

ALFABETIZACIÓN DIGITAL Y DESARROLLO DE COMPETENCIAS: NUEVOS RETOS A LA VISTA

CLAUDIA BENASSINI FÉLIX*
Universidad La Salle Ciudad de México

RESUMEN

Este trabajo ofrece una caracterización de la alfabetización digital, con énfasis en el desarrollo de competencias en los destinatarios. Presenta tres ejemplos de tipologías, sus diferencias y posibilidades de combinación, ubicando las dimensiones axiológica y web 2.0 en una posición transversal. Las conclusiones se relacionan con dos variables que intervienen en una propuesta de alfabetización digital: el cambio de modelo comunicativo, las hipermediaciones y la confluencia de ambas variables en la actividad del prosumidor en materia de alfabetización digital.

PALABRAS CLAVE

Alfabetización digital, competencias, hipermediaciones, prosumidor.

ABSTRACT

This paper provides a characterization of digital literacy, with an emphasis on skills development in the target. It presents three examples of types, their differences and possible combinations, placing the axiological dimensions and web 2.0 in a transverse position. The findings are associated with two variables involved in a proposed digital literacy: the changing communication model, the hypermediacy and the confluence of two variables in the activity of the prosumer within digital literacy processes.

KEY WORDS

Digital literacy, skills, hypermediacy, prosumer.

* Doctora en Antropología Social por la Universidad Iberoamericana. Profesora Investigadora, Universidad La Salle Ciudad de México.

Introducción

Desde hace aproximadamente tres décadas la alfabetización mediática forma parte de la agenda en comunicaciones, primero en la Comunidad Europea, después en otras latitudes. Definida genéricamente como “el desarrollo de competencias para formar ciudadanos críticos de cara a los contenidos mediáticos”, la propuesta se ha incorporado al quehacer de los comunicadores desde la academia, la investigación y al activismo de los Organismos No Gubernamentales, entre otros campos. Desde el inicio del siglo XXI, en el marco de la Sociedad del Conocimiento, el término ha cambiado su nombre por el de Alfabetización Digital, para ajustarlo a los nuevos escenarios comunicacionales. Este trabajo se articula a una investigación sobre el tema actualmente en curso. Tras una breve caracterización del concepto, enfatiza la relevancia del desarrollo de competencias, acompañada de tres ejemplos. Las conclusiones giran en torno a los retos que representan para la alfabetización digital el nuevo modelo comunicativo, las hipermediaciones y el papel de estas variables en el prosumidor-comunicador.

De alfabetización mediática a alfabetización digital¹

De acuerdo con Alfonso Gutiérrez y Kathleen Tyler, una de las definiciones más extendidas y que mejor recoge el enfoque dominante de finales del siglo XX es la propuesta por el Ministerio de Educación de Ontario:

Con la alfabetización mediática se pretende que los estudiantes desarrollen una comprensión razonada y crítica de la naturaleza de los medios de comunicación de masas, de las técnicas que utilizan y de los efectos que estas técnicas producen. Más en concreto se trata de una educación que propone incrementar la comprensión y el disfrute de

¹ Por razones sobre todo de espacio, este apartado proporciona únicamente un primer acercamiento a la definición original y a su tránsito hacia la Alfabetización Digital. Cabe señalar, sin embargo, que la literatura que da cuenta de este proceso es abundante y detallada en cuanto a la evolución de los conceptos.

los alumnos al estudiar cómo funcionan los medios, cómo crean significados, cómo están organizados y cómo construyen la realidad. La alfabetización mediática tiene también como objetivo desarrollar en los estudiantes la capacidad de crear productos mediáticos (en Gutiérrez y Tyler, 2012:33-34).

En este contexto, como se mencionó en la Introducción, el concepto “Alfabetización Mediática” y sus primeros desarrollos se originaron en la Comunidad Europea, especialmente en España e Inglaterra. Su propósito, también mencionado a grandes rasgos, se traducía en el desarrollo de competencias y habilidades para propiciar el espíritu crítico en las audiencias, de cara a los contenidos mediáticos. La propuesta derivó en diversas actividades insertas en procesos de educación formal e informal, que van desde la primera infancia hasta la vida adulta. En un segundo momento al análisis y crítica de medios se sumó el desarrollo de la capacidad para generar nuevos contenidos y de interactuar vía los medios digitales. Así describe José Manuel Pérez Tornero la nueva faceta de la Alfabetización Mediática:

Hasta hace bien poco, la alfabetización mediática era entendida como la capacidad de autonomía y de interpretación crítica ante los mensajes de los medios. Hoy en día, el énfasis fundamental de esta nueva alfabetización hay que ponerlo, además, en la capacidad de generar nuevos contenidos, de interactuar y de participar en las nuevas relaciones que tejen las nuevas redes. Capacidad de interpretación y capacidad de creación se hallan unidas, y la mejor expresión es el concepto de apropiación. Apropiación personal y colectiva de las nuevas posibilidades ofrecidas por los medios, apropiación orientada a servir a las metas y objetivos conscientes de los individuos. Esto consistirá la nueva alfabetización mediática (Pérez Tornero, 2008:23).

