

TIC'S APLICADAS A LA EDUCACIÓN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

GRADO DE EDUCACION SOCIAL
FACULTAD DE EDUCACIÓN DE PALENCIA/FACULTAD DE
EDUCACION Y TRABAJO SOCIAL DE VALLADOLID

Nuevas alfabetizaciones en el marco de la Sociedad Digital

PID19-20_046-Desarrollo de competencias mediáticas digitales e informacionales, en el alumnado de TIC's y Medios de Comunicación Social del Grado de Educación Social



INDICE



1. Cambios culturales y TIC: del conocimiento sólido a la información líquida
2. Nuevas alfabetizaciones en el marco de la sociedad digital
3. Mapeando la alfabetización digital
4. Hacia una concepción ecológica del aprendizaje mediático
5. Hacia un modelo integral y global de alfabetización digital

***1. Cambios culturales y TIC:
del conocimiento sólido a la información líquida***

□ El tercer milenio viene marcado por una **revolución digital, tecnológica y comunicacional** (Castells, 2001; Jenkins, 2008; Plucker, McWilliams&Alanazi, 2016), expresada en la convergencia de múltiples medios en un solo dispositivo, y la digitalización que permite integrar el lenguaje visual, auditivo y textual en documentos multimedia interactivos.

□ nuestras sociedades hipertecnificadas se caracterizan por una gran cantidad de **transformaciones en el ámbito de la cultura, la economía, la política, las relaciones sociales y la propia subjetividad**. Trejo Delarbre (2001) enumera cuáles son las características que parecen dejarse entrever:

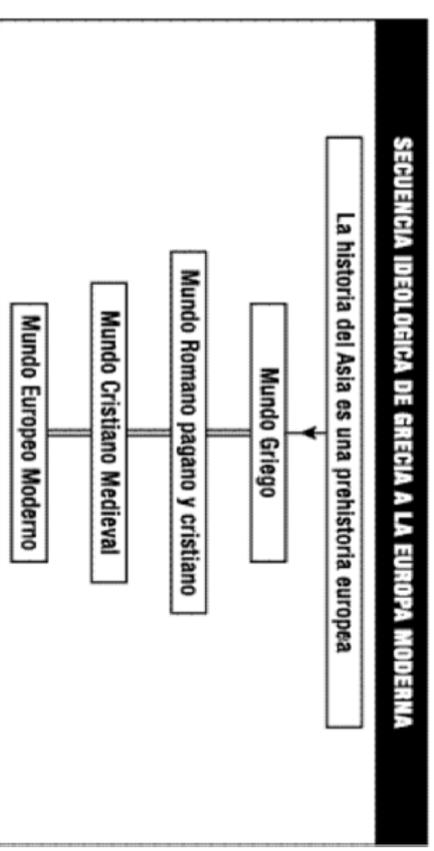
- a) *exuberancia* (sobr abundancia de datos e informaciones a las que se puede acceder);
- b) *omnipresencia* (las tecnologías digitales en cualquier escenario de la vida pública y privada);
- c) *irradiación* (la información y la comunicación no tiene barreras geográficas y temporales);
- d) *velocidad* (comunicación instantánea);
- e) *multilateralidad/centralidad* (información recibida desde cualquier parte, pero surge principalmente en unas pocas metrópolis culturales);
- f) *interactividad/unilateralidad* (usuarios digitales como productores de información, no sólo consumidores);
- g) *desigualdad* (brechas digitales geográficas, de género, intergeneracionales, de uso, etc.);
- h) *heterogeneidad* (de actitudes, opiniones, pensamientos, etc. presentes en la sociedad);
- i) *ciudadanía pasiva* (el consumo prevalece sobre la creatividad);
- j) *desorientación* (la ingente cantidad de información no siempre es sinónimo de enriquecimiento cultural).



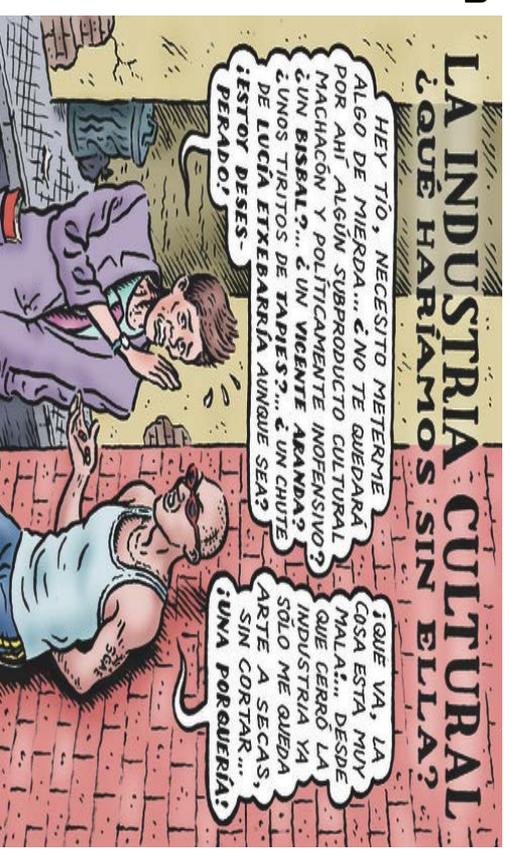
□ Una metáfora de la época actual, es la que permite **contraponer** la «cultura sólida» (el peso) del siglo XX con la «**información líquida**» (la **levedad**) que está emergiendo en este siglo XXI impulsada por la digitalización. ¿Qué significa o a qué se refiere la denominada «cultura sólida»?

✓ En primer lugar, existían certezas o conocimientos estables que se transmitían de una generación a otra sin que hubiera cuestionamientos o replanteamientos relevantes. Era la solidez de las verdades –bien reveladas, bien razonadas– frente a la ligereza o relativismo de las opiniones. El conocimiento se basaba en la certidumbre, en la seguridad de poseer la razón de los argumentos, en la certeza de ser una civilización superior (*mito de la modernidad eurocéntrica*):

✓ En segundo lugar, la información era guardada y almacenada en soportes físicos, es decir, en un objeto sólido (libros, cuadernos, legajos o cualquier otro soporte de papel. Con el paso de los años se crearon otros soportes como películas, cintas, discos de vinilo o el CD-Rom. Surgiendo una *industria cultural* que producía, en gran escala, dichos soportes y que requería un alto coste económico tanto para su fabricación como para su distribución.

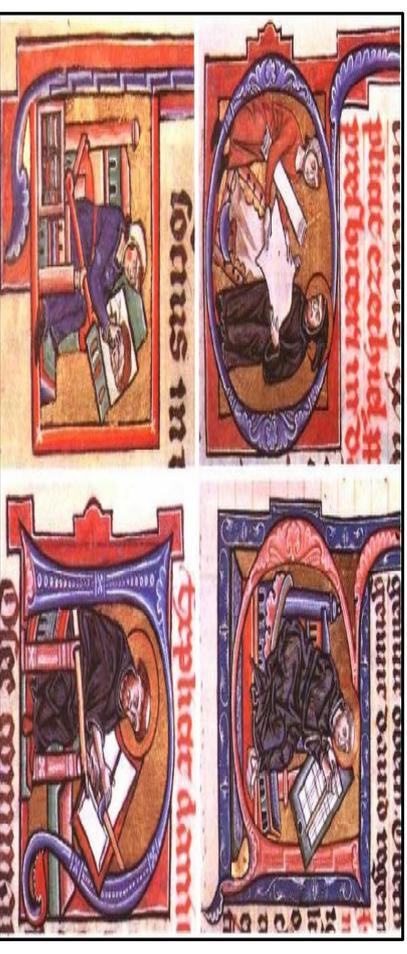


Fuente: Dussel, *Europa, modernidad, eurocentrismo*, 2000



✓ En tercer lugar, el proceso de creación, producción y difusión de la obra cultural era lento y requería un tiempo largo desde la idea inicial hasta su difusión al gran público. La cultura era sólida porque adoptaba el formato de *obra cerrada, definitiva, inalterable*. Producir cultura, fuera en su versión libro, obra musical o audiovisual, era un proceso que consumía mucho tiempo y esfuerzo no solo intelectual, sino también organizativo, logístico y económico. Por ello, cuando se generaba la obra, esta ya difícilmente podía ser modificada, revisada, rehecha o transformada.

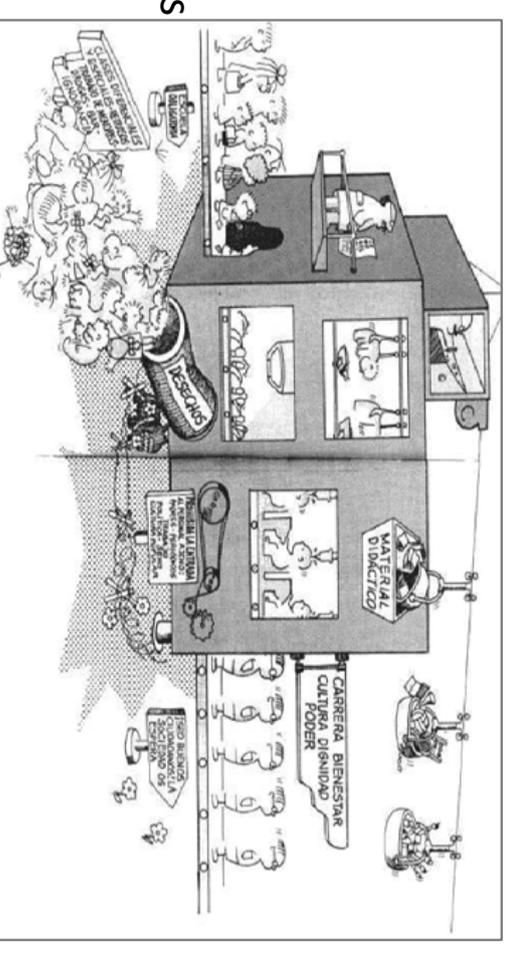
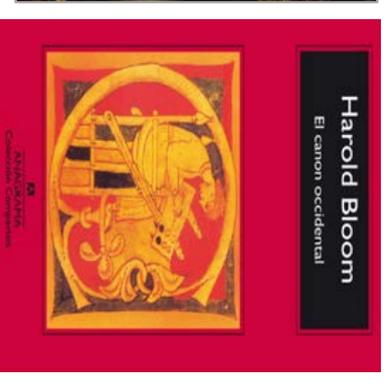
✓ En cuarto lugar, este tipo de cultura de lo sólido utilizó *dos instituciones para su conservación y difusión*, las cuales cumplieron —de modo más o menos concertado— su papel reproductor: *las bibliotecas* (fuera de ámbito público o privado) y *el sistema educativo* (tanto el escolar como el universitario). Por una parte, convirtieron al libro en canon cultural de referencia u objeto de cultura por antonomasia. Por otra, enfatizaron su función guardadora de las esencias culturales del pasado para transmitírselas a las generaciones futuras.



Fuente: La escritura: Memoria de la humanidad, col. «Biblioteca ilustrada», George Jean, 1986



Fuente: Biblioteca Klementinum, Praga (República Checa)

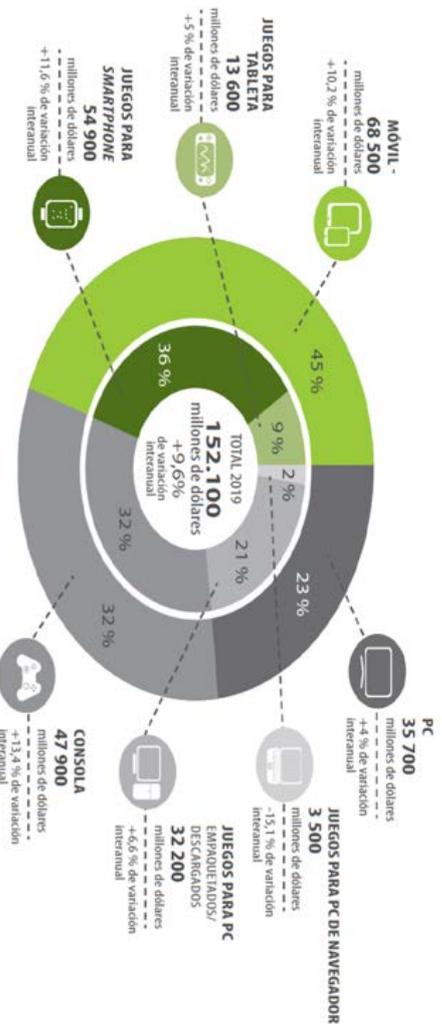


Fuente: F. RATO, La maquinaria escolar, 2008

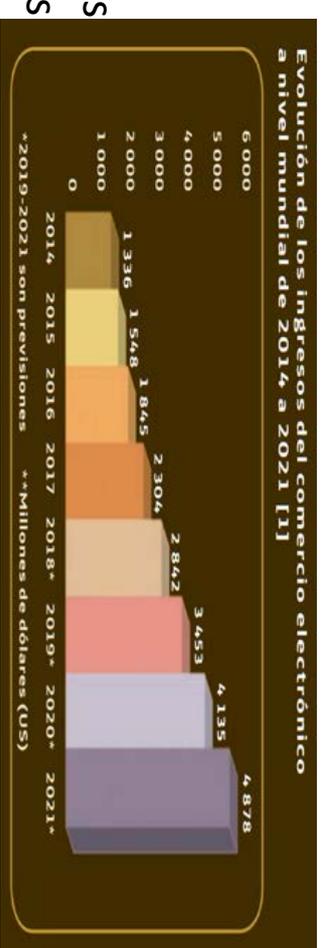
□ Sin embargo, los objetos culturales que fueron creados a lo largo del siglo XX (las publicaciones impresas, las salas cinematográficas, los discos y cassetes, las fotografías, etc.) están desapareciendo. Las TIC han provocado, o al menos acelerado, una **revolución de amplio alcance en nuestra civilización** que gira en torno a los mecanismos de producción, almacenamiento, difusión y acceso a la información, al intercambio de los flujos comunicativos entre las personas y a las formas expresivas y de representación de la cultura y el conocimiento.

□ Aparecen **nuevos actores que cambian la experiencia cultural**. Internet, telefonía móvil, videojuegos que transforman nuestra experiencia en múltiples aspectos de nuestra vida: ocio, comunicaciones personales, trabajo, etc. **Lo digital como experiencia líquida**

MERCADO GLOBAL DEL VIDEOJUEGO EN 2019 POR DISPOSITIVO Y SEGMENTO Y TASA DE CRECIMIENTO INTERANUAL

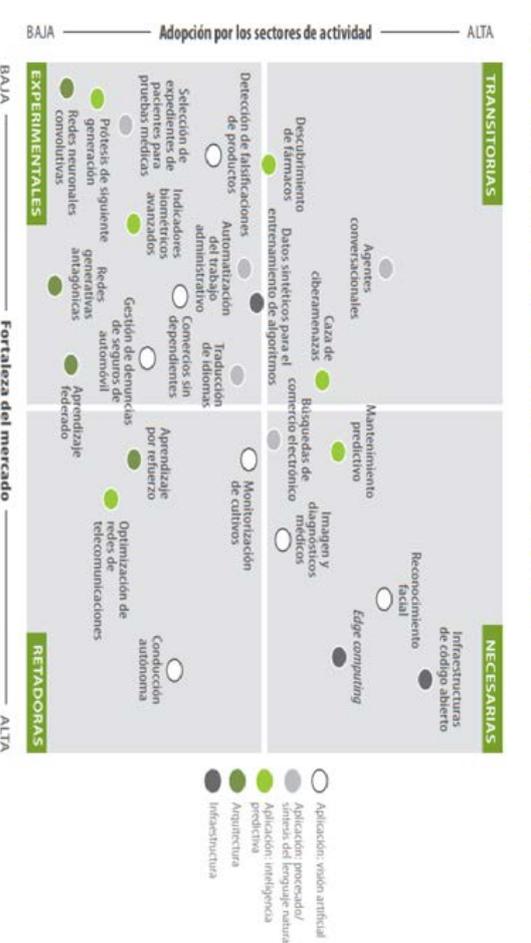


Fuente: The Cocktail Analysis Televidencia Now!, 2018



Fuente: Informe Sociedad Digital España, 2018

TENDENCIAS DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN 2019



Fuente: CB Insights (2019), What's Next in AI? Artificial Technology Trends 2019.

