociales y culturales. Se requiere entonces conocer quién emite el mensaje y por qué lo hace desde estos aspectos: tecnologías, prácticas profesionales, industria (propietarios), conexiones entre los medios, regulación, circulación y distribución, acceso y participación.

Audiencia: supone identificar cuál es la intención de los medios con las audiencias y cómo éstas interactúan con los medios. Es necesario atender a estos asuntos: fijación de objetivos (cómo apelan los medios); tratamiento (cómo hablan los medios); distribución (cómo llegan los medios); usos (cómo se usan los medios); interpretación (cómo se negocia el mensaje), disfrute (cuál es el nivel de satisfacción mediática), diferencia sociales (influencia de sexo, edad, clase social, trasfondo étnico en la audiencia).

### **3.- Comprender la sociedad red**

Jesús María Aguirre (2016) indica que las sociedades de información se desarrollan con la aparición de la comunicación móvil y la explosión de las redes sociales. “La cuestión fundamental en unas Sociedades de la Información, en la que sobreabundan datos, es cómo transformarlos a través de la apropiación social en Conocimiento válido para el desarrollo comunicacional y el bienestar de las sociedades, concebidas democráticamente como Sociedades de la Comunicación. (ibid:19).

Aguirre distingue un elenco de cambios en la producción social de la información en las sociedades del conocimiento y de la comunicación:

La infomediación es un soporte indispensable para difundir la información y la comunicación en las redes, mediante servicios (red telefónica conmutada, Internet, servicios IP), conexiones (transmisión por cable y haces hertzianos), soporte (fibras ópticas, coaxial, etc.), infraestructura (lecho red).

Los cibernautas son prosumidores: emisores y receptores, productores y consumidores. Esta categoría de análisis aborda un elenco de tópicos de orden psicosocial, cultural, económico y político. Citemos algunos: usos y apropiación cultural en entornos virtuales; identidades y ciudadanías; educación digital; gobierno electrónico; ciber-activismo social y político. Cuando hablamos de prosumidor nos estamos refiriendo a las capacidades resemantizadoras de los cibernautas (migrantes y/o nativos digitales), en comunidades de interinfluencias (WassApp, Twitter, Facebook, Instagram, videojuegos online).

En el fondo lo que se infiere es la Mass Self Communication, la Autocomunicación de Manuel Castells. Es el paso del modelo vertical y unidireccional de la difusión masiva al modelo interactivo y multidireccional de las redes sociales.

Contenidos audiovisuales y flujos de datos (estadísticos de los gobiernos, operaciones bancarias, divulgación científica, educación virtual, marketing digital) aventajan a las noticias periodísticas. La sobreinformación de señales y estímulos visuales capturan nuestra atención. Provoca un deseo constante de novedad e inmediatez “aun a sabiendas de su futilidad”. (Ibid:28). Es humanamente imposible memorizar volúmenes de mensajes provenientes de sistemas hipercomplejos.

La rapidización (nombre derivado de los rápidos fluviales), “se asocia tanto al incremento de las innovaciones y a la aceleración de los procesos productivos como a la reducción de los ciclos de vida de los productos, que se vuelven aceleradamente obsoletos.” (ibid: 30). La supervigilancia se manifiesta en la teleseguridad, sanción electrónica (arresto con pulsera electrónica), tarjeta de memoria, GPS y telepago.

Wikipedia es la gran enciclopedia digital globalizada. Muy consultada por sectores académicos. De fácil y rápido acceso a la información o desinformación (según como lo veamos desde nuestro campo cultural). Abre las compuertas de la participación y motiva el trabajo colaborativo para desarrollar contenidos. Se le critica su falta de confiabilidad, exactitud y validez informativa.

Hoy, en gran parte, la discusión, aunque no es tan novedosa, se ha desplazado hacia problemas internos de concepción estratégica, hacia el tema de la exactitud científica y la fiabilidad de fuentes con sus sesgos, así como los problemas éticos inherentes a esta revolución tecnológica imparable de los big data. (Ibid:69).