En el mismo año la Unesco introdujo un elemento adicional. Si bien los primeros desarrollos en la materia se concentraban en el análisis de los contenidos de entretenimiento, la recomendación se orientaba hacia la importancia de la información. “Trata así de in-

tegrar, por un lado, *a*) la tradición de la alfabetización informativa, ocupada en cuestiones tales como las necesidades informativas, el acceso, localización, evaluación, organización y uso ético de la información y las tecnologías de información y comunicación sobre el enfoque informacional; *b*) la alfabetización mediática” (Pérez Tornero y Tayie, 2012:12).

Carolyn Wilson añade un ingrediente adicional. La nueva propuesta, llamada indistintamente Alfabetización Digital o Informacional,² se enmarca en el fomento al diálogo intercultural y en el apoyo del docente a este proceso:

Está vinculada con la ayuda a los profesores y a los estudiantes para el desarrollo de una comprensión crítica e informada sobre cómo operan diferentes medios de información y las tecnologías, sobre cómo pueden los actores educativos hacer uso de ellos, sobre cómo se organiza la información y se crean significados en los medios de comunicación, y sobre cómo evaluar la información que ellos transmiten. La alfabetización mediática e informacional también involucra el uso ético de los medios, de la información y de la tecnología, así como la participación democrática y el diálogo intercultural. Es, a la vez, un área de contenido y una forma de enseñar y aprender: no se trata sólo de la adquisición de habilidades técnicas, sino que comprende también el desarrollo de marcos y acercamientos de sentido crítico (Wilson, 2012:16).

La misma autora proporciona una síntesis adicional del nuevo panorama que presenta el tránsito de la alfabetización mediática a la informacional:

La alfabetización mediática e informacional es definida como “las competencias esenciales —habilidades y actitudes— que permiten a los ciudadanos interactuar con los medio de comunicación y otros proveedores de informa-

2 La literatura revisada da cuenta de cómo una parte de los estudiosos de la materia utiliza “Digital” e “Informacional” como sinónimos, mientras que otros se refieren a la segunda más en términos del desarrollo de habilidades en el terreno computacional.

ción de manera eficaz y desarrollar el pensamiento crítico y las aptitudes para el aprendizaje a lo largo de la vida para la socialización y la puesta en práctica de la ciudadanía activa”. La MIL³ está relacionada con el proceso de entendimiento y uso de medios de comunicación y otros proveedores de información, así como con tecnologías de la información y la comunicación (Wilson, 2012:16).

Un último aspecto a destacar se refiere a la importancia de la ideología y los valores como parte del proceso de alfabetización digital. Para García, Ramírez y Rodríguez, se trata de una dimensión que

...adquiere especial protagonismo, sobre todo, cuando se atiende a “la actitud ética a la hora de descargar productos (...) la documentación o el visionado de entretenimiento”. O cuando se aboga por la posibilidad de aprovechar “las nuevas herramientas comunicativas para transmitir valores y para contribuir a la mejora del entorno, desde una actitud de compromiso social y cultural” o “para comprometerse como ciudadanos y ciudadanas de manera responsable en la cultura y en la sociedad” (García, Ramírez y Rodríguez, 2014:17).

Hasta aquí un primer acercamiento a la caracterización de la alfabetización digital, con el propósito de orientar al lector sobre su evolución y tendencias recientes. Esta caracterización será de utilidad para mostrar la importancia que para los expertos en el tema tiene el desarrollo de competencias a través de este proceso.

Desarrollo de competencias a través de la alfabetización digital: ejemplos

Pere Marqués define la competencia digital como “la combinación de conocimiento, habilidades y capacidades en conjunción con valores

3 Siglas de “Media Informational Literacy”: Alfabetización Mediática e Informativa.

y actitudes, para alcanzar objetivos con eficacia y eficiencia en contextos y con herramientas digitales. Esta competencia se expresa en el dominio estratégico, asociadas respectivamente a las diferentes dimensiones de la competencia digital” (en Pérez y Delgado, 2012:31)⁴. Asimismo, se trata de una situación que se pretende alcanzar por varias vías, una de ellas la alfabetización digital.

Para Manuel Área, una persona alfabetizada digitalmente...⁵

...es aquella que, además de saber manejar herramientas digitales, domina los códigos y las formas expresivas de cada uno de los lenguajes vigentes (el textual, el audiovisual y el hipertextual), así como que posee las competencias para seleccionar la información, analizarla, transformarla en conocimiento y saber difundirla y comunicarla socialmente a través de las TIC. En otras palabras, la alfabetización digital implica no sólo saber utilizar las herramientas y artilugios digitales, sino también ser competente para utilizarlos en la búsqueda de información, en el análisis y contraste de la misma, en la producción e intercambio de contenidos culturales, así como en la colaboración e interacción social con otras personas (Área, 2012:8-9).

Por su parte, Martí, D’Agostino, Vega y Sanz consideran que una persona alfabetizada cuenta con las siguientes destrezas (2008:13):

4 Por adecuarse a los objetivos de este artículo, esta definición fue seleccionada de entre las desarrolladas en el Estado del Arte de la investigación en curso.