❑ asistimos a una especie de **régimen de obsolescencia de los objetos, de los bienes y datos almacenados y de las colecciones de cosas** con las que pretendíamos domesticar el tiempo (Baudrillard, 1968), Rifkin 2000), Pardo (2010). Ahora en el capitalismo de la inmaterialidad pareciera que la acumulación de objetos ya no determina la riqueza ni la identidad de quien los recopila sometidas más bien a un sistema de circulación de bienes y servicios en las que no nos apropiamos de las cosas sino que accedemos a su contenido a través de canales de distribución, en una especie de cultura de arrendamiento del espacio digital corporativo.

La obsolescencia programada provoca 48 millones de toneladas de CO2 al año

Un informe de la European Environmental Bureau (EEB) estima que alargando un año la vida a los aparatos electrónicos se podría reducir la emisión de cerca de 4 millones de toneladas de CO2 al año, una cifra que equivaldría a eliminar dos millones de coches de las carreteras europeas.

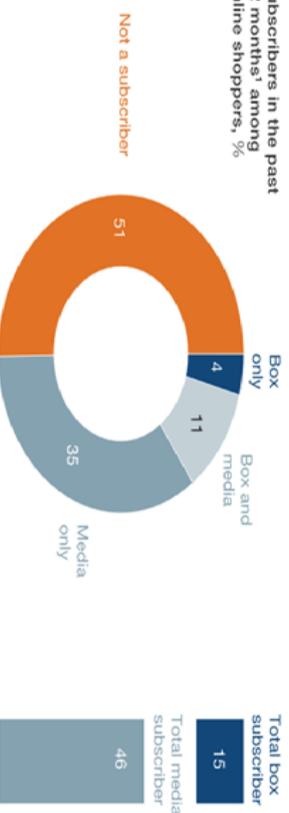
Fuente: Diario Público, 25/9/2019

❑ En esta segunda década del siglo XXI **prima el software, la levedad, la fluidez, la capacidad de adaptación** a las formas cambiantes en los escenarios líquidos de la sociedad digital. La denominada Web 2.0, ha trastocado las reglas de juego tradicionales de la producción, difusión y consumo de la información y la cultura. Transformado los mecanismos y procesos de interacción comunicativa de las personas, y generando un cambio profundo en nuestras experiencias culturales y de relación social.

ESTADO DEL CONSUMO DE SUSCRIPCIÓN EN LOS NUEVOS ENTORNOS DIGITALES

Subscriptions are an increasingly common way to buy products and services online.

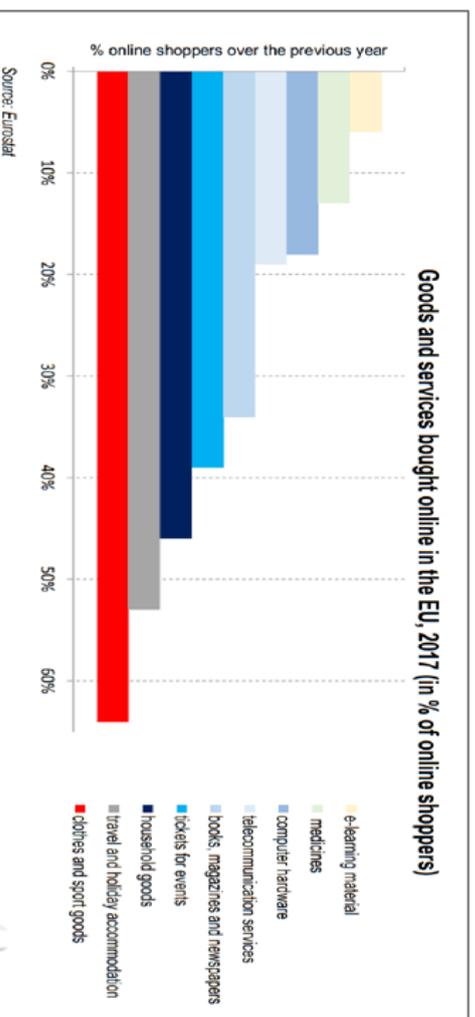
Subscribers in the past 12 months¹ among online shoppers, %



Note: Figures may not sum to 100%, because of rounding.

¹Which of the following have you purchased or subscribed to in the past 12 months? % of those selecting online subscription-box service that delivers products regularly (eg. Blue Apron, Dollar Shave Club, Ipsy, Stitch Fix), subscription-based media (eg. ClassPass, Hulu, Netflix, Spotify), both, or neither.

Fuente: McKinsey&Co., *Thinking inside the subscription box: New research on e-commerce consumers*, 2018



□ Martín Barbero (2002, pp. 12-14) señala tres dimensiones claves en lo que concierne a la investigación respecto de **los procesos de mediación tecnológica del conocimiento y de creación humana** en el ámbito de la sociedad de la información:

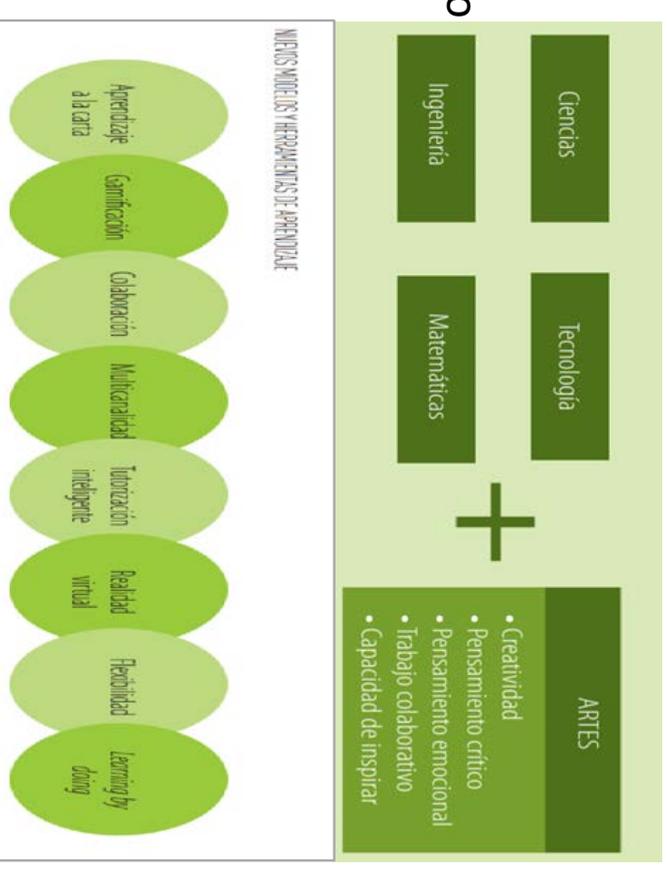
a) *Aparición de un entorno educacional difuso y descentrado*

✓ Un entorno de información que recubre y entremezcla saberes múltiples y formas diversas de aprender, y descentrado por relación al sistema educativo que aún nos rige, y que tiene muy claros centros en la escuela y el libro. De ahí que una transformación en los modos de circulación del saber es una de las más profundas transformaciones que puede sufrir una sociedad. Esta diversificación y difusión del saber, por fuera de la escuela, es uno de los retos más fuertes que el mundo de la comunicación le plantea al sistema educativo.

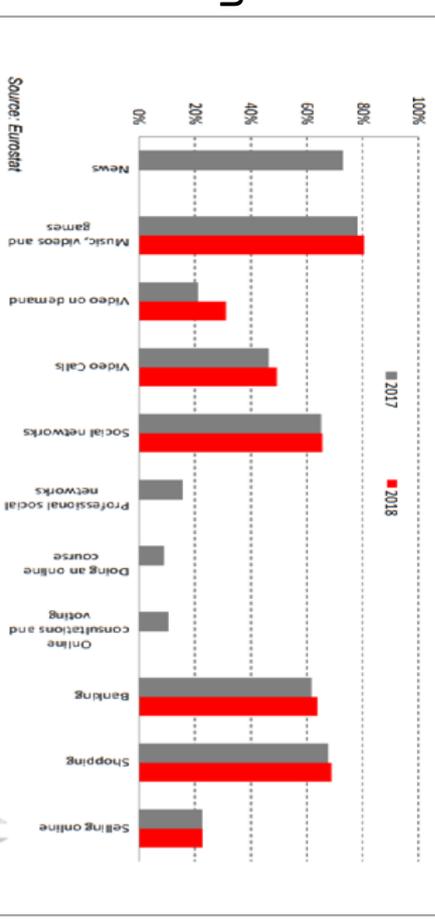
b) *Nuevas figuras de razón que interpelan a la tecnología inteligente*

✓ Las redes informáticas transformar nuestra relación con el espacio y el lugar, a través de movimientos de integración y de exclusión, de desterritorialización y relocalización, nicho en el que interactúan y se entremezclan lógicas y temporalidades tan diversas como las que entrelazan en el hipertexto a las *sonoridades del relato oral* con las *intertextualidades de la escritura* y las *intermedialidades del audiovisual*.

CONTENIDOS EDUCATIVOS: DE LAS STEM A LAS STEAM

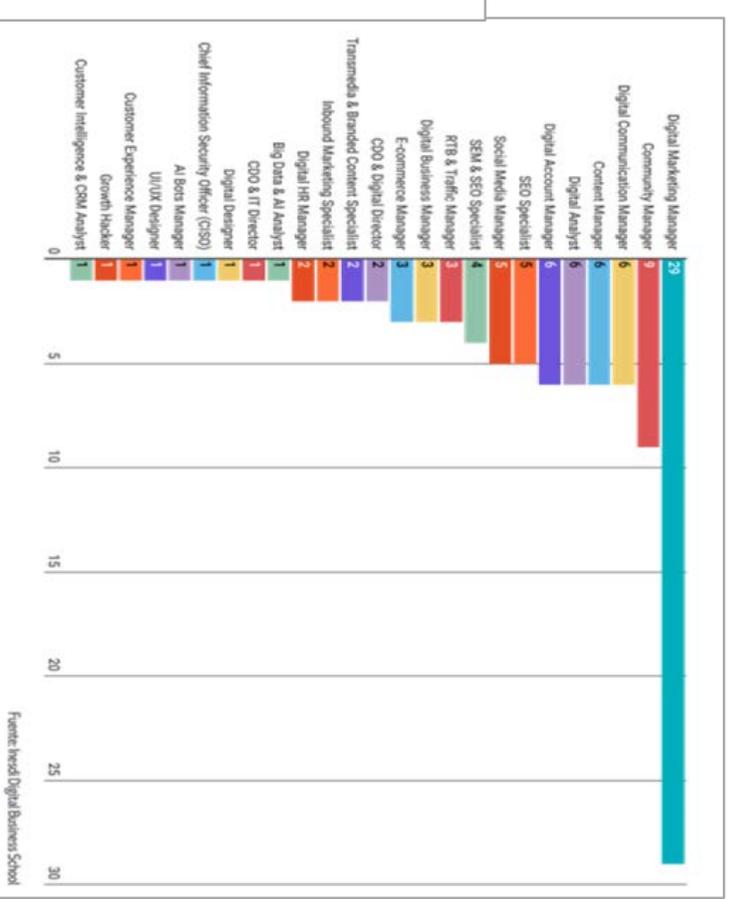
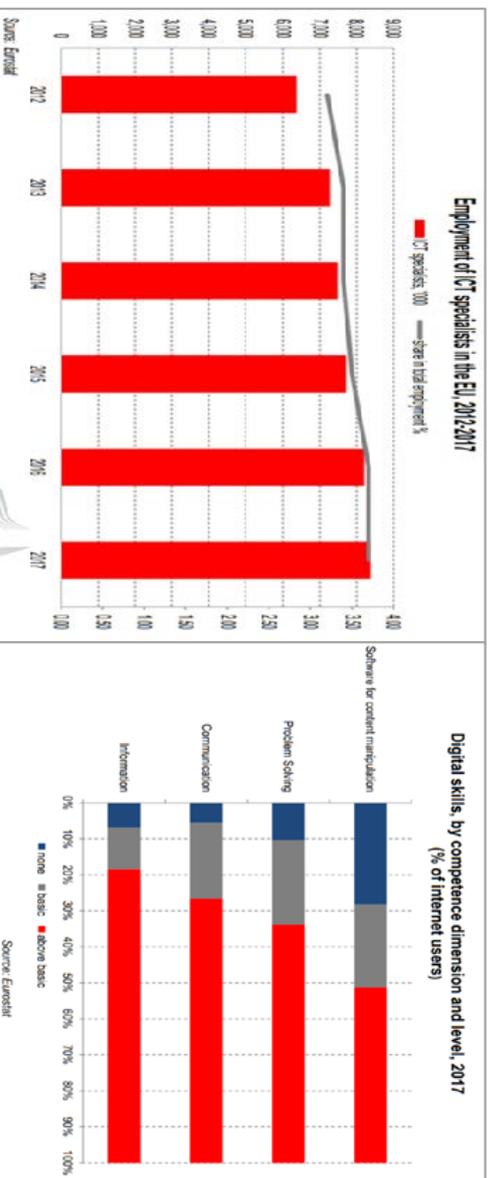


Use of internet services in the EU, 2017-2018, selected indicators (% of internet users)

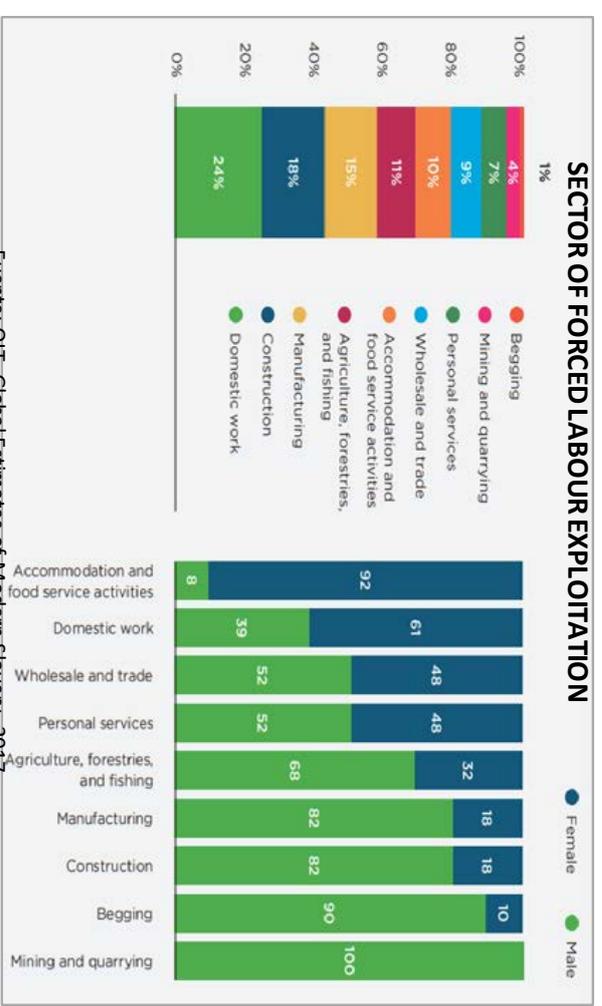


c) *Cambios en los mapas profesionales y laborales que se avecinan*

- ✓ Un mapa más ligado cada día a la configuración de nuevos oficios que vienen exigidos por las nuevas formas de producir y gestionar, y por las nuevas destrezas mentales que la revolución tecnológica introduce en la alfabetización al mundo laboral.