El desafío en todo caso frente a Wikipedia es de orden educativo. Se requiere explicitar criterios para leer con espíritu atento y advertido los contenidos digitales. Es imprescindible verificar, comparar y contrastar Wikipedia con otros portales académicos especializados cuyos artículos han sido arbitrados por las comunidades científicas. Es una manera de contrarrestar la rapidización y la infobesidad o sobreabundancia.

Aguirre concluye formulando dos recomendaciones para leer de manera creativa las enciclopedias digitales:

Por una parte, la adquisición de competencias para saber qué información necesito y para qué según su pertinencia, dónde buscarla, como encontrarla y recuperarla, con el objetivo de generar un nuevo conocimiento a través de procesos mentales de análisis, síntesis y evaluación. Y por otra parte, el discernimiento de los dilemas éticos que conciernen a la producción social de la comunicación verdadera en términos de objetividad, pertinencia y validez de datos, las interpretaciones dependen de los terminales humanos y de sus registros cerebrales. (ibid:77)

#### 4.- Los millenials y la alfabetización digital

Area, Borrás y San Nicolás (2015) proponen un modelo educativo de alfabetización digital para adolescentes y jóvenes, cuyas vidas se desenvuelven en entornos cada vez más digitales, propio de la sociedad y cultura del siglo XXI. Dicho modelo, expresa por un lado, los ámbitos de aprendizaje que un ciudadano debe poseer sobre los distintos escenarios de la Web 2.0, y por otro lado, se exponen las competencias y habilidades requeridas en todo proceso alfabetizador (instrumental, cognitiva, expresiva-comunicacional, axiológica y emocional).

El primer elemento de este modelo de alfabetización, se refiere a los ámbitos de aprendizaje en la cultura digital, los cuales se centran en lo que debe saber un ciudadano alfabetizado con respecto al uso de las Web 2.0, para que pueda participar de forma activa y crítica en los diferentes ecosistemas digitales. Dichos ámbitos son: la Web 2.0 como Biblioteca Universal, como Mercado Global, como Microcontenidos enlazados hipertextualmente, como Comunicación Multimedia, como Redes Sociales y como Entornos virtuales).

**Tabla 1 Los ámbitos alfabetizadores dentro de la web 2.0**

Aprender a usar la WEB 2.0 como una biblioteca universal	Esta dimensión se relaciona con la complejidad que supone la búsqueda de información, por lo cual se pretende desarrollar competencias y habilidades que permita al sujeto localizar, seleccionar y analizar la información.
Aprender a usar la WEB 2.0 como un mercado de servicios	Esta dimensión de la alfabetización se orienta con la formación crítica del consumidor y del ciudadano, ya que la compra o gestiones administrativas en la red, no solo requiere de habilidades para saber elegir productos y realizar pagos, sino que los ciudadanos deben formarse como trabajadores y consumidores conscientes de sus deberes y derechos en la red.
Aprender a usar la WEB 2.0 como un puzzle de	Esta dimensión tiene que ver con la habilidad que debe desarrollar el sujeto para saber navegar en la red, de un documento a otra unidad de información, de forma que el sujeto sea capaz de

microcontenidos interenlazados	reinterpretar las diversas narrativas y organizar las diversas formas hipertextuales de información.
Aprender a usar la WEB 2.0 como espacio público de de comunicación en redes sociales	Esta dimensión se refiere a la capacidad de participar en diversas comunidades través de redes de telecomunicaciones, de forma que puedan desarrollar comportamientos sustentados en la colaboración e intercambio de información.
Aprender a usar la WEB 2.0 como un espacio de expresión multimedia y audiovisual	Esta dimensión de la alfabetización tiene que ver con la capacidad del sujeto, para analizar y producir textos en formato multimedia y lenguaje audiovisual. La finalidad es que los sujetos desarrollen la habilidad, para crear productos audiovisuales, publicar y difundir en entornos digitales.
Aprender a usar la WEB 2.0 como un territorio de experiencias virtuales interactivas	Esta dimensión tiene como finalidad que los sujetos dispongan de habilidades para interactuar en entornos virtuales tridimensionales (realidad inmersiva, aumentada o realidad virtual). Los individuos deben adquirir habilidades de interacción no solo con las maquinas, sino también con la propia información y los otros sujetos que se conectan en tiempo real.