5 El autor añade una síntesis de los ámbitos del aprendizaje que permiten indicar que una persona es competente en tecnología y cultura digital: *a)* Adquirir sin dificultades las habilidades de uso de cualquier herramienta, recurso o software basado en la tecnología digital de forma continuada. *b)* Buscar, localizar y comprender la información empleando los recursos de Internet mediante distintos dispositivos tecnológicos para resolver problemas vinculados con su vida, trabajo o actividad laboral. *c)* Expresarse mediante distintos tipos de lenguajes, formas simbólicas y tecnologías y, en consecuencia, saber difundir públicamente las ideas propias mediante presentaciones multimedia, blogs, wikis o cualquier otro recurso digital en la Web 2.0. *d)* Comunicarse e interactuar socialmente con otras personas a través de los recursos de la red (correo, foros, videoconferencias, redes sociales, etc.), desarrollando actitudes y emociones socialmente democráticas y positivas (Área, 2012:9-19).

- Dominar el “arte del pensamiento crítico”, realizando juicios de valor informados y equilibrados, distinguiendo entre el contenido y su presentación.
- Lectura, escritura y comprensión en un contexto de hipertexto dinámico y no secuencial.
- Construcción de conocimiento: construir un conjunto de información fiable proveniente de diversas fuentes, con la capacidad de recoger y evaluar tanto el hecho como la opinión, en lo posible con objetividad.
- Habilidades de búsqueda utilizando el concepto de los motores de búsqueda de Internet.
- Creación de una “estrategia personal de información”, que incluye selección de fuentes, mecanismos de distribución y entendimiento de nuevas tecnologías que facilitan el acceso a múltiples fuentes de información sin interacción manual.
- Participación activas en comunidades virtuales con el fin de contactarse con otra gente, debatir temas, compartir lecciones aprendidas y saber pedir ayuda.
- Capacidad para comprender un problema y seguir los pasos para resolverlo.
- Capacidad de aprender: saber cómo se organiza el conocimiento, cómo encontrar la información y cómo utilizar la información de forma que otros puedan aprender (recirculación del conocimiento).

Retomando las recomendaciones de la Unesco, Gutiérrez y Tyler caracterizan a la alfabetización digital desde la óptica de la sociedad de la información. Además, su propuesta considera a la alfabetización mediática e informacional como...

...la capacidad de pensamiento crítico para recibir y elaborar productos mediáticos. Esto implica conocimiento de los valores personales y sociales y de las responsabilidades derivadas del uso ético de la información, así como la participación en el diálogo cultural y la preservación de la autonomía en un contexto con posibles y difícilmente detectables amenazas a dicha economía. La alfabetización mediática e informacional se centra en cinco posibles competencias básicas a las que nos referimos como “las 5 Ces”: comprensión, pensamiento crítico, creatividad, consciencia intercultural y ciudadanía (Gutiérrez y Tyler, 2012:36).

En este sentido, los tres ejemplos sobre las características de una persona alfabetizada digitalmente nos conducen a la importancia del desarrollo de competencias para alcanzar estos perfiles. García, Ramírez y Rodríguez añaden a estas características la importancia de los valores señalada en el apartado previo:

La educación mediática con base tecnológica es pues fundamental si lo que queremos es formar individuos creativos, participativos, libres, pero también dotados con altas dosis de responsabilidad y de visión crítica. Incorporar la alfabetización mediática en el currículum escolar, desde las primeras edades, es un requisito necesario para lograr esa sociedad prosumidora que se viene impulsando desde instituciones y organismos internacionales. La alfabetización mediática entendida de esa manera ha de favorecer procesos de enseñanza y aprendizaje que se centren tanto en la educación de la recepción del mensaje comunicativo, como en la producción y emisión crítica y creativa, colectiva y dialógica, consciente y emocional (García, Ramírez y Rodríguez, 2014:17).

Una última aportación a este desarrollo la proporcionan Manuel Área y Teresa Pessoa, quienes destacan la importancia del saber hacer de un sujeto alfabetizado con respecto al uso de Internet 2.0. Para ello, proporcionan un cuadro resumen en el que identifican seis dimensiones,⁶ “describiendo los ámbitos de aprendizaje que

6 Biblioteca universal, mercado global, microcontenidos entrelazados hiper-

debe propiciar cualquier plan, proyecto o programa alfabetizador del tiempo actual. Estos seis ámbitos o dimensiones representan los “contenidos” de la alfabetización, ya que la formación plena e integrada de un ciudadano del siglo XXI requiere que éste sepa actuar y participar de forma activa en los múltiples planos que se entrecruzan en la web 2.0” (Área y Pessoa, 2012:18).