- ✓ Pero hay otro plano más profundo del cambio de cartografía, un **nuevo estatuto del trabajador** en una sociedad que si bien presenta la cara socialmente más dolorosa de la globalización (*flexpotación laboral*), también rompe con la figura moderna de la especialización al reinventar la figura del *trabajador multifacético*, dotado de destrezas varias y capaz de adaptarse a múltiples contextos, transformando y desfigurando el mapa de las funciones requeridas por los modelos de producción, de gestión y comunicación.



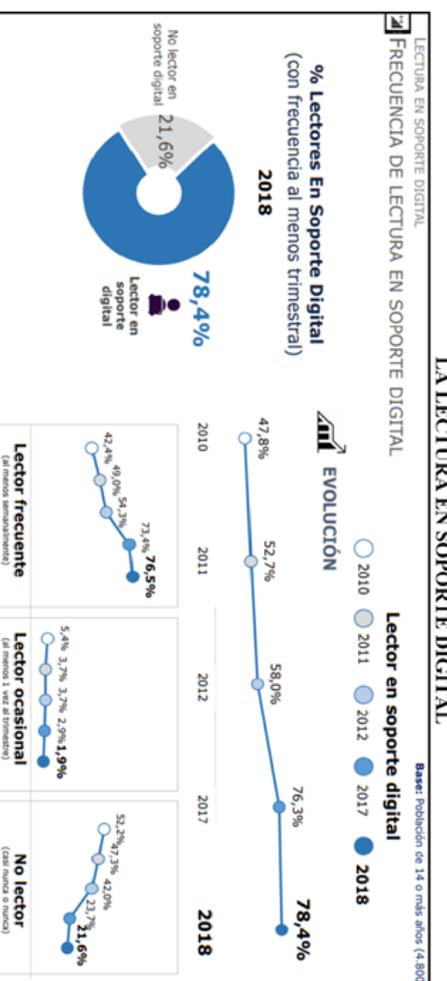
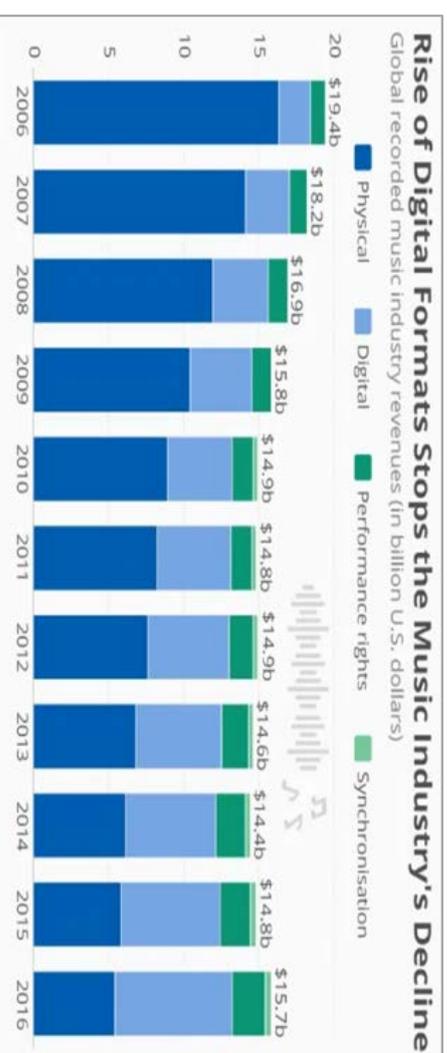
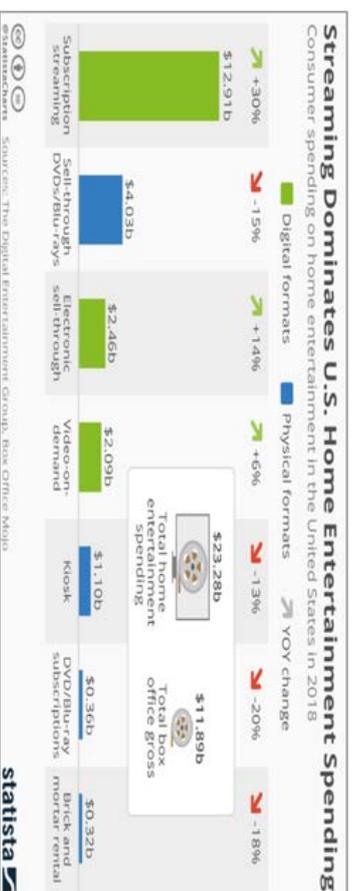
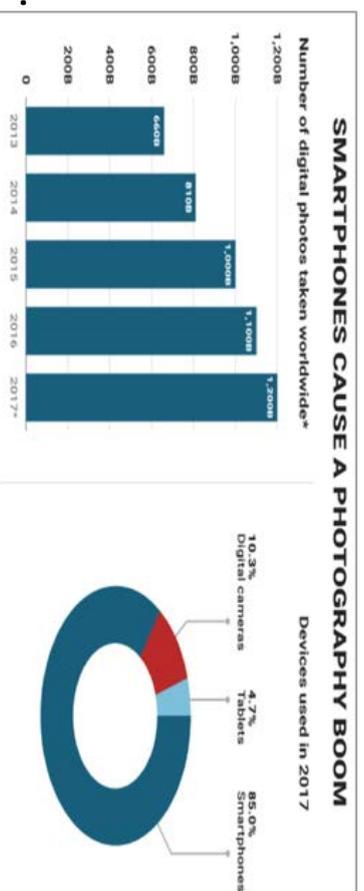
☐ La tecnología informática, en consecuencia, está provocando una mutación revolucionaria de las formas de producción, difusión y consumo del conocimiento y la cultura. **La cultura ahora es más compleja y multimodal.** Está siendo construida a través de múltiples y variadas formas simbólicas y difundida mediante tecnologías diversas.

VIEJOS MEDIOS FRENTE A NUEVOS MEDIOS

Comunicación de masas ("viejos medios")	Comunicación digital interactiva ("nuevos medios")
Tecnología analógica	Tecnología digital
Difusión (uno-a-muchos)	Reticularidad (muchos-a-muchos)
Secuencialidad	Hipertextualidad
Monomedialidad	Multimedialidad
Pasividad	Interactividad

Fuente: [Scolari, Hipermediaciones](#), 2008

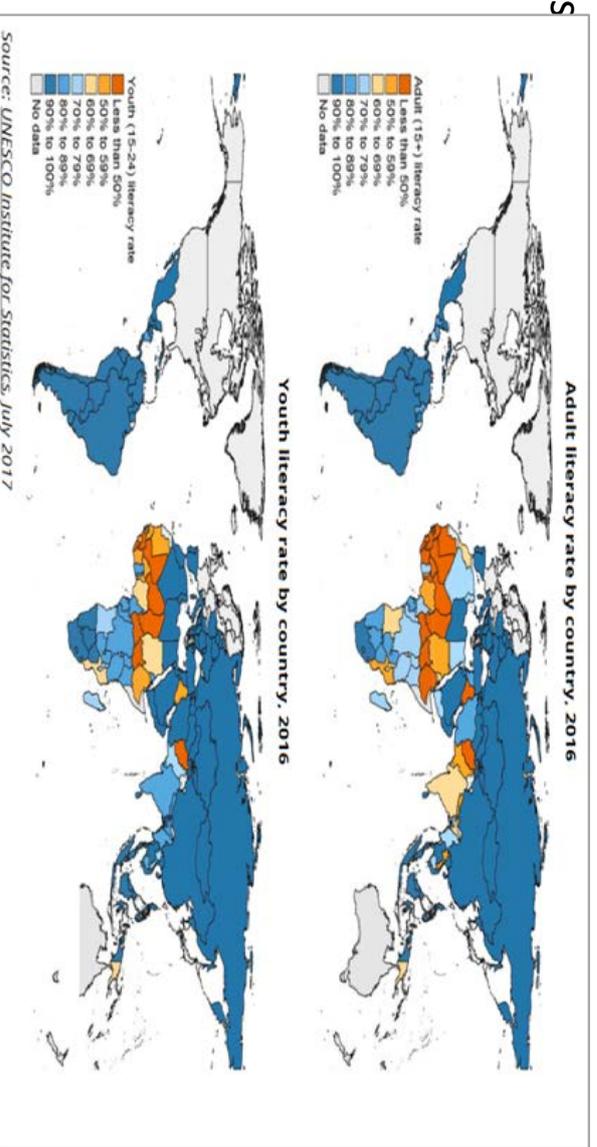
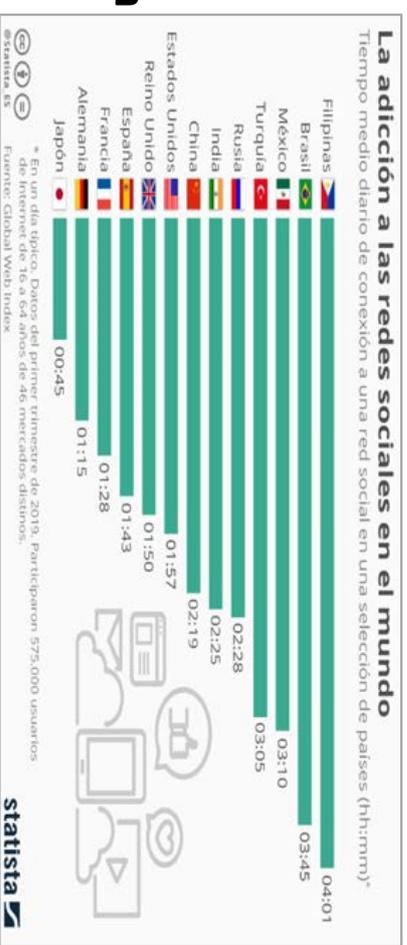
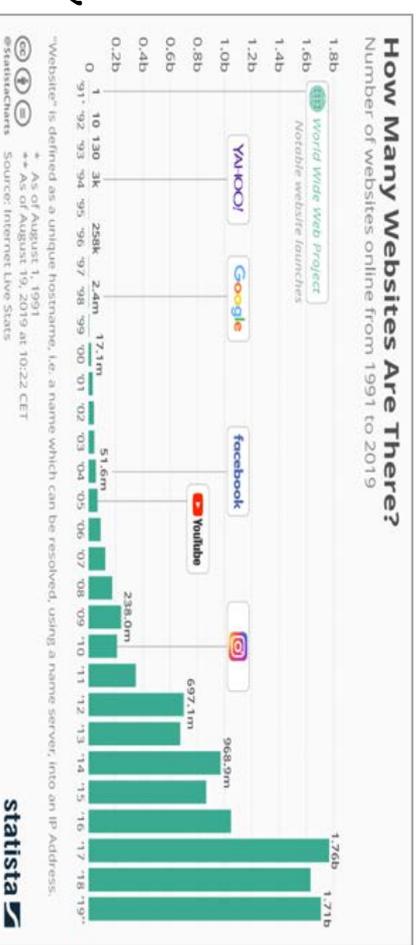
☐ La producción y difusión de mensajes, además de los códigos y formatos tradicionales –como el texto impreso, la fotografía o la imagen audiovisual grabada en cintas o transmitida por ondas–, ha adoptado **nuevos soportes y sistemas de almacenamiento, organización y distribución.** Lo característico de los productos culturales de este nuevo siglo es que estos están digitalizados y adoptan el formato de datos binarios que fácilmente pueden ser guardados, manipulados y difundidos a través de redes telemáticas.



□ En este sentido, las TIC han alcanzado tal grado de penetración y omnipresencia en nuestra vida que en los mundos de comunicación virtuales. Hoy **nuestra identidad como sujetos será incompleta si carecemos de visibilidad**, quien no tiene un espacio propio y reconocible en Internet no existe en el ciberespacio y, en consecuencia, está aislado y sin identidad en el ecosistema digital.

□ Las TIC no solo hemos de definir las como herramientas a través de las que ejecutamos distintas tareas o acciones (buscar información, redactar un texto, almacenar datos, elaborar una presentación multimedia, oír música, ver una película), sino también como **espacio para la comunicación e interacción con otros individuos y grupos sociales**.

□ Por ello, a pesar de que es habitual referirnos al tiempo actual como la «sociedad del conocimiento», distintos expertos también empiezan a acuñar el concepto de **«sociedad de la ignorancia»** (Mayos y Brey, 2011), en el sentido de que la acelerada transformación tecnológica y los gigantescos cambios sociales, económicos y comunicativos que conllevan generan también bolsas de analfabetos socioculturales.



□ Redecker, Leis, Leendertse, et al. (2010, pp. 28-30) en su estudio *The future of learning: Preparing for change* marcaron una serie de ideas acerca del rol que las TIC tienen y tendrán en el futuro en las prácticas de enseñanza-aprendizaje, a saber:

- a) que las tecnologías, como motores del cambio, serán las que determinen las *habilidades necesarias* que deben desarrollar las personas;
- b) que las tecnologías afectan, tanto a *lo que* tendremos que aprender, como *al cómo* aprenderemos en el futuro;

c) que para preparar al alumnado para la sociedad digital es clave rediseñar la educación en torno a la *colaboración* y la *participación digital*;

d) que el aprendizaje formal se basará en: *autoaprendizaje*, *aprendizaje en red*, *conectividad* e *interactividad* y la *credibilidad colectiva*;

e) que el *aprendizaje* y *capacidad de aprender a lo largo de toda la vida*, serán aspectos primordiales por desarrollar;

f) que las escuelas han de *renovarse* si quieren adaptarse lo mejor posible al entorno cambiante

Área de competencia	Información y alfabetización de datos	Comunicación y colaboración	Gestión de la identidad digital	Creación de contenido digital	Programación	Seguridad	Resolución de problemas
Belgia (com.fran.)							
Belgia (com.flem.)							
Belgia (com.fran.)							
Belgia (com.flem.)							
República Checa							
Dinamarca							
Alemania							
Estonia							
Holanda							
Grecia							
España							
Francia							
Concacia							
Italia							
Chile							
Letonia							
Litania							
Luxemburgo							
Hungría							
Malta							
Países Bajos							
Austria							
Polonia							
Portugal							
Rumanía							
Eslovenia							
Eslovaquia							
Flandria							
Suecia							
GB (Inglaterra)							
GB (Galles)							
GB (Irlanda Norte)							
GB (Escocia)							
Albania							
Bosnia Herzegovina							
Sarvia							
Islandia							
Liechtenstein							
Montenegro							
Macedonia							
Monaco							
Neuaya							
Serbia							
Turquia							

Fuente: European Commission (2019), *Digital Education at School in Europe. Eurypolice Report.*

1.2. LA DIGITALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN EN LA CIBERESFERA

□ En el contexto de las tecnologías y medios de comunicación – **ciberesfera** –, sin duda que una de las transformaciones más relevantes ha sido que el desarrollo de este ecosistema informacional **parece haber transformado al ser humano a nivel cognitivo, pero también en relación con los modos de producción de la comunicación, la información y la cultura.**

□ **Tecnologías de la Información y Comunicación** (ordenadores, dispositivos personales multimedia, telefonía móvil, redes sociales, Internet, televisión digital, sistemas de navegación digital, ebooks...) podríamos definirlos como **herramientas tecnológicas para la elaboración, almacenamiento y difusión digitalizada de información basadas en el uso de redes de telecomunicación multimedia.** Conceptos como Web 2.0, computación en la nube, teléfonos inteligentes o *smartphones*, realidad aumentada, redes sociales, Internet de las cosas, tabletas digitales, etc., que hace poco tiempo eran conceptos experimentales o de ciencia ficción, empiezan a ser parte de la vida diaria de los ciudadanos de este nuevo milenio.