Area, Borrás y San Nicolás, 2015, p. 28

El segundo elemento del modelo teórico de la alfabetización, se refiere a cinco ámbitos competenciales ante la cultura digital, a saber: instrumental, cognitivo, sociocomunicacional, axiológico y emocional, que se van dando de forma simultánea en el sujeto que aprende.

**Dimensión instrumental:** Se refiere a las habilidades técnicas que se deben poseer para el uso de cada tecnología, como son los conocimientos sobre el hardware (como es instalar aparatos informáticos) y del software o programas informáticos (dominio de sistemas operativos, aplicaciones en la web y demás dispositivos tecnológicos).

**Dimensión cognitivo-intelectual:** Es la adquisición de conocimientos y habilidades que les permitan a los sujetos la búsqueda, selección, análisis e interpretación en contextos de superabundancia informativa. Lo que se pretende, es que los sujetos puedan usar la información de

una forma crítica y autónoma, además de otorgarle significado dependiendo de los ámbitos de acción social.

**Dimensión sociocomunicacional:** Son las habilidades que se refieren a la creación de textos en diversos formatos (hipertextuales, audiovisuales, icónicos, tridimensionales, entre otros), para luego ser difundidos a través de diversas plataformas y lenguajes. Se persigue que los individuos desarrollen respeto, empatía y colaboración en sus procesos de interacción en las redes sociales digitales.

**Dimensión axiológica:** Se trata que los individuos adquieran plena consciencia de las implicaciones que tiene Internet y las redes sociales en los diversos ámbitos de nuestra vida social, política y cultural, por lo cual es necesario que el uso de la información en los ámbitos tecnológicos se geste desde valores democráticos y prácticas éticas.

**Dimensión emocional:** La alfabetización de esta dimensión, se haya relacionada con el aprendizaje y manejo de las emociones de una forma asertiva dentro de los entornos virtuales, en especial lo que implica la construcción de una identidad digital y los procesos de sociabilidad que tienen lugar dentro de Internet y las redes sociales digitales.

El modelo teórico propuesto por Area, Borrás y San Nicolás (2015) para la alfabetización de la ciudadanía en contextos de cultura digital, implica que los sujetos adquieran habilidades, pero también competencias técnicas e intelectuales que les permita interactuar dentro de los entornos virtuales de una forma autónoma y crítica, siendo capaz no solo de buscar información, sino de compartir la misma, luego de un proceso de internalización, todo ello dentro de contextos de respeto, tolerancia y valores éticos.

## **5.- La competencia mediática de la ciudadanía**

La propuesta educativa de Ferrés y Piscitelli (2015), responde a la exigencia de revisar los parámetros desde los cuales se imparte la educación mediática, considerando los significativos cambios que se han dado en las últimas décadas en los entornos comunicativos (nuevos dispositivos tecnológicos y prácticas comunicativas). De ahí, que se piense en la articulación de dimensiones e indicadores, para el desarrollo de la nueva competencia mediática, la cual ha sido desarrollada a partir de los aportes de 50 expertos en el área. Este modelo se estructura en seis dimensiones: lenguajes,

tecnología, procesos de interacción, procesos de producción y difusión, ideología y valores, y dimensión estética. A su vez, también se gira en torno a dos grandes ámbitos: la producción de mensajes propios y la interacción con mensajes ajenos. En la Tabla N° 2, se presentan, algunos de los rasgos sobresalientes de estas dimensiones:

**Tabla 2: Competencia mediática: dimensiones e indicadores según Ferrés y Piscitelli (2015)**

<b>Dimensión</b>	<b>Ámbito del análisis</b>	<b>Ámbito de la expresión</b>
1. Lenguajes	- Capacidad para interpretar los códigos de representación en un mensaje. - Capacidad de analizar los mensajes en función de las estructuras narrativas, género y formato.	-Capacidad de expresarse a través de diversos sistemas de representación y significación. - Capacidad de elegir entre diversos sistemas de representación y estilos, para determinar los contenidos a transmitir de acuerdo al tipo de interlocutor.
2. La tecnología	-Comprensión del papel que desempeñan las tecnologías de información y comunicación en la sociedad. -	-Habilidad para manejar) herramientas comunicativas en contextos multimedial y multimodal.
3. Procesos de interacción	- Capacidad para	- Actitud activa en la