Las dimensiones o ámbitos alfabetizadores ante las nuevas formas culturales de la Web 2.0

Aprender a usar la Web 2.0 como una biblioteca universal.	Surge como respuesta a la complejidad del acceso a las nuevas fuentes bibliográficas distribuidas en bases de datos digitales. Se pretende desarrollar las competencias y habilidades para saber buscar la información con un propósito dado, localizarla, seleccionarla, analizarla y reconstruirla. Es la alfabetización informacional.
Aprender a usar la Web 2.0 como un mercado de servicios.	Tiene que ver con la formación crítica del consumidor y del ciudadano. La compra de productos o la realización de gestiones administrativas online requiere no sólo tener las habilidades de adquisición y pago, sino también formarse como trabajador y consumidor consciente de sus derechos y responsabilidades en la red.
Aprender a usar la Web 2.0 como un puzzle de microcontenidos entrelazados.	En su papel de alfabetización se dirige a la capacitación del sujeto como individuo que sabe navegar de forma consciente por la red de un documento o unidad informativa a otra, que es capaz de reinterpretar y construir su propia narrativa de significados a partir de unidades básicas de contenidos que, aparentemente están separados, pero que el sujeto les otorga un discurso. En definitiva, que domina las formas hipertextuales de organización de la información tanto como consumidor como productor de mensajes culturales.
Aprender a usar la Web 2.0 como espacio público de comunicación en redes sociales.	Se refiere a la capacidad de participar de forma plena en comunidades o grupos humanos interconectados a través de redes de telecomunicaciones y, en consecuencia, desarrollar comportamientos sociales basados en la colaboración e intercambio de información compartida.

textualmente, comunicación multimedia, redes sociales y entornos virtuales.

Aprender a usar la Web 2.0 como un espacio de expresión multimedia y audio-visual.	Se desarrolla con la finalidad de formar al alumnado como sujeto con capacidad para analizar y producir textos en formato multimedia y lenguaje audiovisual. Persigue formar a los sujetos tanto para el consumo crítico de los productos audiovisuales así como para su producción, publicación y difusión a través de los entornos digitales. Es la alfabetización multimedia y/o audiovisual.
Aprender a usar la Web 2.0 como un territorio de experiencias virtuales interactivas.	Supone disponer de las habilidades para interactuar en entornos virtuales tridimensionales de realidad inmersiva, simulada o aumentada. Requiere adquirir habilidades de interacción no sólo con la máquina, sino también con la información y con otros humanos en tiempo real y/o diferido para tomar decisiones inteligentes.

Fuente: Área y Pessoa, 2012:19.

Como puede observarse, cada dimensión corresponde a un objetivo a tener en cuenta para llevar a cabo una intervención en el campo. También implica el desarrollo de las competencias a través del proceso de alfabetización digital. Cabe subrayar que uno de los puntos de partida para la alfabetización digital es el modelo educativo basado en competencias. De acuerdo con Gutiérrez y Tyler,

En la alfabetización de nuestra era, en este modelo de educación integral que proponemos para el nuevo milenio, atención especial merece lo que se ha dado en llamar “competencia digital”, que viene a unirse al maremágnum terminológico y que en nuestra opinión está más cerca del término inglés “digital literacy” que lo está “alfabetización digital”. (...) Desde la última década del siglo XX se viene hablando del aprendizaje basado en competencias, lo que se ha convertido ya en lenguaje oficial de las autoridades educativas europeas. La Comisión Europea de Educación ha establecido unas competencias clave o destrezas básicas necesarias para el aprendizaje de las personas a lo largo de la vida y ha animado a los estados miembros a dirigir sus políticas educativas en esta dirección (Gutiérrez y Tyler, 2012:36).

Pérez y Delgado complementan la información sobre este modelo:

...tiene elementos interesantes que constituyen un avance en la manera de plantearse, afrontar y buscar soluciones a algunos de los problemas y de las dificultades más acuciantes a los que se enfrenta la educación. Quizá lo más destacado y sugerente sea la idea señalada por Perrenoud de “ser capaz de activar y utilizar los conocimientos relevantes para afrontar determinadas situaciones y problemas”, algo que está muy presente en relación con los retos que la sociedad plantea a la educación. Una perspectiva que contemple la integración de los medios y las tecnologías de información y la comunicación, es decir, que fomente el espíritu crítico, la creatividad y la posibilidad de expresión sin fronteras, más allá de cortapisas de formato, tiempo o espacio (Pérez y Delgado, 2012:26:27).

Al respecto, Carolyn Wilson se centra en las competencias en alfabetización mediática y digital, con énfasis en la información, partiendo de la consideración hecha en la caracterización del concepto. Si bien su trabajo se concentra en los destinatarios tradicionales, es útil para ver el alcance de la propuesta. Estas competencias...

capacitan a los individuos para acceder, organizar y evaluar la información, y para producir medios y textos informativos. Cuando se considera cómo han sido producidos los textos informativos, se reconoce que cada medio o fuente de información crea una significación diferente utilizando para ello cierto vocabulario, ciertas técnicas y estilos o determinados códigos o convenciones. El desarrollo de habilidades en alfabetización permite a los individuos no solamente la decodificación y la comprensión de los textos producidos por los medios, sino también apreciar sus características estéticas, y la comprensión de que cada medio, o forma de representación informativa, puede delinear el contenido y la información emitida (Wilson, 2012:18).