CARACTERÍSTICAS DE LAS TIC COMO HERRAMIENTAS CULTURALES

<i>Permiten el acceso a una gran cantidad de información</i>	<p>Enfrente a las limitaciones y dificultades de acceso a la información que imponen los libros o los vídeos –ya que estos tienen que estar disponibles físicamente–, la información en Internet está disponible y almacenada de forma casi ilimitada, susceptible de ser accesible desde cualquier lugar o en cualquier momento con facilidad.</p>
<i>Representación multimedia de la información</i>	<p>Los recursos digitales integran las modalidades simbólicas de los distintos lenguajes de comunicación: los textos, las imágenes, los sonidos, los gráficos. Ello redundará en el aumento de la motivación de los usuarios, ya que este formato de presentación de la información suele ser más atractivo y facilita la comprensión de los mensajes.</p>
<i>Hipertextualidad de la organización y manipulación de la información</i>	<p>Enfrente a las formas tradicionales de acceso a la información que son secuenciales (por ejemplo, la visualización de una película o la lectura de un libro), las llamadas tecnologías digitales almacenan la información de modo tal que no existe una única secuencia de acceso a la misma, sino que las distintas unidades o segmentos de información están entrelazados a través de nodos similares a una red</p>
<i>Difusión de ideas y trabajos y publicación fácil</i>	<p>Mediante herramientas como los blogs o bitácoras o espacios web gratuitos, cualquier sujeto puede difundir a través de Internet sus textos escritos, presentaciones multimedia, fotografías o videoclips, elaborados por ellos mismos. Es el concepto de «prosumero»: productor y consumidor de información.</p>
<i>Facilitan la comunicación interpersonal, tanto en tiempo real como diferido, configurando redes sociales</i>	<p>Servicios como el correo electrónico, el chat, la videoconferencia, los foros de debate telemáticos... son instrumentos de comunicación que permiten el trabajo colaborativo y el intercambio de documentos, ficheros o cualquier otro producto entre unas personas y otras independientemente del tiempo y del espacio.</p>

Fuente: elaboración propia

1.2. LA DIGITALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN EN LA CIBERESFERA

Estas tecnologías configuran lo que se llama «**cultura digital**», que implica nuevas formas de organización y de procesamiento del conocimiento más flexibles, interactivas y que reclama, a su vez, nuevos modelos de enseñanza y de materiales didácticos. Estas tecnologías digitales presentan una serie de rasgos que las diferencian de las impresas (libros, fichas, enciclopedias, cómics...).

No son pocos los cambios que ha introducido la **sociedad digital en relación con la era analógica** (la de los medios de comunicación de masas y de las industrias culturales con la venta masiva de libros, discos o audiovisual), y en la que unas élites relativamente reducidas y especializadas, gestionaban el saber y la opinión pública.

Zallo (2018, pp. 87-90) resume alguno cambios comunicativos de la transición que estamos viviendo, señalando **posibilidades y problemáticas**.

En concreto alude a:

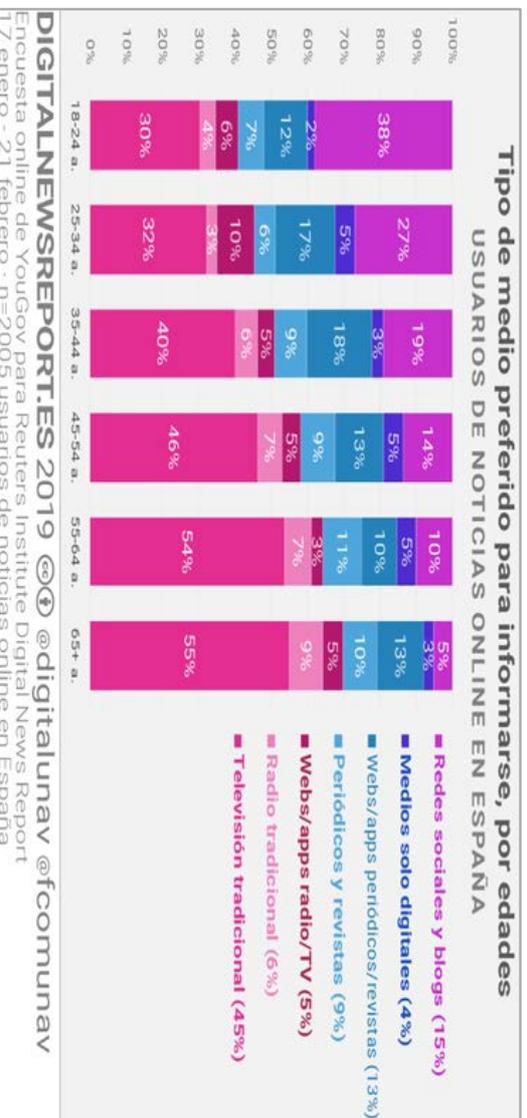
la multiplicación de contenidos, la flexibilización del acceso, la generación de nuevas formas de lectura e interacción, el control corporativo de las redes en la sociedad de la vigilancia, la crisis de los medios de comunicación y la emergencia de nuevas identidades

COMPARACIÓN ENTRE CULTURA Y COMUNICACIÓN ANALÓGICAS, DIGITALES Y TENDENCIAS		Tendencias, preguntas
Cultura y comunicación analógicas	Cultura y comunicación digitales	
Los medios de comunicación gestionan la agenda y la opinión pública	Se añaden agendas múltiples que reestructuran el sistema de información, y en ocasiones de conflictos pueden, incluso, imponer su agenda	Omnipresencia de las redes <i>trend topics</i> , <i>efímeras</i> pero <i>empoderadoras</i> desde algunos ámbitos <i>Límites</i> : expansión mercantil, regulaciones regresivas, dominio transnacional
Industrias separadas de materiales, programaciones y contenidos. Importancia del soporte	Convergencia, <i>multimedialidad</i> con interactividad desde Internet	Naturalza dispar de la propia red comercial y, en paralelo, <i>social media</i> y entornos colaborativos
<i>Medios</i> convencionales, y son motores los editores-programadores y Propiedad Intelectual	Señores de las redes globales: proveedores de servicios (Amazon, Apple), plataformas (Facebook, YouTube), buscadores (Google), aparataje (Microsoft, Samsung)	Nuevos distribuidores se apropian y gestionan los contenidos. Hay vulnerabilidad como sociedades vigiladas.
Jerarquía entre creador y usuario y reglas del gusto. Cultura pasada por la crítica. Expresividades y formatos específicos	Cultura líquida, asociativa. Flexibilidad y abundancia de la producción <i>amateur</i> y consumos productivos. Todos comunican. <i>Mix</i> expresivos	La Ilustración y la modernidad redefinidas: <i>Hipercomunicaciones</i> multi-bidireccionales. <i>¿Fidelidad/responsabilidad de los contenidos?</i>
Brecha cultural y comunicativa	Democratización digital pero brecha añadida en los accesos de pago	Oportunidad de accesos <i>¿Nueva estratificación social?</i>
Comunidades <i>convivenciales</i> . Geografía con compartimentación entre local, nacional e internacional	Se solapan comunidades virtuales. Globalidad con geografías	Identidades básicas y <i>subidentidades</i> múltiples. Globalidad y proximidad son compatibles. <i>¿Diversidad vs valores compartidos cosmopolitas?</i> <i>¿Neomodernidad?</i>
Hogar-castillo-espacio-doméstico privado	<i>Club</i> -hogar interconectado, interferido y emisor	Espacio público no político, pero emergen actores políticos tecnológicamente dotados <i>¿Interés creciente en la res pública?</i>
Economías de escala con modelos de negocio estables	Crisis de los modelos	Economías de red, club, atención del don y la experiencia <i>¿Viabilidad del sistema de información y conocimiento?</i>
Procomún histórico y apropiación	Inmenso procomún amenazado y rentabilidades también	Memorialidades analógicas restringiendo oportunidades digitales <i>¿Revisar la propiedad intelectual por un estatuto del informador y creador?</i>

Fuente: Zallo, *La ciberesfera en transición*, 2016

1.2. LA DIGITALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN EN LA CIBERESFERA

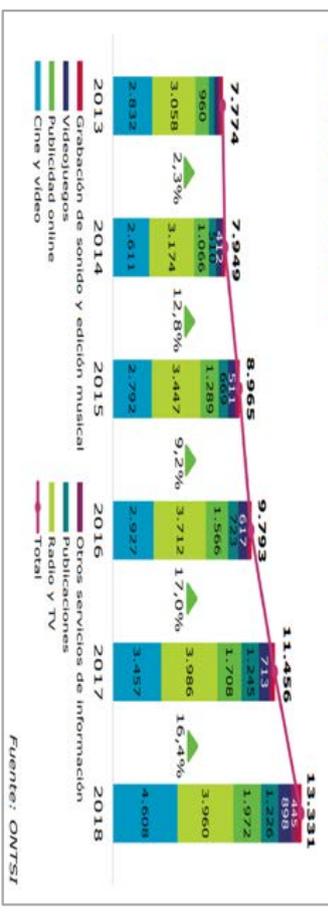
- a) *Contenidos multiplicados*
- ✓ tenemos una sobreabundancia de información expresada en multiplicidad de soportes (pantalla de PC o televisión, móvil, tablet) o de vías (cable, Internet, ondas terrestres, etc.) en formatos que combinan la escritura con lo sonoro o visual (multimedialidad). Si bien caen los costes y precios de acceso a los contenidos, sólo tenemos acceso a una parte de los mismos.



- ✓ También abunda la producción de contenidos generados por usuarios (aficionados) aunque se sobrevaloran sólo unos pocos contenidos generados en instancias profesionales y que concentran el interés a nivel planetario, en un círculo de aumento de la tasa de ganancia (y de poder) de corporaciones (vía pagos, publicidad, lista de usuarios que son vendidas a anunciantes).



Gráfico 8. Evolución de la facturación de la industria de los contenidos digitales en España en el periodo 2013-2018 (millones de euros)



1.2. LA DIGITALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN EN LA CIBERESFERA

b) Accesos flexibles

- ✓ la conectividad (distintos sistemas conectados) permite que los usuarios decidan acceder a diversos contenidos desde cualquier lugar (ubicidad) en cualquier momento (asincronía) generando procesos de interactividad (diálogo), ya sea en grupo o en red, en un viaje virtual por un gigantesco almacén de contenidos que también busca perfiles nuevos de usuarios.
- ✓ Sin embargo, estos usos no siempre se materializan en dinero generado por las industrias culturales, pues la comunidad de usuarios es reactiva a pagar más por dicho acceso y consumo de aparatos, red, telefonía, etc.

c) Nuevas lecturas y visionados

- ✓ la estructura rizomática de los hipertextos en función del interés del usuario en su navegación por la red, facilita nuevas lógicas expositivas de lectura combinatoria y asociativa, de entrada y salida, fugaz (speed), de usar y tirar (*kleenex*), lo que se traduce en una cultura poco exigente, líquida y no conflictiva.

- ✓ El problema parece radicar en que se presta más atención a las destrezas de acceso que a los propios contenidos y sentidos generados.

PERFILES DE USUARIOS DIGITALES Y EXPECTATIVAS DE COMPRA	
Dinámico	Es un usuario muy participativo, hiperconectado y que destaca por su elevado grado de proactividad digital. Deja opiniones, hace recomendaciones. Y su interacción con las marcas va más allá de un simple clic.
Ansioso	Responde a un perfil de usuario impaciente, que espera un servicio inmediato, del modo y en los tiempos que él se marca y, por tanto, no tolera ningún tipo de fisura en su interacción.
Super-usuario	Es el perfil más digital y social de todos, multitarea y multidispositivo en sus interacciones. Su capacidad de concentración es limitada y será al usuario al que las marcas más tendrán que sorprender.
Exigente	Es un usuario muy exigente en sus interacciones que destaca por su falta de fidelidad con las marcas. Siempre busca el mejor servicio y/o precio. Es un usuario que compra y realiza multitud de búsquedas antes de culminar un proceso de compra.
Social	Su interactividad en redes sociales es muy elevada. Es un perfil de usuario principalmente joven e impulsivo al que atraen las últimas tendencias y que suele ser fiel si se responde a sus intereses.
Móvil	Es un usuario que comparte características con otros perfiles: ya que suele ser multitarea y su capacidad de concentración es reducida. Utiliza el móvil o el wearable en cualquier contexto y circunstancia, mientras visita un museo, para pedir comida, incluso realizando las compras físicas interacciona de modo online para comparar y buscar experiencias diferenciadoras.

Fuente: Liferay, 2019



LIBROS MÁS LEÍDOS 2019
Declarado por los entrevistados

Título	Autor
1. PATRIA	FERNANDO ALAMBUERU
2. TROLOLÓ DE LA CIUDAD BLANCA*	EVA GARCÍA SÁENZ DE URTURI
3. SAGA LOS PIJAMES DE LA TIERRA*	KEN FOLLETT
4. SERIE EL CENICIENTO DE LOS LIBROS QUARDADOS*	CHARLES RUIZ ZARÓN
5. SERIE HABER FORTER*	J. K. ROWLING
6. TROLOLÓ DEL BAZTÁN*	DOLORES HERONDO
7. LA CATEDRAL DEL MAR	DOLORES FALCONES
8. SAGA CANCIÓN DE HIELO Y FUEGO*	GEORGE R. R. MARTIN
9. BELVA ROJA	JUAN GÓMEZ JUARDO
10. TODO ESTO TE DABÉ	DOLORES HERONDO
11. LAS HUIDAS DEL CAPITÁN	MAIRA DUEÑAS
12. YO, JULIA	SANTIAMGO POSTEGUILLLO
13. SERIE ROBERT JAROSON*	DAN BROWN
14. LA OJEDA DEL TIBET	PAULA WARDENS
15. EL TIEMPO ENTRE COSTURAS	MAIRA DUEÑAS
16. EL NIÑO CON EL PÍJAMA DE RAYAS	JOHN BOYNE
17. COLECCIÓN LOS FURBOLISHOS*	ROBERTO SANTAMIA
18. TROLOLÓ DE TRABAJO*	SANTIAMGO POSTEGUILLLO
19. EL PIRÓCRITO	ANTONIO DE SANTI EXARTEHY
20. ORIGEN	DAN BROWN

AUTORES MÁS LEÍDOS

Título	Autor
1. DOLORES HERONDO	
2. IDEFONSO FALCONES	
3. KEN FOLLETT	
4. FERNANDO ALAMBUERU	
5. CHARLES RUIZ ZARÓN	
6. EVA GARCÍA SÁENZ DE URTURI	
7. ANTONIO FÉREZ RECERTE	
8. MAIRA DUEÑAS	
9. JULIA WAWARDO	
10. SANTIAMGO POSTEGUILLLO	

Libros más leídos por niños de 10 a 13 años

Título	Autor
1. COLECCIÓN LINOS*	Roberto Santago
2. SERIE HABER FORTER*	J. K. Rowling
3. SERIE DIARIO DE GREG*	Jeff Kinney
4. SERIE GORDIANO STATION*	Eskeleta Dani
5. SERIE LOS DIARIOS DE NIKKI*	Nicole Renee

*Agrupados todos los libros de las editoriales según o series

CONECTA

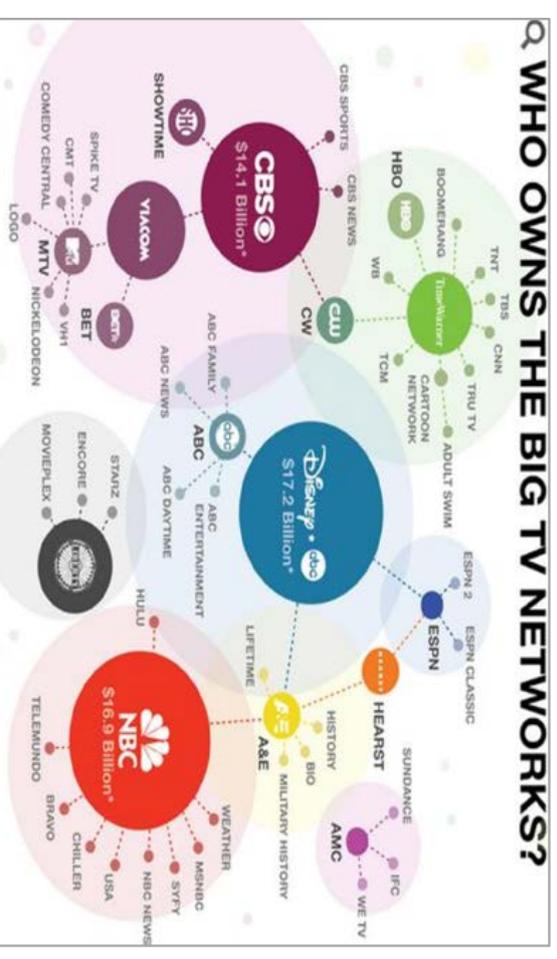
1.2. LA DIGITALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN EN LA CIBERESFERA

d) *Señores de las redes: control corporativo y vigilancia*

- ✓ el capitalismo cognitivo (Blondeau et al., 2004) y el conocimiento generado a través de la I+D+i, ocupan un lugar central dentro del sistema del capitalismo financiero.