	<p>seleccionar, razonar y interacción con las autoevaluar la dieta pantallas, potenciando una mediática en función de ciudadanía más crítica y criterios conscientes.</p> <p>- Capacidad para razonar por qué gustan determinados productos mediáticos, qué deseos y necesidades satisfacen.</p>	<p>- Capacidad para desarrollar un trabajo colaborativo mediante las plataformas y redes sociales.</p>
<p>4. Procesos de producción y difusión</p>	<p>-Conocimiento de las diferencias básicas entre las producciones individuales y colectivas, entre las populares y corporativas (de titularidad pública o privada).</p>	<p>- Capacidad para trabajar de forma colaborativa en la elaboración de productos multimedia o multimodales.</p> <p>- Capacidad para seleccionar mensajes, apropiarse de ellos y luego producir nuevos significados.</p>
<p>5. Ideología y valores</p>	<p>- Habilidad para buscar, organizar, contrastar y sintetizar información proveniente de diversos sistemas y entornos.</p> <p>- Capacidad para detectar de forma crítica los intereses o intenciones en las producciones corporativas o populares (ideología, valores explícitos o latentes).</p>	<p>- Capacidad para usar las herramientas del nuevo entorno comunicativo para comprometerse como ciudadanos.</p>
<p>6. Estética</p>	<p>- Sensibilidad para</p>	<p>-Capacidad para apropiarse</p>

---

reconocer una producción y transformar producciones mediática que no cumpla artísticas, ampliando los con los requerimientos procesos de creatividad, mínimos de calidad estética. innovación, experimentación y sensibilidad estética.

---

El modelo propuesto por Ferrés y Piscitelli (2015), persigue abordar las competencias comunicativas que los sujetos deben desarrollar para interactuar en entornos comunicativos caracterizados por la era del prosumidor, de ahí que las dimensiones e indicadores que se plantean para este modelo, se estructure alrededor de dos ámbitos: el análisis y la expresión, ya que los ciudadanos desarrollan la competencia mediática, interactuando no solo con los mensajes producidos por los demás, sino también deben ser capaces de producir y expandir sus propios mensajes.

De forma que, la educación mediática debe centrarse, no solo en incorporar en el proceso de enseñanza aprendizaje aspectos propios de las innovaciones tecnológicas, sino que deben incluirse las aportaciones que provienen del campo de la neurobiología, sobre todo en lo referente a las emociones y la influencia del inconsciente en los procesos de razonamiento, en especial cuando los individuos están frente a las pantallas, por ello el modelo propuesto hace especial no solo en el aspecto mediático, sino también en los cambios ocurridos en la mente (procesos del inconsciente) así como en la dimensión emocional.

#### **4.- Alfabetización en medios de comunicación y cultura digital**

Proponemos algunas directrices generales para la alfabetización en medios de comunicación, que solo es posible dentro de un auténtico Estado democrático, con modernas políticas públicas de educación y comunicación:

Uno: Interdisciplinariedad. El campo de la comunicación y de la educación requiere establecer mayores lazos para estudiar la presencia globalizada de los medios masivos, Internet y de las tecnologías de punta en nuestra vida cotidiana. Ello supone una pedagogía edu-comunicacional que reflexione sobre la sociedad de la comunicación y del conocimiento. Una pedagogía crítica que sea capaz de plantear propuestas para comprender la convergencia tecnológica, el multi-tasking o acceso

simultáneo a múltiples pantallas y modalidades de ciber-interactividad. Una pedagogía que dé cabida al sosiego y no al apresuramiento para aprender a pensar y ofrecer soluciones concretas a una sociedad, hoy más que nunca mediada por la Internet y tecnologías móviles. Si nos dejamos seducir por la inmediatez y la instantaneidad se corre el riesgo de incurrir en prácticas educativas instrumentales, memorización irracional de contenidos y encantamiento mediático y tecnológico.