En este contexto, cabe señalar que la mayoría de los materiales revisados para el estado del arte da cuenta de la relevancia de las **competencias**. Partiendo de su propuesta, Área y Pessoa destacan

cinco competencias implicadas en la alfabetización, enmarcada en la cultura digital:

- **Competencia instrumental:** se refiere al dominio técnico de cada tecnología y de sus procedimientos lógicos de uso. Es decir, adquirir el conocimiento práctico y las habilidades para el uso de hardware y del software de programas informáticos (Área y Pessoa, 2012:18).
- **Competencia cognitivo-intelectual:** adquisición de conocimientos y habilidades cognitivas específicas que permitan buscar, seleccionar, analizar, interpretar y recrear la enorme cantidad de información a la que se accede a través de las nuevas tecnologías. Se refiere también a comunicarse con otras personas mediante recursos digitales. En suma, aprender a utilizar de forma inteligente la información tanto para acceder a la misma, otorgarle significado, analizarla críticamente y reconstruirla personalmente (Área y Pessoa, 2012:18-19).
- **Competencia sociocomunicacional:** el desarrollo de un conjunto de habilidades relacionadas con la producción/creación de textos de manera diversa (hipertextuales, audiovisuales, icónicos, tridimensionales etc.), difundirlos a través de diversos lenguajes y poder establecer comunicaciones fluidas con otros sujetos a través de las tecnologías. Asimismo, supone adquirir y desarrollar normas de comportamiento que impliquen una actitud social positiva hacia los demás como puede ser el trabajo colaborativo, la empatía y el respeto en redes sociales (Área y Pessoa, 2012:19).
- **Competencia axiológica:** relativa a la toma de conciencia de que las tecnologías de información y comunicación no son asepticas ni neutrales desde un punto de vista social, sino que las mismas inciden significativamente en el entorno cultural y político de nuestra sociedad, así como la adquisición de valores éticos y democráticos relacionados

con el uso de la información y de la tecnología evitando conductas de comunicación socialmente negativas (Área y Pessoa, 2012:19).

- **Competencia emocional:** afectos, sentimientos y pulsiones emocionales provocadas por la experiencia en entornos digitales. Tienen lugar con las acciones desarrolladas en escenarios virtuales, como los videojuegos, o vía la comunicación interpersonal en redes sociales. La alfabetización de esta dimensión tiene que ver con el aprendizaje del control de emociones negativas, con el desarrollo de la empatía y con la construcción de una identidad digital caracterizada por el equilibrio afectivo personal en el uso de las TIC (Área y Pessoa, 2012:19).

Por su parte, Pere Marqués se enfoca en los docentes involucrados en el desarrollo de competencias de su alumnado. Dicha competencia debe expresarse en el dominio de cinco grandes capacidades, asociadas respectivamente a las dimensiones de la competencia digital.⁷

Se plantean cinco dimensiones compuestas a su vez de cinco indicadores cada una: **dimensión del aprendizaje** (la transformación de la información en conocimiento y su adquisición), **dimensión informacional** (la obtención, la evaluación y el tratamiento de la información en entornos digitales), **dimensión comunicativa** (la comunicación interpersonal y la social), **dimensión de la cultura digital** (las prácticas sociales y culturales de la sociedad del conocimiento y la ciudadanía digital) y la **dimensión tecnológica** (la alfabetización tecnológica y el conocimiento y el dominio de los entornos digitales). **Estas dimensiones se concretan en cinco capacidades asociadas, relativas a medios y entornos digitales:** aprender y generar conocimiento; obtener, evaluar y organizar información en formatos digitales; comunicarse, relacionarse y colaborar en entornos digitales; actuar de forma responsable, segura y cívica; y utilizar

⁷ Las **negritas** son nuestras y buscan facilitar la lectura de la cita.

y gestionar dispositivos y entornos de trabajo digitales, que servirán para elaborar actividades de enseñanza y aprendizaje que contribuyan al desarrollo de la competencia digital (en Pérez y Delgado, 2012:30-31).

De las propuestas sobre desarrollo de competencias descritas arriba podemos hacer las siguientes consideraciones;

1. Los tres ejemplos seleccionados concuerdan con los perfiles de las personas alfabetizadas digitalmente. Se trata de una variable a tomar en cuenta durante la construcción de propuestas en este sentido, con énfasis en el desarrollo de competencias, así como en la planeación de actividades en búsqueda de este desarrollo.

2. Junto con la competencia axiológica, las dimensiones alfabetizadoras descritas por Área y Pessoa son susceptibles de permear cualquier propuesta, toda vez que los usos de la web 2.0 se traducen en una opción viable para las actividades derivadas de las propuestas de alfabetización digital. La investigación, el análisis y la producción pueden insertarse en una o varias modalidades de este desarrollo de internet.⁸

3. Más que semejanzas, las tres propuestas tienen diferencias que se traducen en opciones a seleccionar dependiendo de la propuesta y el tipo de competencias a desarrollar. La de Martí, D'Agostino, Vega y Sainz se orienta más hacia la construcción de conocimiento, permeada por la búsqueda, lectura, actividad en la red y producción. Las de Marqués y Área y Pessoa ofrecen ópticas similares en términos de un desarrollo integral de competencias derivado de las actividades de alfabetización digital. Finalmente García, Ramírez y Rodríguez destacan el aspecto axiológico que, como ya se indicó, debiera permear las propuestas en la materia.