- ✓ Son ahora los «señores de las redes» globales y ubicados principalmente en Estados Unidos quienes controlan el consumo de masas vía provisión de servicios (Amazon, Apple), plataformas (Facebook, YouTube), buscadores (Google), aparatos (Microsoft, Samsung). Vivimos una época donde dominan fabricantes, gestores de redes (telecos) y de servicios (buscadores y plataformas) por encima de titulares de derechos de Propiedad Intelectual y prestadores de servicios (discográficas, distribuidoras de cine, prensa, libros) que han reaccionado fuertemente.

- ✓ Por no hablar de la vulnerabilidad de sociedades cada vez más vigiladas, de unas redes cada vez menos neutrales que son formateadas por transnacionales (Facebook, Twitter, etc.) y de unas plataformas y multiplataformas mayoritariamente de pago o mixtas, por encima de los intercambios de pares (P2P).



Fuente: Life Coach Code, 2017



Atresmedia, Prisa y Mediaset: el monopolio de la libertad de prensa

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Tres grupos controlan el 58% del mercado de los medios de comunicación, el 60% de la audiencia y el 87% de la publicidad. Mediaset, Atresmedia y PRISA protagonizan una historia de negocios e influencia. En el día internacional de la libertad de prensa analizamos el poder de las tres principales empresas mediatas.

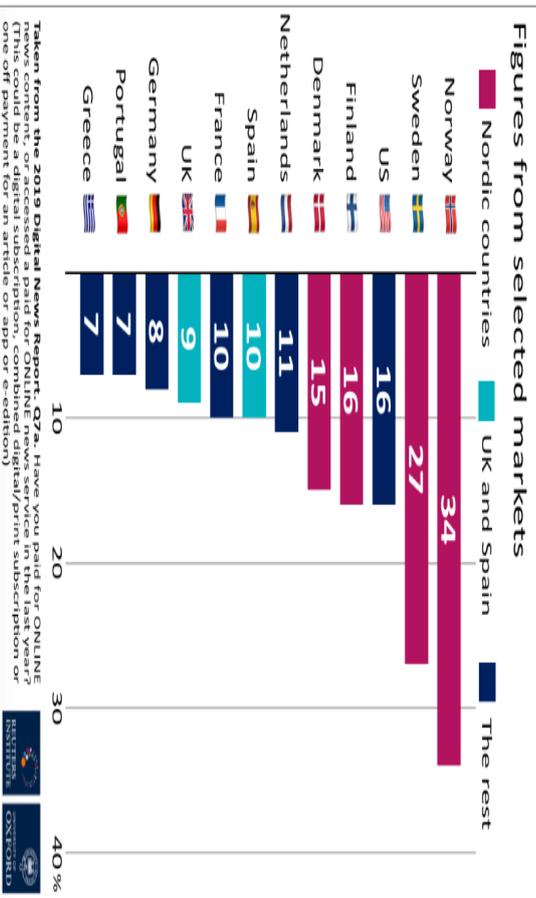
Fuente: Pablo Elorduy, El Salto Diario, 5 Mayo 2017

1.2. LA DIGITALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN EN LA CIBERESFERA

e) Crisis de los medios de comunicación

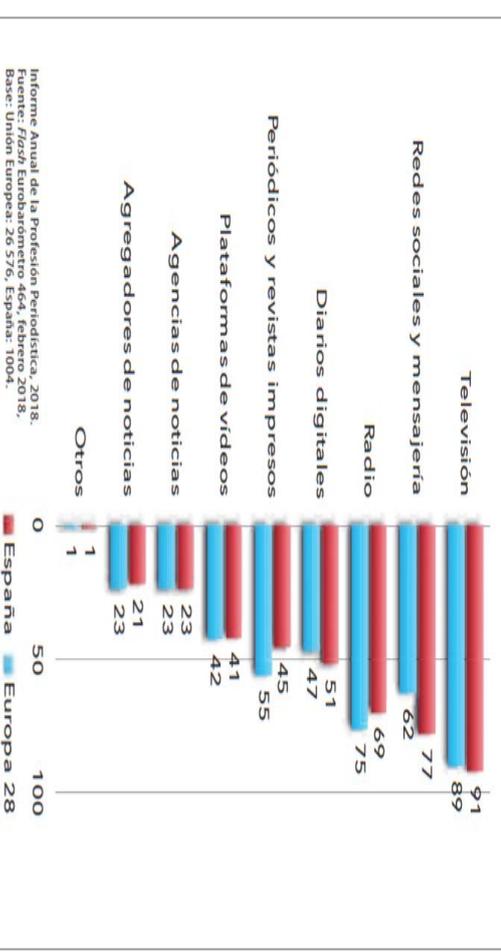
- ✓ decae el peso de los medios de comunicación clásicos ante los señores de las redes globales y, en parte, ante las nuevas fuentes sociales (redes sociales y social media) que, en muchas ocasiones, imponen los temas a tratar y trasladan estados de opinión pública.

Percentage of people who are now paying for news



- ✓ Algunos contenidos y usos tecnológicos quedan fuera del mercado o apenas lo rozan (Wikis, redes, software libres, etc.). Esa descentralización dificulta los discursos dominantes, diversificando medios como los de la prensa que se halla inmersa en un proceso de gran reconversión de la información profesional

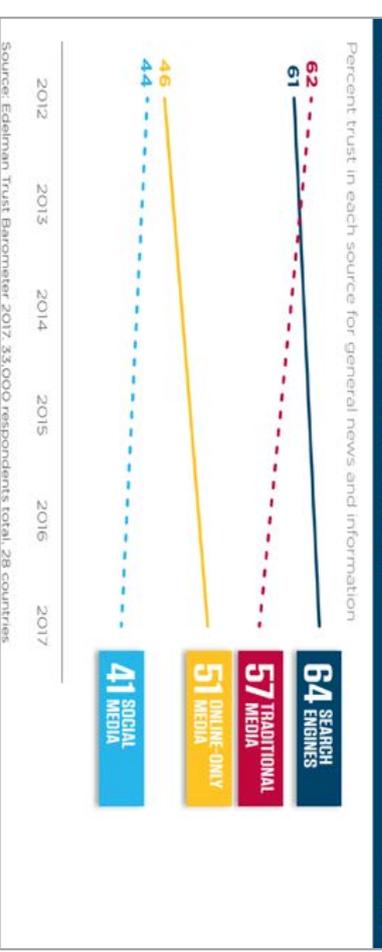
Tabla 5 Uso de los medios para informarse



Digital vs traditional over time



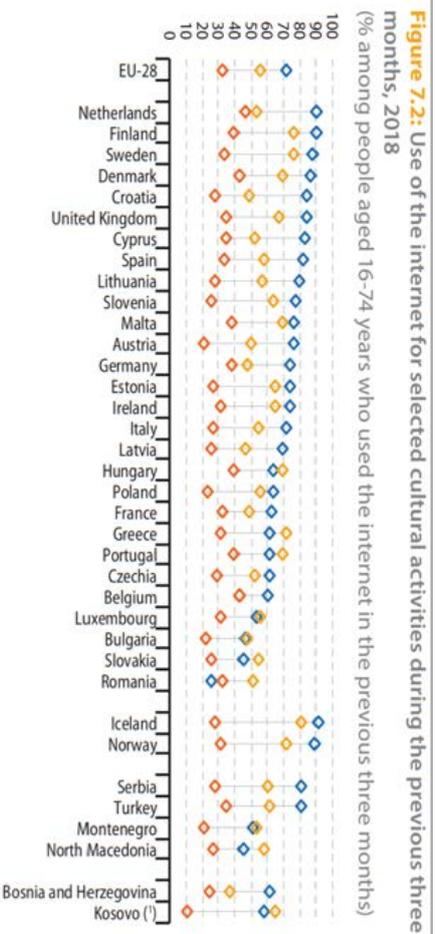
Traditional media shows steepest decline in trust



1.2. LA DIGITALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN EN LA CIBERESFERA

f) Identidades nuevas

- ✓ se añaden nuevas identidades (virtuales) a las convencionales y fuertes (culturales, políticas, familiares), en este caso conformadas desde individualidades colaborativas y en una interacción colectiva en función de afinidades.



(1) This designation is without prejudice to positions on status, and is in line with UNSCR 1244/1999 and the ICJ Opinion on the Kosovo declaration of independence.
Source: Eurostat (online data code: isoc_cl_nc1)

- ◆ Watching internet streamed TV or videos
- ◆ Listening to music (for example, web radio, music streaming)
- ◆ Playing or downloading games

- ✓ No obstante, se observan riesgos de delegación tecnocrática y de control biopolítico por parte de quienes gestionan las redes, aunque en cuestiones como las de estimular la diversidad cultural parecen reproducirse hegemonías culturales que refuerzan geografías y culturas, espacios culturales e identidades a escala-mundo.

THE ECOLOGY OF FREEDOM OF EXPRESSION ON THE INTERNET (Innesco, 2011)

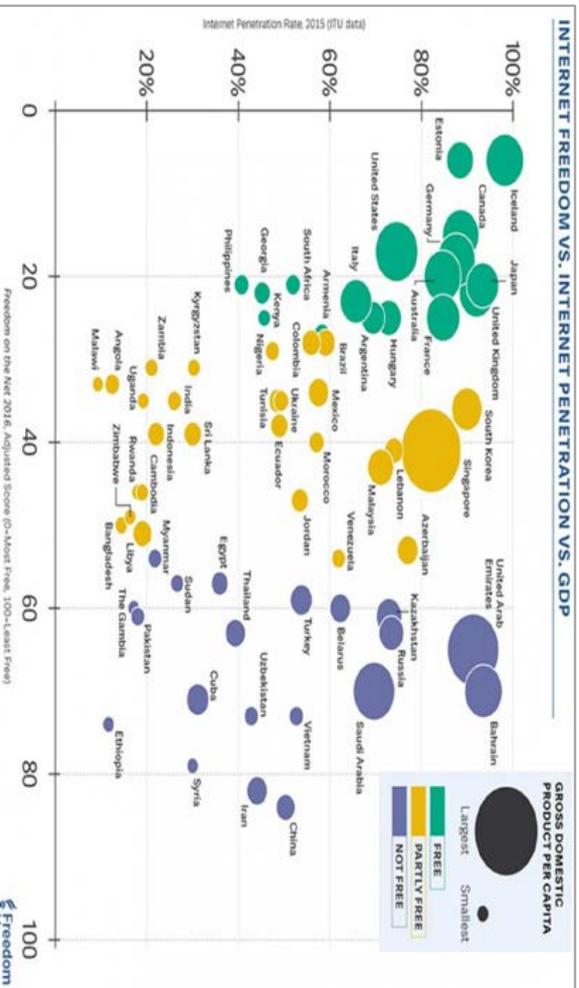
Category	Freedom of Expression
Digital Rights	Access – Freedom of Connection Freedom of Expression Censorship Equality, e.g., Media Literacy and Skills Freedom of Information (FOI) Privacy and Data Protection Intellectual Property Rights (IPR): Copyright IPR: Patents Competition Technology-led industrial strategies
Industrial Policy and Regulation	ICT for Development Child Protection Decency: Pornography Libel: Defamation Hate Speech
User-Centric	Internet Governance and Regulation Domain Names and Numbers Standard Setting: Identity Net Neutrality Licensing, Regulation of Internet Service Providers Security, Confidentiality Security against malware, such as spam and viruses Counter-Radicalisation National Security, Counter-Terrorism
Internet-centric	
Security	

Un smartphone para gobernarlos a todos: aplicaciones, redes sociales y control mental

TECNOLOGÍA

Solo hay una manera conocida de utilizar un smartphone: continuamente. La industria digital diseña cuidadosamente sus productos para convertirlos en trampas irresistibles que absorben nuestra atención y nuestro tiempo. Al mantenernos todo el día conectados a la Máquina generamos gratuitamente torrentes inmensos de información (likes, mensajes, comentarios, fotos, videos) que las corporaciones explotan para sus propios fines a costa de nuestro bienestar psicológico y social.

Fuente: Sergio Legaz, El Salto Diario, 11 de Junio 2018



2. Nuevas alfabetizaciones en el marco de la sociedad digital

❑ Si realizamos un recorrido por la historia de nuestra cultura, hasta el siglo XIX la **alfabetización tradicional** giró casi exclusivamente en torno a la adquisición de competencias que permitieran a las personas **descodificar los códigos de la escritura impresa** y realizar los **cálculos indispensables** para el día a día. (Area, 2012).

❑ Con la llegada de la radio a finales del siglo XIX la información pasa a ser transmitida también a través del **sonido**, permitiendo así, la comunicación oral uno a muchos por primera vez, pues la comunicación uno a muchos hasta el momento únicamente podía ser entendida de forma escrita.

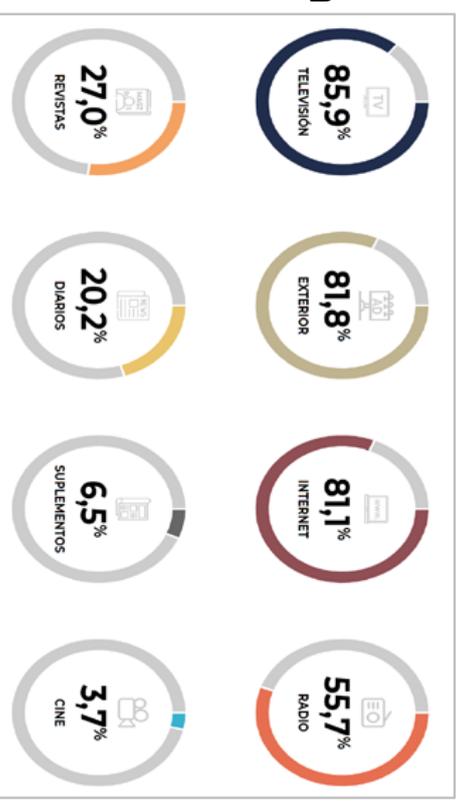
❑ Pero quizá, el **cambio** más significativo en la cultura occidental que transforma completamente las **formas y necesidades alfabetizadoras** de esta es la llegada de la **fotografía** primero (1839), el **cine** después (hermanos Lumiere, 1895) y la **televisión** por último (años 30 del siglo XX), es decir, la **comunicación de información a través de las imágenes**, haciendo ahora necesario una alfabetización que fuera más allá de la lectoescritura, ya que ahora se comienza a hacer necesario también saber leer y escribir a través de imágenes, estáticas o en movimiento, es decir, se hace necesario saber descodificar información que llega a través de otros soportes que no son el escrito (Cassany, 2012).



❑ La llegada del tercer milenio con su histórica revolución digital dará lugar a la **creación de nuevos lenguajes, nuevas formas de comunicar y nuevos entornos de comunicación** que requerirán nuevas destrezas y por ende nuevas alfabetizaciones para la participación plena del ciudadano en la sociedad y la cultura del siglo XXI. (Area, 2012).