Dos: Medios y mediaciones sociales. La educación en medios propone metodologías para comprender los discursos mediáticos y la interacción de la audiencia con los medios y sus mediaciones sociales (familia, grupos sociales, escuela), desde diversas dimensiones: lenguaje, estética, tecnología, interacción, producción y valores. Contempla además tres objetivos centrales: primero, alfabetización mediática y digital, segundo, producción de contenidos audiovisuales y tercero, estudiar el sentido de los medios desde la realidad personal, local y global para generar un aprendizaje integral y significativo en la escuela y en ambientes educativos no formales.

Tres: Conocer a las audiencias y prosumidores. Es necesario conocer a las audiencias de los medios y a los productores y consumidores digitales. Dice un refrán: Si quieres enseñar latín a Pedro tienes que conocerlo y obviamente saber latín. Hay que elaborar manuales a partir del conocimiento psicosocial de las audiencias que disponer de metodologías descontextualizadas de la vida cotidiana. Propiciar estudios académicos sobre caber-recepción y consumo cultural es dar cuenta de realidades que aún no han sido exploradas en profundidad, cuales son: usos culturales de entornos virtuales; comunidades públicas y privadas en redes; ciudadanía y gobierno electrónico; ciberperiodismo, y los nuevos emisores y productores en la red. De modo que conocer a las audiencias implica mejores condiciones pedagógicas para favorecer un cambio democrático en los procesos de recepción y producción.

Cuatro: Democracia comunicacional. Educar en medios es educar en valores para fortalecer la civilidad y la democracia comunicacional. Alfabetizar, incentivar la creatividad y la innovación, no es suficiente en tanto no aprendamos a contrastar mensajes audiovisuales y de Internet con los valores humanos universales. Educar en medios implica aprovechar las tecnologías a favor de un aprendizaje colaborativo y socializado, problematizador y propositivo. Ocurre que la reflexión crítica y el aprender a compartir cara a cara o en comunidades virtuales, requiere de un ejercicio moral permanente, basado en la modestia para reconocer que el aprendizaje es de por vida y que cobra sentido compartiendo el con saber. Hay que aprender a razonar y ponderar el exceso de información y

desinformación que fluye en las redes sociales y examinar sus fuentes dominantes de información. Por ello son temas claves de la pedagogía en medios: ciudadanía, democracia, comunicación, políticas públicas de comunicación, brecha digital, acceso y participación, siempre en condiciones equitativas y sin sesgos políticos e ideológicos.

Cinco: acceso y participación. El acceso y la participación no se decretan desde una posición gubernamental. Ello implica negar la libertad de expresarse y de establecer comunicación entendida ésta como construcción y disputa de sentidos y la búsqueda permanente de la armonía de los contrarios en el terreno moral y práctico. Sin embargo, se requiere de la mediación pedagógica para que los ciudadanos aprendan a contrastar valores y antivalores, ficción y realidad, diversidad cultural y sectarismo ideológico, información y desinformación, democracia y autoritarismo. Cabe recordar lo que señala Antonio Pasquali (2007, p.3): acceso y participación es la “capacidad igualmente ejercida de recibir y emitir mensajes, bases constructivas de una Opinión Pública no manipulada”.

Seis: Moral del comunicar. El fundamento moral de la pedagogía de los medios abrevia de la teoría de la comunicación de Antonio Pasquali; teoría que según palabras de este investigador contiene seis ingredientes esenciales: “Libre Acceso a fuentes de información públicas y privadas, la Libre Recepción de mensajes de cualquier origen, la Libre Escogencia de un Código expresivo, la Libre Elección de un Canal comunicante, la Libre delimitación de los públicos perceptores y la Libre Elección de sus Contenidos o mensajes. Nada más y nada menos que eso”. (Ibidem). Tamaña tarea que debe encarar un nuevo proyecto democrático en materia educativa y comunicacional. Y añado que la libertad concebida con estos seis ingredientes requiere de alfabetización mediática y digital, para garantizar el uso y la producción de contenidos en igualdad de oportunidades y desde un enfoque ético y deontológico.