1. Eventualmente, una revisión a fondo de cada propuesta podría orientar la toma de decisiones hacia una combinación de cada una, con énfasis en los puntos que se consideren con mayor relevancia en un proyecto de alfabetización digital. El desarrollo de competencias basadas en los usos de la web 2.0 y el énfasis en los aspectos

8 Una ventaja adicional de la web 2.0 es el presupuesto. Pensar en blogs, wikis o redes sociales como espacios de producción de contenidos derivados de la alfabetización es más económico —accesible, estructuralmente hablando— que la producción para prensa, o audiovisuales. Tampoco debe descartarse la posibilidad de que estos últimos se inserten en las opciones de la web 2.0 a manera de *podcasts* y otro tipo de producciones ex profeso.

axiológicos atravesarían transversalmente, de tal manera que estén presentes en todos los aspectos del desarrollo de competencias.

2. Por último, cabe hacer notar que no se encontraron experiencias particulares de talleres o cursos para la alfabetización digital. Pareciera que la socialización de estas experiencias no forma parte de la agenda temática. Lejos de ser un problema, esta situación es retadora. Supone, como señalamos arriba, decisión sobre las competencias a desarrollar y sobre las actividades para desarrollar dichas competencias.⁹

Consideraciones finales: el entorno de la alfabetización digital

Como se ha reiterado, las propuestas orientadas hacia la alfabetización digital suponen priorizar las competencias a desarrollar, así como las actividades orientadas en este sentido. Asimismo, la planeación de un proyecto alfabetizador sugiere tomar en cuenta los escenarios en que se desenvolverán los sujetos a quienes se dirige dicho proyecto. Esta situación nos lleva a plantear tres escenarios como consideraciones finales. Primero, el cambio del modelo de comunicación de uno-a-muchos al de muchos-a-muchos y a las implicaciones de la convivencia entre ambos modelos para la alfabetización digital. Segundo, el ambiente mediático —hipermediático, mejor dicho— en el que se desarrolla el trabajo de investigación y análisis como actividades inherentes a la alfabetización. Finalmente, la confluencia de ambas variables en el sujeto, que de audiencia ha pasado a usuario y a prosumidor, con énfasis en la especificidad de los comunicadores.

La convivencia entre modelos comunicativos

El cambio de modelo comunicativo es producto de un conjunto de variables cuyas constantes son la digitalización y la convergencia mediática. Las opciones comunicativas abiertas por internet han propiciado la participación de los sujetos en la producción de contenidos y modificado los procesos de intercambio de información y conocimiento. De

⁹ De la literatura revisada únicamente la propuesta de Pere Marqués incluye sugerencias/ejemplos de actividades para el desarrollo de cada una de las dimensiones que incluye su propuesta.

acuerdo con Aparici y Silva, “en este escenario sociotécnico, ocurre la transición de la lógica informacional del modelo ‘uno-todos’ (modelo transmisivo) a la lógica de la comunicación ‘todos-todos’ (modelo interactivo). Esto significa un cambio profundo en el esquema clásico de la comunicación...”¹⁰ (Aparici y Silva, 2008:53).

Este nuevo escenario supone una contradicción entre el modelo “uno-todos”, todavía vigente en educación y en los medios tradicionales de comunicación y el modelo “todos-todos”, propio del ambiente comunicacional en el ciberespacio. Supone, a la vez, cambios profundos entre las modalidades comunicativas que propician la oscilación de los sujetos entre uno y otro modelo. Esta convivencia entre modelos afecta particularmente a los sujetos susceptibles de ser alfabetizados digitalmente, a la vez que forma parte de un debate que rebasa los objetivos de este trabajo. No obstante, debe estar presente en las propuestas como una variable a considerar, sobre todo en los procesos inherentes a la alfabetización producto de la relación docente-alumno. Por lo pronto, la situación queda planteada así como la responsabilidad del docente que, según Aparici y Silva (2008:57) implica “mediar en la construcción de otro modo de pensamiento, de reinventar una nueva arquitectura de los saberes y, de alguna manera, de reinventar su profesión docente”.¹¹

Alfabetización digital en el contexto de las hipermediaciones

El modelo “todos-todos” implica también cambios en los ambientes comunicacionales. El más significativo para fines de este trabajo, es la presencia de las hipermediaciones. Según Carlos Scolari

10 Un esquema, según los autores, caracterizado por un *a*) ecosistema de emisores que no difunden sus mensajes de manera unilateral; *b*) el mensaje ya no es cerrado e intocable; es un mundo abierto en red, modificable a partir de quienes lo utilizan; *c*) una transformación del papel del receptor clásico en coautor; un sujeto que es invitado a la libre creación y, con su intervención, los mensajes adquieren y ganan sentido (Aparici y Silva, 2008:53-54).

11 De hecho, Aparici y Silva (2008:53) sostienen que “diferentes autores afirman que el modelo pedagógico industrial está tan arraigado en las prácticas escolares cotidianas que un cambio real va a demorar mucho tiempo, hasta tal punto que los ordenadores e Internet siguen utilizándose en función del sistema educativo basado en profesores que transmiten contenidos”.