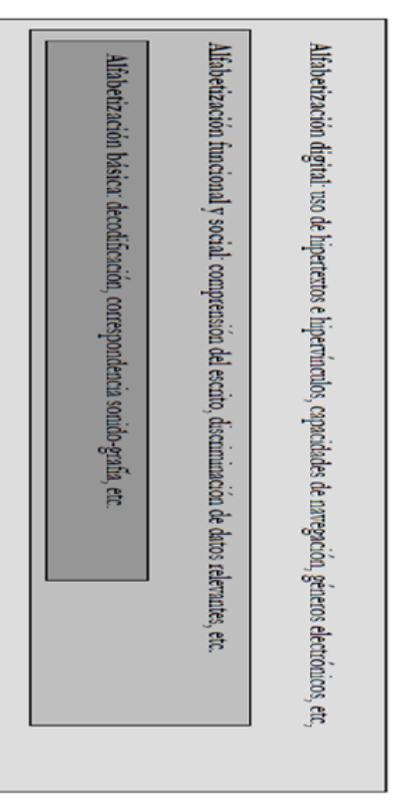
❑ En el marco de la sociedad digital en la que nos movemos hoy, **el concepto clásico de alfabetización** (vinculado sobre todo con la lectoescritura) **debe ampliarse** abarcando e incluyendo nuevas fuentes de acceso a la información, así como el dominio de las competencias de decodificación y comprensión de sistemas y formas simbólicas multimedias de representación del conocimiento.

❑ Los hipertextos, los gráficos en 3D, los mundos virtuales, los videoclips, las simulaciones, la comunicación en tiempo real y simultánea entre varios sujetos a través de un ordenador, las comunidades humanas virtuales o las redes sociales, la videoconferencia, los mensajes y correos escritos a través de telefonía móvil o de Internet, la navegación a través de la WWW, las presentaciones multimedia, entre otras, forman un **caleidoscopio de códigos expresivos y acciones comunicativas que amplían las posibilidades expresivas de la cultura analógica** extendiendo el marco desde que el abordar los procesos alfabetizadores (Cassany, 2002)



Fuente: AIMC/EGM, 2020, 1ª OIa

PLANOS DE LA ALFEBETIZACIÓN



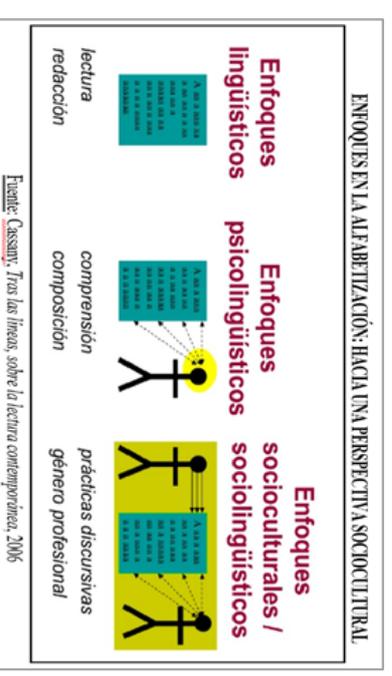
- ❑ La cultura del siglo XXI es **multimodal**, se expresa, produce y distribuye a través de múltiples tipos de *soportes* (papel, pantalla), mediante diversas *tecnologías* (libros, televisión, ordenadores, móviles, Internet, DVD...) y emplea distintos *formatos y lenguajes representacionales* (texto escrito, gráficos, lenguaje audiovisual, hipertextos...)



- ❑ Para hacer frente a esta revolución tecno-comunicacional, hemos de **repensar los espacios de aprendizaje y, por ende, los aprendizajes necesarios** para desenvolvernos libremente como ciudadanos en un escenario de sobreinformación.

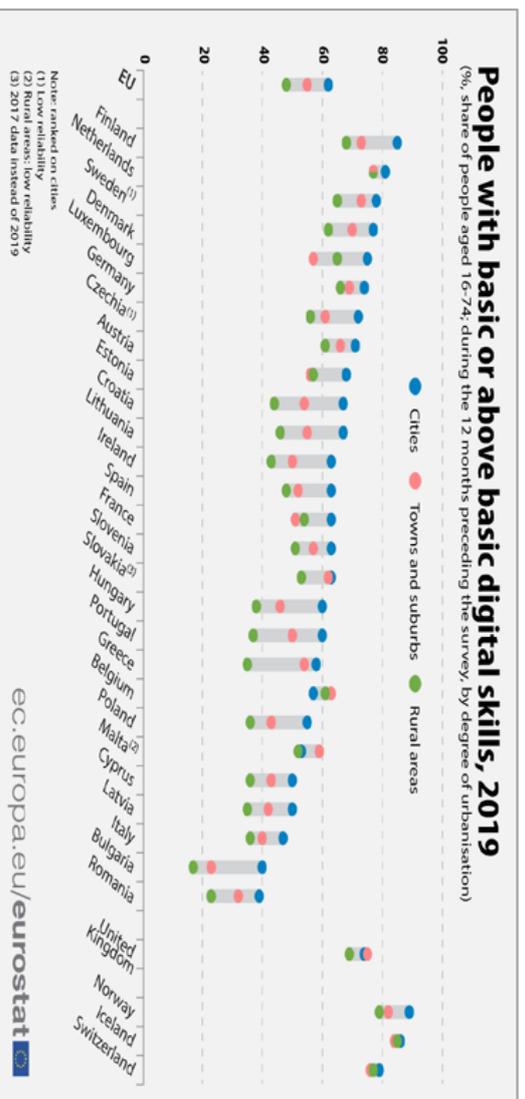
- ❑ Estas demandas inciden en concebir la alfabetización desde una perspectiva sociocultural a partir de conceptos como **literacidad crítica, pluri-literacidad, multi-literacidad** (Zabalza, 2004; Cassany, 2006; Lanskhear & Knobel, 2010; Vargas, 2015) en los que se pone el acento:

- ✓ en los rasgos cognitivos, pragmáticos, culturales y biográficos;
- ✓ en el manejo de los códigos y géneros de la escritura digital;
- ✓ en el conocimiento de la función que cumplen los discursos en Internet;
- ✓ en los roles asumidos por lectores y autores en la red;
- ✓ en los valores sociales asociados con las prácticas comunicativas desplegadas;
- ✓ en las formas de pensamiento y cosmovisiones generadas en el entorno digital.



2.2. DEMANDA DEL MERCADO VERSUS CIUDADANÍA DEMOCRÁTICA

Los ciudadanos que no estén cualificados intelectual y emocionalmente para usar las Tecnologías de la Información y la Comunicación tendrán mayores probabilidades de ser marginados culturales en la sociedad del siglo XXI. Este analfabetismo digital provocará, seguramente, mayores dificultades en el acceso y promoción en el mercado laboral, indefensión y vulnerabilidad ante la manipulación informativa e incapacidad para la utilización de los recursos de comunicación digitales.



Podríamos identificar dos grandes visiones, discursos o concepciones de la alfabetización digital derivadas de la tensión entre elaborar programas formativos bajo las premisas y necesidades impuestas por la economía de mercado o desarrollar proyectos destinados a integrar democráticamente en la sociedad de la información (Area, 2001 y 2005).



Alfabetización como demanda del mercado y de la economía globalizada	Alfabetización como necesidad de la ciudadanía democrática
Se alfabetiza digitalmente a los trabajadores para que puedan desempeñar adecuadamente las nuevas tareas que implican los puestos de trabajo de la economía globalizada	La formación integral de un ciudadano del siglo XXI requiere el dominio de los códigos y tecnologías de la cultura para que pueda ejercer plenamente sus derechos cívicos
Se necesita formar a los consumidores para que puedan comprar y utilizar los nuevos productos digitales	Lo relevante no es la tecnología en sí misma, sino el uso intelectual, social y ético de la misma
Se ofrece una formación de naturaleza instrumental destinada a aprender a usar el hardware y el software	Se pone énfasis en la formación no solo instrumental de la tecnología, sino también en el desarrollo de sus aspectos cognitivos, emocionales, actitudinales y axiológicos
La alfabetización digital se concibe como una condición necesaria para la competitividad y el crecimiento económico	La alfabetización digital se concibe como un derecho individual, una necesidad para el progreso democrático y para evitar nuevas desigualdades sociales

Fuente: Area, alfabetización digital y competencias informacionales, 2012

Alfabetismo digital para la economía de mercado

- ❑ En el primer caso, el mercado reclama **trabajadores y consumidores cualificados para que accedan a los productos y mercancías de la nueva economía digital**. Fundamentalmente, la alfabetización se concibe y se desarrolla como la adquisición de las habilidades y el dominio instrumental de las tecnologías de la información: saber navegar hipertextualmente, enviar y recibir correo electrónico, rellenar formularios digitales, cualificarse en el uso de la ofimática y el software vinculado con la actividad profesional...

- ❑ Es un discurso condicionado por los intereses del mercado y que responde a **criterios de rentabilidad económica**. En las políticas educativas derivadas de este discurso se ofrecen **cursos de formación digital** con la intencionalidad de cualificar a los trabajadores y capacitar a los consumidores para que puedan acceder y comprar la multitud de nuevos productos digitales disponibles en el mercado. Estas políticas argumentan la necesidad de la alfabetización, ya que es condición necesaria para la competitividad y el crecimiento económico de un país.

RECUADRO 3. PRINCIPALES TENDENCIAS DE LAS COMPETENCIAS EN LA ERA DE LA DIGITALIZACIÓN*

Tendencias en la demanda de competencias en la era digital (cognitivas y manuales)	Ejemplos en algunos empleos
Incrementa la velocidad, flexibilidad e independencia en el trabajo	Los mecánicos utilizan <i>software</i> y equipos analíticos cada vez más complejos para el diagnóstico de los vehículos. Y el sector primario analiza con instrumental digital y <i>software</i> adecuado cada vez más y más diversos parámetros de sus producciones, tanto en <i>inputs</i> como en productos.
Incrementa la diferenciación por competencias de las distintas categorías ocupacionales	Los realizadores de animaciones cuentan con tecnologías de trazado, perfilado, color, etc. que han reducido extraordinariamente las anteriores rutinas; y los diseñadores cuentan con potentes tecnologías y lenguajes que abren nuevos espacios a la creación, ahora de carácter multimedia.
	El electricista de obra o los instaladores de redes ahora desarrollan su trabajo in situ con mayor frecuencia en solitario, dado que las relaciones con sus colegas y la información relevante se obtienen vía Internet.
	Los operadores de maquinaria deben de manera creciente ser capaces de programar las máquinas y monitorizar su producción.
	En la reparación de vehículos coexisten, en categorías laborales similares o muy próximas, ocupados que utilizan sofisticados sistemas de diagnóstico y reparación con otros que realizan tareas más convencionales y de tipo manual:
	De igual forma, coexisten operadores capaces monitorizar y ajustar en función de los resultados la maquinaria a su cargo mientras otros llevarán a cabo tareas más simples de operación y ajuste.
Alto impacto en los requerimientos de competencias digitales	Todos los perfiles estudiados requieren competencias digitales a un nivel de usuario avanzado para aplicar el <i>software</i> específico de uso ya generalizado en estas profesiones, pero esto implica, en todos los casos, buen conocimiento de uso de las propias herramientas TIC (ordenadores, <i>tablets</i> , <i>smartphones</i> ...) y, con ello, de <i>software</i> no específico
Demanda de otras competencias de tipo <i>soft</i>	Principalmente habilidades comunicativas y de tipo social para el trabajo en equipo y para las relaciones con clientes y proveedores

* Los perfiles estudiados comprenden todos los sectores de actividad (primario, industrial, construcción y servicios). Fuente: Comisión Europea, *ICT for work: Digital Skills in the workplace*, 2017.

Alfabetismo digital para la ciudadanía democrática

□ En el segundo caso, el acento se pone en el **discurso político de la formación**. Hacerlo de este modo significará concebir a las personas más como **ciudadanos**, como **sujetos autónomos**, que como meros consumidores de mercancías culturales. La meta educativa de la alfabetización, desde este discurso, será formar personas que sepan desenvolverse crítica e inteligentemente a través de redes de ordenadores, de modo tal que no estén indefensos intelectual y culturalmente ante las mismas.

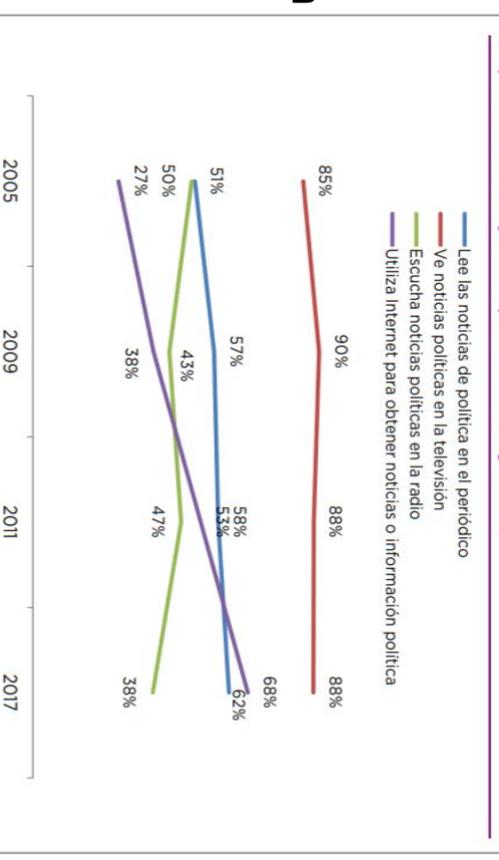
□ Este discurso parte del supuesto de que las nuevas tecnologías tienen efectos sustantivos en la formación política de la ciudadanía, en la configuración y transmisión de **ideas y valores ideológicos**, en el desarrollo de actitudes hacia la interrelación y **convivencia** con los demás seres humanos. La alfabetización no puede consistir solamente en la adquisición de las habilidades instrumentales de acceso y manipulación de la información a través de medios digitales. Debe plantearse como la formación política de los ciudadanos en un entorno económico, cultural y social dominado por las TIC, de modo que esta formación es un derecho individual, pero también una **necesidad social, para evitar las desigualdades en el acceso a la cultura digital y para el progreso democrático de nuestra sociedad.**

Tabla 1. Tipología y procesos de la participación en el entorno digital

Tipología de la Participación	Procesos y herramientas en el entorno digital
(1) Información	Acceso a información, a través de portales generalistas o alternativos (Indymedia, etc.), listas de correo, boletines, etc.; Elementos informativos: documentos online, hipervínculos, comunicados, convocatorias, anuncios, noticias, material audiovisual, streaming, etc.
(2) Comunicación	Intercambio de información a través del correo electrónico, redes sociales y de espacios de comunicación habilitados en las webs; Elementos comunicativos: preguntas, sugerencias, demandas, quejas, comentarios, cartas, organización de convocatorias y reuniones, WhatsApp, Telegram, Skype, etc.
(3) Deliberación	Procesos de examen, evaluación, reflexión, debate y discusión sobre las decisiones, opciones y valores que impregnan cualquier asunto sociopolítico. Herramientas: foros, chats, redes sociales, Loomio, Incoma, Truth mapping, etc.
(4) Consulta / Toma de decisiones	Formas que pueden emplear colectivos y administraciones públicas para saber las opiniones de los ciudadanos o de sus miembros y/o para que participen en la toma de decisiones. Elementos consultivos: referendos, encuestas, sondeos, etc.; Herramientas: plataformas de consulta y de votación, elecciones, mediante el voto electrónico, referendos o mediante vínculos; recogida de firmas para iniciativas legislativas o para incluir consultas ciudadanas en los ayuntamientos, etc. Herramientas: Appopre, LiquidFeedback, Agora voting, Democracia en red, Your priorities, Propongo, All our Ideas, Dooddle.
(5) Acción creativa	Amplio abanico de acciones colaborativas desde el entorno digital que pueden tener una expresión presencial, implementación de bases de datos, planes de acción, foros de discusión, la consulta y de generación, planes formativos, análisis colaborativo, etc.; Herramientas: OpenStreetMap, mapas abiertos, impulso de mayor transparencia, bigdata, análisis de datos/investigación (Boinc, Zooniverse, Crowdfunder, Project Gutenberg; Distributed Proofreaders, Polymathprojects, Cablegate), mapeo (OpenStreetMap, Ushahidi), campañas digitales (Lolic, Olgarte, Change.org), crowdfunding (Goote, Verkami, Misaportación), etc.