## Conclusiones

1. Pensar en un proyecto alfabetizador en medios de comunicación en el país, pasa necesariamente por comprender las diversas dinámicas que se interrelacionan e inciden en su posible aplicación, en especial en un contexto de profunda crisis que atraviesa las diversas estructuras en Venezuela.

2. Al remitirnos a las propuestas sobre pedagogías digitales para la escuela venezolana, nos situamos en comprender no solo el ámbito educativo, sino también comunicacional. Con respecto a este último, estamos ante un Estado que se actúa en el escenario mediático desde prácticas de censura y control acérrimo de la libertad de expresión, por lo que la audiencia ha migrado a otros espacios como lo es Internet y las redes sociales, para establecer otras formas de interacción y construir otros marcos de acceso a la información y al propio conocimiento.
3. Deliberar sobre las pedagogías digitales para la escuela venezolana, es un ejercicio de discernimiento, cuya ruta de viaje, debe centrarse en comprender no solo las profundas transformaciones acaecidas en el escenario sociotecnológico, sino pensar en los estudiantes desde la figura del prosumidor, cuya vida gira en torno a diversas comunidades de interinfluencias, y en Internet, donde tiene lugar muchos de sus procesos de aprendizaje. Así que, no se puede abordar las prácticas pedagógicas al margen de la red de redes.
4. Sobre los fundamentos pedagógicos centrados en la cultura digital, autores como Ferrés, Buckingham, Area y otros, centran sus bucles teóricos, en fomentar la necesaria autonomía de pensamiento y perspectiva crítica de las audiencias, por lo que se requiere el desarrollo de conocimientos, destrezas y actitudes que permitan producir, consumir y comunicarse en los sinuosos caminos de la sociedad red.
5. En el caso venezolano, se proponen no solo directrices para la alfabetización en los medios, sino que se reflexiona sobre la imperiosa necesidad de contar con un Estado democrático que permita la formulación y ejecución de políticas públicas en las áreas de educación y comunicación.

## Referencias

Aguirre, Jesús María (2016). *Comprender la sociedad red: Comunicaciones y Educación*, Centro Gumilla, Caracas.

EDIXELA BURGOS, GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ  
Area, M. Borrás, J. y San Nicolás, B. (2015). “Educar a la generación de los Millennials como ciudadanos cultos del ciberespacio. Apuntes para la alfabetización digital”- *Revista de estudios de juventud*, septiembre N° 109 Fundación Atenea. Recuperado de 2019 de [https://issuu.com/injuve/docs/revista\\_estudios\\_juventud\\_109](https://issuu.com/injuve/docs/revista_estudios_juventud_109)

Buckingham, David (2005). *Educación en medios: alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*, Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona.

Calderín, Mabel; Bringué, Xavier; Sádaba, Charo (2011): “Incidencia de las pantallas del celular, el videojuego y la TV en la dinámica de la generación interactiva venezolana”. *Temas de Comunicación* N°22. UCAB: Caracas.

Ferrés, J. y Piscitelli, A. (2012). “La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores”. *Comunicar*, N° 38, v. XIX, 2012, Revista Científica de Educomunicación.

Hernández Díaz, G. (2018, 2da.edición). *Hablemos de... Pedagogías digitales, redes sociales y cibermedios en la escuela*, Abediciones, Caracas.

----- (2019). “Prosumidores, audiencias y consumo cultural en Venezuela (2005-2018)”, *Revista Comunicación*, N°185, Centro Gumilla, Caracas.

Pasquali, Antonio (2007). *La libertad de recibir y emitir mensajes en el nuevo marco jurídico y político nacional*. Reprografía. Caracas.

UNESCO (2005). Informe mundial hacia las Sociedades del Conocimiento. Recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000141908>

----- (2011). *Alfabetización mediática e informacional: currículo para profesores*, UNESCO, Quito.