Al hablar de hipermediación no nos referimos tanto a un producto o un medio sino *a procesos de intercambio, producción y consumo simbólico, que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí.* (...) Cuando hablamos de hipermediaciones no estamos simplemente haciendo referencia a una mayor cantidad de medios y sujetos sino *a la trama de reenvíos, hibridaciones y contaminaciones que la tecnología digital, al reducir todas las textualidades a una masa de bits, permite articular dentro del ecosistema mediático. Las hipermediaciones, en otras palabras, nos llevan a indagar en la emergencia de nuevas configuraciones que van más allá —por encima— de los medios tradicionales* (Scolari, 2008:113-114).

En este nuevo ambiente comunicacional descrito por Scolari están igualmente presentes la convergencia y la digitalización producto de la interactividad de estas hibridaciones, vía la computadora. Sobre su papel en el proceso de hipermediación, Bolter y Grusin¹² afirman que...

Si exceptuamos a la música rock, la web es quizás la expresión cultural más influyente de la hipermediación. Como Michael Joyce nos recuerda, el reacomodo es la esencia misma del hipertexto, y en cierto sentido la web en su totalidad es un ejercicio de reubicación: “lo impreso se mantiene por sí mismo, el texto electrónico se recoloca a sí mismo. Cuando el usuario pincha sobre una fase señalada o en un enlace icónico de una página web, se activa un vínculo que lleva a otra página. El material nuevo normalmente aparece en la ventana original y borra los textos o imágenes anteriores, aunque la acción de pinchar puede crear en cambio un marco separado dentro de la misma ventana u otra levemente superpuesta sobre la anterior. La nueva página gana nuestra

12 Es importante tener en cuenta que Bolter y Grusin hacen su análisis desde la *remediación*, un concepto neo mcluhiano que contribuye a la caracterización de los hipermedios como espacios de producción, intercambio y consumo simbólico. La remediación parte de que en la primera página de *Los medios de comunicación como extensiones del hombre*, McLuhan destacaba que “el contenido de cualquier medio es siempre a su vez otro medio distinto”.

atención mediante la borradura (yuxtaposición), el ensamblaje (interpenetración) o el solapamiento (multiplicación) de la página previa. Y más allá de la web, la reubicación es una estrategia operativa de todos los medios de estilo en ventanas. Al utilizar el escritorio típico digital, podemos escoger menús, pinchar en los íconos, o arrastrar barras de herramientas, dispositivos todos de reubicación del espacio visual actual en otro distinto (Bolter y Grusin, 2011:49).

Cabe tener en cuenta que para Bolter y Grusin la hipermediación nos lleva a conocer el mundo a través de una multitud de medios —hipermedios— en los que se configuran los procesos de intercambio simbólico señalados por Scolari, quien añade que “los hipermedios no hacen *tabula rasa* con el pasado de los medios masivos sino que emergen de ese ecosistema y lo transforman”. (Bolter y Grusin, 2008:115). Isidro Moreno Sánchez (2013:1) añade:

Hipermedia designa la convergencia interactiva de medios y sustancias expresivas de los mismos (imagen fija, imagen en movimiento, sonido, imágenes tipográficas, e, incluso, imágenes extraterritoriales) en soportes digitales (excepto las imágenes extraterritoriales) en los que el receptor-lector se convierte en lectoautor, en coautor del programa seleccionando, transformando e incluso construyendo. Hipermedia es sinónimo de multimedia interactivos, que en el uso coloquial se reduce a multimedia. Pero no debe olvidarse que multimedia es una suma de medios, no una convergencia interactiva de medios.

En este contexto, hipermedios e hipermediaciones conforman la materia prima de la alfabetización digital. Hacia este complejo ambiente deben orientarse los objetivos, desarrollo de competencias y la planeación de actividades. Visto desde las perspectivas arriba enunciadas, proceder de esta manera implica visualizar a los hipermedios, invitando al usuario-prosumidor a participar en la producción, actualización, intercambio y consumo simbólico, inmersos en las hipermediaciones. Se trata, parafraseando a Carlos Scolari, de indagar nuevas imbricaciones que superan la división entre medios de comunicación tradicionales y digitales.

Prosumidores-comunicadores

En los apartados previos hemos presentado los perfiles de los sujetos alfabetizados digitalmente. García, Ramírez y Rodríguez ubican el desarrollo de este proceso en el marco del ciudadano prosumidor, quien...

...será poseedor de una serie de competencias que le permitirán llevar a cabo un conjunto de acciones, tanto como consumidor de medios y recursos audiovisuales, como productor y creador de mensajes y contenidos críticos, responsables y creativos. De esta manera, consumir y producir de manera constructiva y autónoma han de constituirse en los objetivos de la actual alfabetización mediática, utilizando diversas estrategias que favorezcan la generación de emisores críticos, que a su vez contribuirán a formar receptores críticos, revisando los parámetros de alfabetización audiovisual en torno a los usos y hábitos de los niños y jóvenes en los actuales escenarios digitales, o formando parte de las redes sociales como ejercicio democrático de los jóvenes prosumidores (García, Ramírez y Rodríguez, 2014:16).

Por su parte, Yamilé Sandoval y José Ignacio Aguaded ubican a la alfabetización digital como una superación de las teorías de la recepción crítica como producto de la evolución de las audiencias a prosumidores.