Fuente: Nativos digitales. ¿Hacia una nueva participación política?, Lobera & Rubio, 2016

Gráfico 8 Evolución de la consulta de noticias sobre Política en los medios. (Representa el % de jóvenes que consultan alguna vez)



Fuente: Jóvenes, Participación y Cultura Política,

Informe INUVÉ, 2016

2.3. ALFABETIZACIÓN Y CIUDADANÍA: UN APRENDIZAJE PERMANENTE A LO LARGO DE LA VIDA

Este nuevo siglo, que ya ha entrado en su segunda década, ha sido etiquetado como la era o sociedad de la información (Castells, 1997), entre otras razones, porque los sujetos de las sociedades desarrolladas estamos inmersos en un **medio ambiente informacional** que nos inunda desde nuestro nacimiento de forma diaria.

La información en sus múltiples formas (oral, textual, hipertextual, audiovisual, icónica, auditiva) es la materia prima de nuestra existencia moderna. La civilización Actual se diferencia de las precedentes en que la socialización de cada individuo requiere de éste el **dominio de los códigos y formas simbólicas** que le permitan entender la ingente cantidad de información que recibe y, a su vez, estar en condiciones de producir y difundir información en distintos formatos.

Nunca, en ningún período histórico anterior, fue tan necesaria la **educación o formación de los individuos para integrarse socialmente**. Su promoción laboral, sus valores y actitudes ante la vida, sus prácticas culturales y de ocio, sus vínculos y relaciones afectivas con los demás, su comportamiento democrático con los que le rodean y con la sociedad, etc., estarán condicionados por la cantidad y calidad de la formación recibida.

ADULT POPULATION WITH POTENTIAL FOR UPSKILLING AND RESKILLING SPAIN , CEDEFOP 2020

Table 1- Unemployed adults: absolute risk of being low skilled by age and type of skill, Spain

Age	Education	Digital skills	Literacy	Numeracy
55-64	 66,9	 74,3	 52,0	 57,2
35-54	 53,7	 58,4	 41,2	 43,2
25-34	 43,7	 40,6	 23,4	 28,6
Total pop 25-64: Country average	 41,0	 44,8	 28,7	 31,6
Total pop 25-64: European average	 23,2	 43,0	 20,8	 24,3

Note: Note: European weighted average: Education (EU28+); Digital skills (EU28, NO); Literacy and Numeracy (AT, BE, CY, CZ, DE, DK, EE, EL, ES, FI, FR, IE, IT, LT, NL, NO, PL, SE, SI, SK, UK).

Table 2- Inactive adults: absolute risk of being low skilled by age and type of skill, Spain

Age	Education	Digital skills	Literacy	Numeracy
55-64	 68,6	 81,5	 48,0	 55,9
35-54	 57,5	 70,4	 37,4	 42,5
25-34	 40,6	 30,6	 30,6	 34,4
Total pop 25-64: Country average	 41,0	 44,8	 28,7	 31,6

Table 3- Employed adults: absolute risk of being low skilled by age and type of skill, Spain

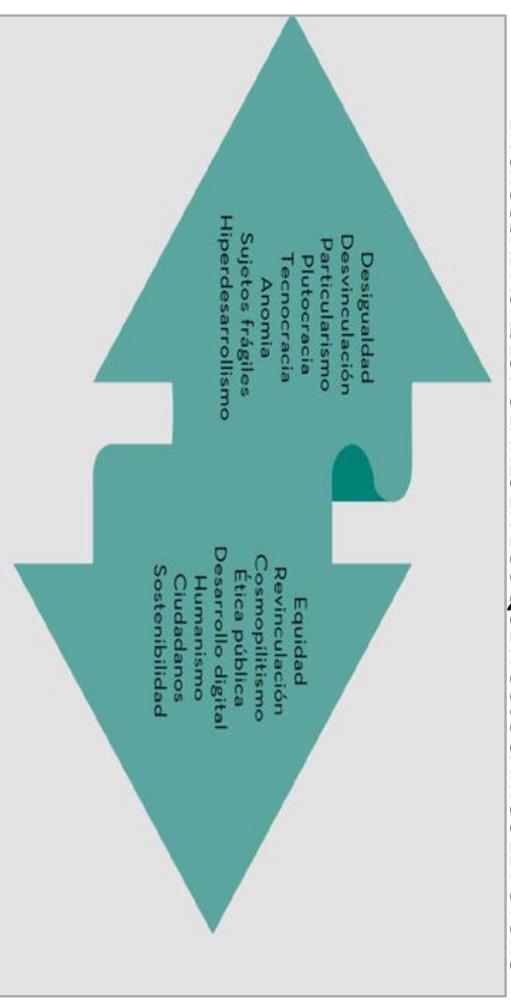
Age	Education	Digital skills	Literacy	Numeracy
55-64	 45,0	 53,8	 39,8	 43,1
35-54	 31,4	 34,4	 20,9	 23,3
25-34	 28,0	 22,3	 16,5	 18,3
Total pop 25-64: Country average	 41,0	 44,8	 28,7	 31,6
Total pop 25-64: European average	 23,2	 43,0	 20,8	 24,3

Note: European weighted average: Education (EU28+); Digital skills (EU28, NO); Literacy and Numeracy (AT, BE, CY, CZ, DE, DK, EE, EL, ES, FI, FR, IE, IT, LT, NL, NO, PL, SE, SI, SK, UK).

2.3. ALFABETIZACIÓN Y CIUDADANÍA: UN APRENDIZAJE PERMANENTE A LO LARGO DE LA VIDA

❑ La cultura del siglo XXI es multimediatíca, es decir, se construye a través de múltiples y variadas formas simbólicas y se difunde mediante tecnologías diversas. Pero, sobre todo, es líquida, es decir, inaprensible, variable, intercambiable, interactiva, de consumo inmediato, en permanente transformación. Frente a la solidez de las certezas de la cultura decimonónica, el presente posmoderno nos ha traído un tiempo de relativismo y mutabilidad del conocimiento, de modas efímeras de las ideas, valores y costumbres, de permisividad de las diferencias, de incertidumbre sobre el futuro mediato.

❑ Por ello, uno de los retos de la alfabetización digital es formar, cualificar a los sujetos como **usuarios inteligentes de la información** para que sepan distinguir lo relevante de lo superfluo y extraer sus propias conclusiones mediante el desarrollo de esquemas interpretativos, de herramientas intelectuales que les permitan contrastar y analizar críticamente la información reconocer los códigos y lenguajes de los distintos saberes y aprender a utilizarlos para expresar sus propias ideas y argumentaciones, para realizar juicios éticos y seguir aprendiendo a lo largo de toda su vida.



ENCRUJADAS. ELES POLARES EN LOS QUE NOS JUGAMOS EL FUTURO

Fuente: VIII Informe FOESSA sobre Exclusión y Desarrollo Social en España, 2019

¿ESTA NOTICIA ES FALSA?



ESTUDIE LA FUENTE
Investigue más allá: el sitio web, objetivo e información de contacto.



¿QUIÉN ES EL AUTOR?
Haga una búsqueda rápida sobre el autor. ¿Es fiable? ¿Es real?



COMPRUEBE LA FECHA
Publicar viejas noticias no significa que sean relevantes para hechos actuales.



CONSIDERE SU SESGO
Tenga en cuenta que sus creencias podrían alterar su opinión.



LEA MÁS ALLÁ
Un titular impactante puede querer captar su atención. ¿Cuál es la historia completa?



FUENTES ADICIONALES
Haga clic en los enlaces y compruebe que haya datos que avalen la información.



¿ES UNA BROMA?
Si es muy extravagante puede ser una sátira. Investigue el sitio web y el autor.



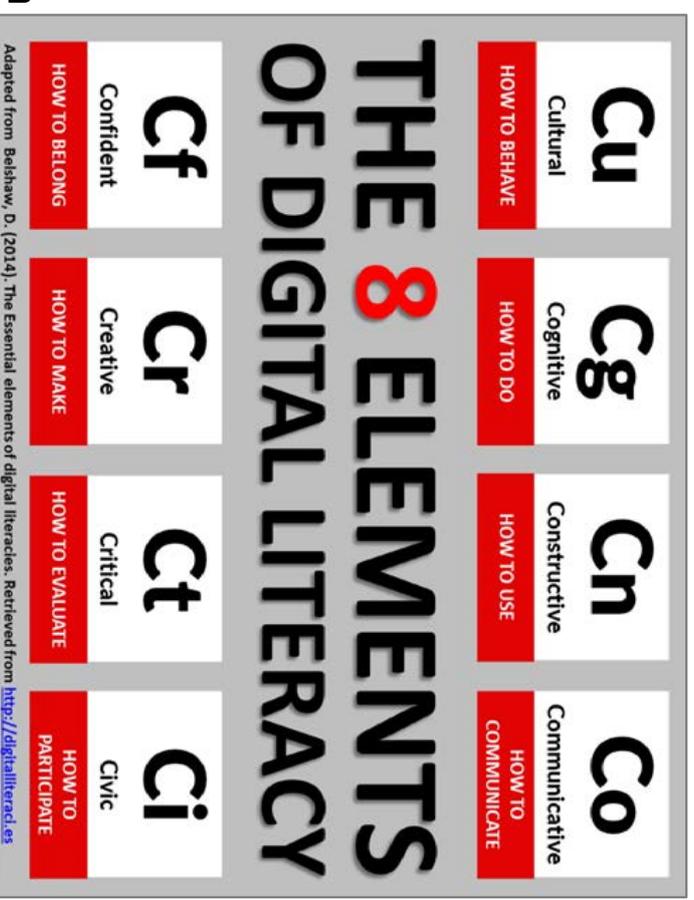
PREGUNTE AL EXPERTO
Consulte a un bibliotecario o un sitio web de verificación.

2.3. ALFABETIZACIÓN Y CIUDADANÍA: UN APRENDIZAJE PERMANENTE A LO LARGO DE LA VIDA

❑ Debemos asumir que la alfabetización en la cultura digital o líquida de la Web 2.0 es algo más complejo que el mero aprendizaje del uso de las herramientas de software social (blogs, wikis, redes y demás recursos del *cloud computing*). La alfabetización debe representar la adquisición de las competencias intelectuales necesarias para interactuar tanto con la cultura existente como para recrearla de un modo crítico y emancipador y, en consecuencia, como un **derecho y una necesidad de los ciudadanos de la sociedad informacional**.

❑ En definitiva, la alfabetización tiene como meta sustantiva facilitar el proceso de la construcción del individuo como **ciudadano culto y democrático y de su socialización en los ecosistemas comunicacionales digitales**. De este modo, los objetivos de la alfabetización digital deberían dirigirse a que los niños, los jóvenes y los adultos:

- ✓ Logren las competencias de dominio de los mecanismos y de las formas de comunicación de las distintas herramientas digitales.
- ✓ Adquieran criterios de valor que les permitan discriminar y seleccionar aquellos productos, informaciones o contenidos de mayor calidad cultural.
- ✓ Sepan sacar a la luz los intereses económicos, políticos e ideológicos que están detrás de toda empresa, proyecto y producto mediático.
- ✓ Sean capaces de comunicarse y colaborar en redes sociales.
- ✓ Tengan las habilidades para expresarse y crear productos en distintos lenguajes expresivos.
- ✓ Tomen conciencia crítica del papel de las tecnologías en nuestra vida cotidiana, económica y social.



3. Mapeando la alfabetización digital

3.1. MULTIALFABETIZACIONES EN LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA E INFORMACIONAL

- ❑ La alfabetización parece ser, por tanto, un **aprendizaje múltiple, global e integrado de las formas y lenguajes de representación y de comunicación** –textuales, sonoras, icónicas, audiovisuales, hipertextuales, tridimensionales– mediante el **uso de las diferentes tecnologías** –impresas, digitales o audiovisuales en distintos contextos y situaciones de interacción social–.

- ❑ Esta concepción integral del proceso alfabetizador nos permite ya contemplar dos ámbitos bien diferenciados respecto de la educación mediática o digital, uno referido a la **Educación en Medios** y otro a la **Educación con Medios** (Buckingham, 2005):

✓ Por un lado, la *Educación en medios* sería aquella que trata de proporcionar las herramientas y habilidades necesarias para hacer frente de manera crítica el entorno mediático, tratando de comprender y participar activamente del mismo, ofreciendo la posibilidad a los sujetos de convertirse en productores

✓ Por otro, la *Educación con medios* haría referencia al uso de medios para el aprendizaje, a la Tecnología Educativa o lo que es lo mismo al uso de los medios como recurso pedagógico.



Fuente: Unesco, 2017

Educación en Medios y otro a la Educación con Medios

3.1. MULTIALFABETIZACIONES EN LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

□ La **alfabetización mediática** sería el resultado, es decir, el conocimiento, competencias y habilidades que el alumnado adquiere gracias a una adecuada educación mediática y que implicaría, necesariamente, el leer y escribir los medios en todo su conjunto, capacitando a los y las jóvenes como consumidores críticos y también como productores de contenidos. De acuerdo con Osuna-Acedo, Frau-Meigs & Marta-Lazo (2018) la alfabetización digital se convierte en el medio de impresión de la educación mediática y en el instrumento fundamental para la participación en la sociedad actual.

□ La ya menciona revolución digital y la aparición y consolidación de múltiples herramientas digitales usadas con mucha frecuencia por los y las jóvenes tanto dentro como fuera de las instituciones de educación formal, mueve a la aparición de nuevos términos que tratan de ir algo más allá de la educación o alfabetización mediática.

Entre los mismas, figuran propuestas como el concepto de «**multialfabetización**» (Cope y Kalantzis, 2010), de «**nuevas alfabetizaciones**» (Lankshear y Knobel, 2009) o de ALFIN —«**alfabetización informacional**»— (Bawden, 2002),

impulsadas desde los ámbitos bibliotecarios y de documentación. Asimismo, también han aparecido distintos conceptos que adjetivizan la alfabetización del tiempo digital como «**alfabetización tecnológica**», «alfabetización mediática», «alfabetización digital», «**alfabetización multimedia**» o «alfabetización informacional» (Gutiérrez, 2010).