El punto de partida al asumir este nuevo concepto, debe ser otro; mientras que **antes se hablaba de recepción crítica, este término se limita a la posibilidad impuesta por la televisión en la que el contenido está prefabricado y el conocimiento del medio y su lenguaje, es una herramienta para de-construir el mensaje, más no para producir contenidos. Ahora, la posibilidad de un individuo “productor”, capaz de elaborar y distribuir contenidos, nos genera la primera reflexión frente a los modelos hasta ahora utilizados** (Sandoval y Aguaded, 2012:18).¹³

13 Las **negritas** son nuestras.

Como puede observarse, en el marco de la convergencia hipermediática, el prosumidor y las hipermediaciones, la alfabetización digital supone la tarea de generar espacios para el desarrollo de competencias y habilidades que contribuyan a que estos sujetos asuman sus tareas de selección-producción-consumo-evaluación desde una formación que les dote de mayores habilidades en el manejo de la tecnología, apoyada en actividades de investigación y producción mediática e hipermediática. A su vez, este proceso supone la reflexión sobre la responsabilidad que implica dirigirse a usuarios y prosumidores, así como una mirada crítica que acompañe sus actividades, tanto durante estos procesos, como durante la reflexión sobre el resultado de las actividades.

En este contexto, es importante precisar que la alfabetización digital obliga a sumergirse en un proceso de hipermediación con las implicaciones descritas en distintos momentos de este texto. Supone, además, el concurso de una serie de estrategias orientadas hacia la formación de la llamada ciudadanía digital. En consecuencia, supone también el manejo de bagajes teórico-metodológicos orientados hacia estos fines. Por lo tanto, este proceso puede encontrar coincidencias en la perspectiva de abordaje que supone recurrir a los estudios culturales y sus definiciones posteriores.

La última reflexión gira en torno al papel de la alfabetización mediática en los futuros comunicadores. Hasta aquí, el hilo conductor ha sido el desarrollo de competencias en un ambiente hipermediático en apoyo a la formación de la ciudadanía digital. En consecuencia, es necesario puntualizar que esta orientación se modifica cuando se enfoca a los futuros comunicadores. Al escenario previamente analizado debe incorporarse el desarrollo de competencias orientadas a este perfil profesional, toda vez que las rutinas hipermediáticas se han incorporado formalmente al campo de trabajo de nuestros egresados. Dicho de otra forma, no hablamos del perfil genérico del prosumidor, sino de un comunicador-prosumidor, dotado de las competencias producto de la alfabetización mediática, ejerciendo su profesión de manera ética y responsable en los nuevos ambientes comunicacionales. Y si bien el desarrollo de estas competencias forma parte de la investigación en proceso, es indudable la importancia de la transversalidad de la axiológica y la Web 2.0, toda vez que el énfasis en la expresión y el contenido deben ser parte importante de

la formación de futuros comunicadores, puesto que el ejercicio de su profesión estará ligado a los ambientes digitales.

REFERENCIAS

- Aparici, R. y Silva, M. (2008). “Pedagogía de la interactividad” en *Comunicar*, 38, (XV), 51-58.
- Área, M. y Pessoa, T. (2012) “De lo sólido a lo líquido: las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la Web 2.0”, *Comunicar*, 38, (XIX), 13-20.
- Bolter, J. y Grusin, R. (2011). “Inmediatez, remediación, hipermediación”, *Cuadernos de Información y Comunicación*, 16, 29-57.
- García-Ruiz, R., Ramírez García, A. y Rodríguez Rosell, M. (2014). “Educación en alfabetización mediática para una nueva ciudadanía prosumidora”, *Comunicar*, 43, (XX), 15-24.
- Gutiérrez, A. y Tyler, K. (2012). “Educación para los medios, alfabetización mediática y competencia digital”, *Comunicar* 38, (XIX), 31-39.
- Marqués P. y Serra, J. (s.a.) “El documento puente”, *Competencia Digital de Wiki*, recuperado el 25 de febrero de 2015 de <http://bit.ly/ljD1qYK>
- Martí, M. D’Agostino, M., Veiga de Cabo, J. y Sanz Valero, J. (2008). “Alfabetización Digital: un peldaño hacia la sociedad de la información”, *Medicina y Seguridad del Trabajo*, 210, marzo, 11-15.
- Moreno Sánchez, I. (2013). “Narrativa Hipermedia y Transmedia”, recuperado el 25 de febrero de 2015 de <http://bit.ly/1JgXpZD>
- Pérez, M. y Delgado, A. (2012). “De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática: dimensiones e indicadores”, *Comunicar*, 39, (XX), 25-34.
- Pérez Tornero, J. (2008). “La sociedad multipantalla: retos para la alfabetización mediática” *Comunicar*, 31, (XV), 15-25.
- Pérez Tornero, J. y Tayie, S. (2012). “La formación de profesores en educación en medios: currículo y experiencias internacionales”, *Comunicar*, 39, (XX), 10-14.
- Sandoval Romero, Y. y Agued Gómez, J. (2012). “Nuevas audiencias, nuevas responsabilidades. La competencia mediática en la era de la convergencia”, *Ícono*, (10), 3, 8-22.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones*, Barcelona: Gedisa.

Wilson, C. (2012). “Alfabetización Mediática e Informativa: perspectivas didácticas”, *Comunicar*, 39, (XX), 15-24.