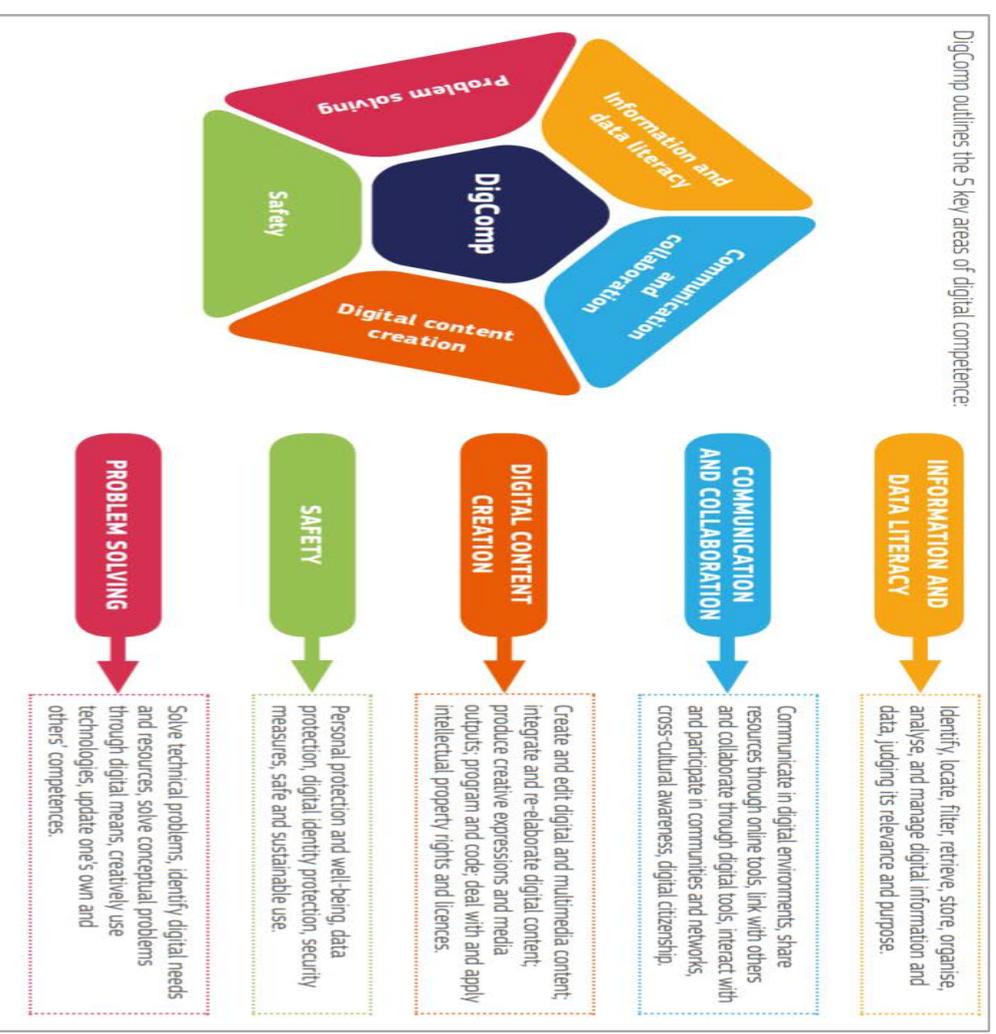
LAS NUEVAS ALFABETIZACIONES

Alfabetización audiovisual	Se desarrolla con la finalidad de formar al alumnado como sujeto con capacidad para analizar y producir textos audiovisuales, así como para prepararlo para el consumo crítico de los productos de los medios de masas como el cine, la televisión o la publicidad. Se considera la imagen y sus distintas formas expresivas como un «lenguaje» con sus propios elementos y sintaxis. Se implementó parcialmente en el sistema escolar en los años ochenta y noventa
Alfabetización tecnológica digital	El propósito de esta alfabetización es desarrollar en los sujetos las habilidades para el uso de la informática en sus distintas variantes tecnológicas: ordenadores personales, navegación por Internet, uso de software de diversa naturaleza. Se centra en enseñar a manejar el hardware y el software. Tuvo un desarrollo limitado en el sistema escolar en la década de los años noventa, aunque continúa en la actualidad
Alfabetización informacional	El origen de esta propuesta procede de los ambientes bibliotecarios. 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 información en función de un propósito dado, localizarla, seleccionarla, analizarla y reconstruirla
Multialfabetización	El concepto procede del ámbito anglosajón formulado por el <i>New London Group</i> a mediados de la década de los años noventa. Defiende que, en una sociedad multimodal, debe prepararse y calificarse al alumnado ante los múltiples medios y lenguajes de la cultura del tiempo actual con un planteamiento integrado de los distintos alfabetismos

Fuente: Arca, Gros & Marzal, *Alfabetizaciones y TIC*, 2008

3.1. MULTIALFABETIZACIONES EN LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

- ❑ Como puede observarse, el nuevo concepto de alfabetización digital focaliza su atención en la **adquisición y dominio de destrezas centradas en el uso de la información y la comunicación**, y no tanto en las habilidades de utilización de la tecnología.
- ❑ Plantear que la alfabetización consiste en obtener este tipo de conocimientos instrumentales es mantener una **visión reduccionista, simple y mecanicista de la complejidad de la formación o alfabetización** en los nuevos códigos y formas comunicativas de la cultura digital.
- ❑ Sin embargo, ámbitos de trabajo como el de las multialfabetizaciones o multiliteracias (Cope & Kalantzis, 2009) establecen **medidas adecuadas para solventar los desafíos alfabetizadores** de la sociedad actual, entre ellos:



Fuente: DigComp: The European Digital Competence Framework, 2019

- ✓ acabar con las desigualdades y por ende con las brechas digitales;
- ✓ hacer frente a la ciudadanía pasiva apostando por el fortalecimiento de la ciudadanía digital;
- ✓ entender la omnipresencia de las tecnologías digitales;
- ✓ comunicarse adecuadamente conforme las nuevas formas del siglo XXI;
- ✓ no perderse entre la ingente cantidad de información a la que se tiene alcance, entender la heterogeneidad de opiniones, informaciones, etc. que circulan por los medios;
- ✓ en definitiva, una alfabetización que contribuya al crecimiento personal y crítico

3.2. ALFABETIZACIÓN TRANSMEDIA EN EL MARCO DE LA SOCIEDAD DIGITAL

- El crecimiento de la comunicación en red, especialmente si lo juntamos con las **prácticas de la cultura participativa**, proporciona un conjunto de nuevos recursos y facilita nuevas intervenciones de la mano de una variedad de grupos que hacen tiempo que luchan para que se escuche su voz.
- Las nuevas plataformas crean aperturas para el cambio social, cultural, económico, político y oportunidades para la diversidad y la democratización.**

- La cultura contemporánea se ha vuelto más participativa, especialmente si la comparamos con ecologías de los medios anteriores principalmente supeditadas a medios masivos tradicionales. El público en red está utilizando esta capacidad comunicativa expandida para **crear una cultura más diversa, desafiando instituciones arraigadas, ampliando oportunidades sociales y educativas.**

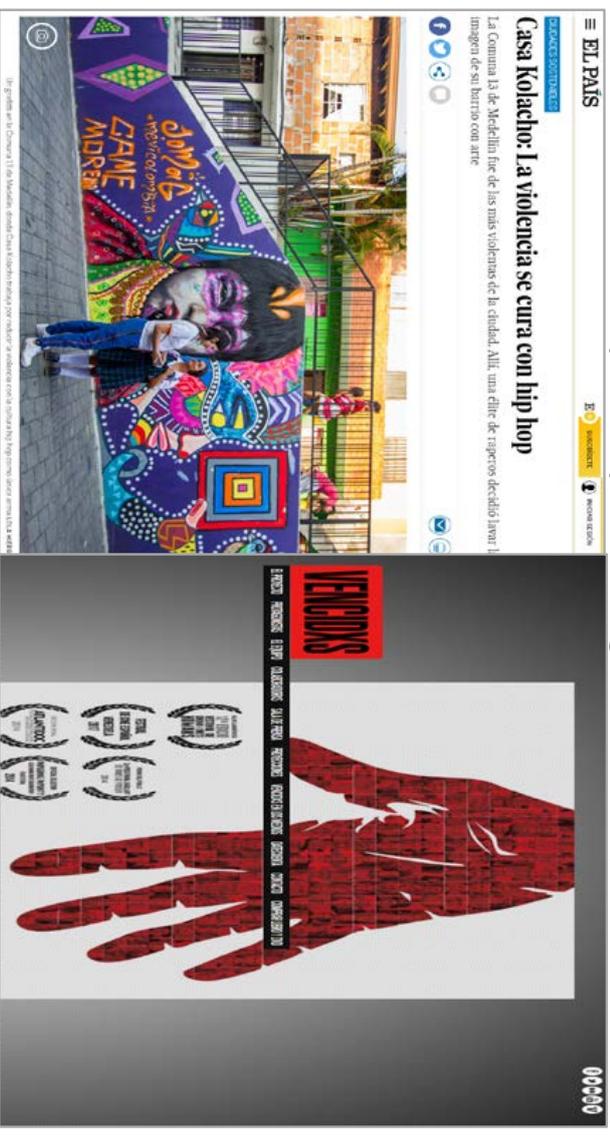
- El entorno mediático actual se ha convertido en algo cada vez más conductivo para la propagación de contenido mediático. En parte, la **propagabilidad (spreadability)** es la consecuencia de cambios en la naturaleza de las tecnologías que hacen más fácil producir, subir, bajar, recircular e insertar contenido. La digitalización hace que cambiar formatos sea más simple y también el distribuir contenido

VIDEOACTIVISMO Y NUEVOS IMAGINARIOS URBANOS EN ESPAÑA		
EIIS	OBLATIVOS	EXPERIENCIAS
Reivindicación de memorias espaciales	<ul style="list-style-type: none"> Se privilegian los puntos de articulación que vinculan las historias de vida con el espacio colectivo y ambos a su vez con las lógicas alienantes de un capital impalpable con la periferia. Se opta pues por retratar los lugares de convivencia tradicional, no en un ejercicio nostálgico sino con el afán de exponer la amenaza bajo la que se encuentran los procesos de intercambio social que estos espacios generan y en los que se integran los mundos de vida de los protagonistas y sus recuerdos. 	<p>Ciudad Morza (2014), Xavier Artigas y Xapo Ortega (www.youtube.com/watch?v=5qng8M1oZ1U)</p> <p>Colectivo Boamistura (http://www.boamistura.com/#/projects)</p> <p>Gea21, Grupo de Estudios y Alternativas (http://www.gea21.com/)</p> <p>Paisaje Transversal (http://paisajetransversal.com/)</p> <p>Los Marfiles, Atlas de incógnitas vecinales (https://losmarfiles.org/)</p>
La ciudad contestada	<ul style="list-style-type: none"> Necesidad de hacer evidente el choque, la fricción que estas dinámicas homogeneizadas encuentran en la reivindicación radical de lo popular desde una dinámica disciplica. Son imágenes que dan cuerpo a una cultura del malestar que encuentra su expresión más directa en la oposición rebelde a la utopía urbana el objetivo principal es el de visibilizar fórmulas de confrontación. Por la pantalla desfila una galería de subjetividades y espacios alternativos reconstruidos más allá de cualquier lógica de valorización propuesta por el capital, no ya desde la reivindicación de la memoria a la que aludíamos en el punto anterior, sino desde el conflicto directo como eje de la resistencia frente a la redefinición del espacio público 	<p>Instituto para la Democracia y el Municipalismo (https://institutoim.org/)</p> <p>Plataforma de Afectados por la Hipoteca (https://afectadosporlahipoteca.com/)</p> <p>Plataforma Salvem El Cabanyal (http://cabanyal.com/)</p> <p>Patio Maravillas, Espacio Polivalente Autogestionado (https://vimeo.com/105288780)</p> <p>Movimiento de lucha vecinal Barrio de Gamonal (Burgos, 2014) (https://vimeo.com/2912580088)</p>
Ocupar el audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> Se trata de un reconocimiento de la práctica cultural más allá de una dimensión simbólica inmediata y de la lógica de la mercancía para repensar críticamente desde los parámetros de la economía política de la comunicación la posibilidad de generar procesos culturales autónomos, que visibilicen la existencia de prácticas culturales alternativas a los circuitos de valorización puestos en juego por las instituciones municipales La puesta en marcha y el desarrollo de estos proyectos buscan en consecuencia generar comunidad en torno a los mismos desde una lógica de prototipado que deviene en una propuesta alternativa a los mecanismos de producción, difusión y consumo convencionales 	<p>Colectivo 15Mbornt (https://www.youtube.com/channel/UC6032Z206o7_HkIm138q71Q)</p> <p>Comisión 8M (http://revistalabuejefeminista.org/)</p> <p>Fundación de los Comunes (www.youtube.com/channel/UCMUI51r0dKw87ye4C3gDn4l8ts)</p> <p>El Sitio Diario (https://www.elsitiodiario.com/el-sitio-tv)</p> <p>Proyecto Consume hasta Morir (http://www.consumehastaamorir.com/)</p>
Videos de remezcla política y sátira urbana	<ul style="list-style-type: none"> Estrategia privilegiada para las prácticas que buscan desactivar las imágenes de la utopía urbana: una práctica que privilegia la sátira y el humor como estrategias de resistencia política. Desde las campañas promocionales de ayuntamientos y autoridades locales, a los mensajes celebratorios de los medios masivos, las posibilidades de reconfiguración propias del video distribuido facilitan una práctica material directa sobre las imágenes dialéctica y dialógica, que reconfigura los mensajes, los controrcuta y recontextualiza, con el objetivo de desenterrar contradicciones, incoherencias y paradójicos, haciendo visibles valores ideológicos que no son identificables para el espectador en un primer momento. 	<p>Laboratorios Medialab Prado (https://www.medialab-prado.es/laboratorios/)</p> <p>Colectivo Zemos98 (http://zemos98.org/)</p> <p>Colectivo La Candelal (http://www.lacandelalcentroycomunidad.com/)</p> <p>Proyecto Visualidades Críticas (https://visualidadescriticas.wordpress.com/presentacion/)</p> <p>Plataforma Xnet (https://net.xnet/)</p>

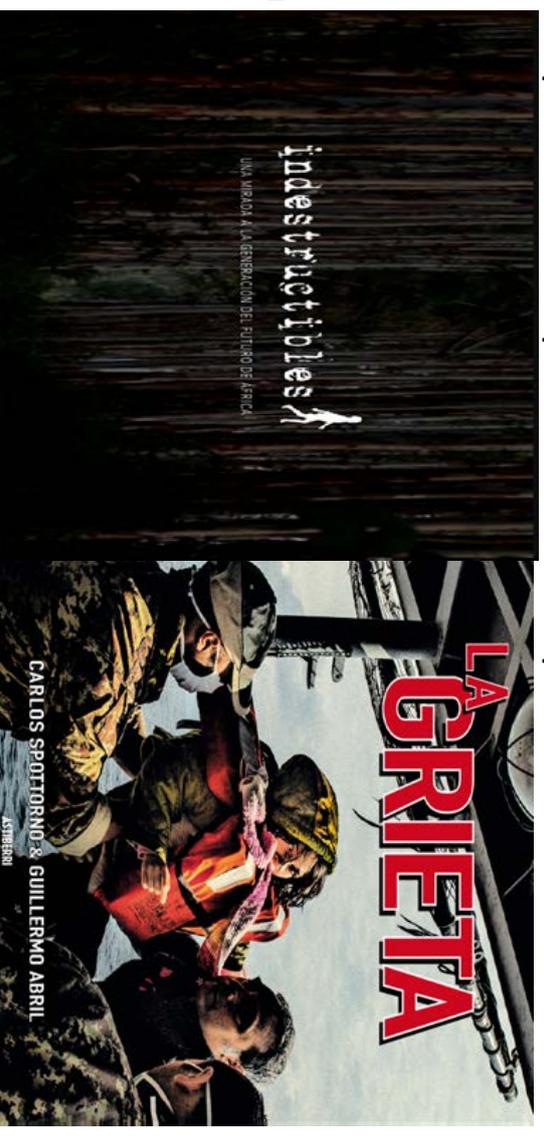
Fuente: Elaboración propia, a partir de Sierra Caballero & Montero Sánchez, *Videoactivismo y nuevos movimientos urbanos en España*, 2015

3.2. ALFABETIZACIÓN TRANSMEDIA EN EL MARCO DE LA SOCIEDAD DIGITAL

- ❑ La cultura transmedia propone un nuevo planteamiento sobre la producción, promoción y circulación de contenido que fomenta un mayor respeto hacia la voluntad de los participantes – *grassroots* (Jenkins, 2015). Incluye un modelo híbrido de circulación, en el cual una mezcla de fuerzas verticales (de arriba abajo y de abajo a arriba) determina cómo se comparte el material a través de las culturas -así como entre ellas- de forma mucho más participativa (y desordenada). Las decisiones individuales que tomamos al difundir textos mediáticos (retuitear un gazapo, redifundir un video viral en YouTube, compartir una historia en Instagram) están remodelando el paisaje mediático en si mismo.



- ❑ La cultura transmedia se centra en las dinámicas sociales y las prácticas culturales que han posibilitado popularizado estas nuevas plataformas; directrices que no sólo explican cómo se ha convertido en una práctica habitual, sino también por qué. El potencial de los medios digitales nos brinda un catalizador para reconceptualizar otros aspectos de la cultura: exige la necesidad de replantear las relaciones sociales, reimaginar la participación cultural, social, educativa y política.

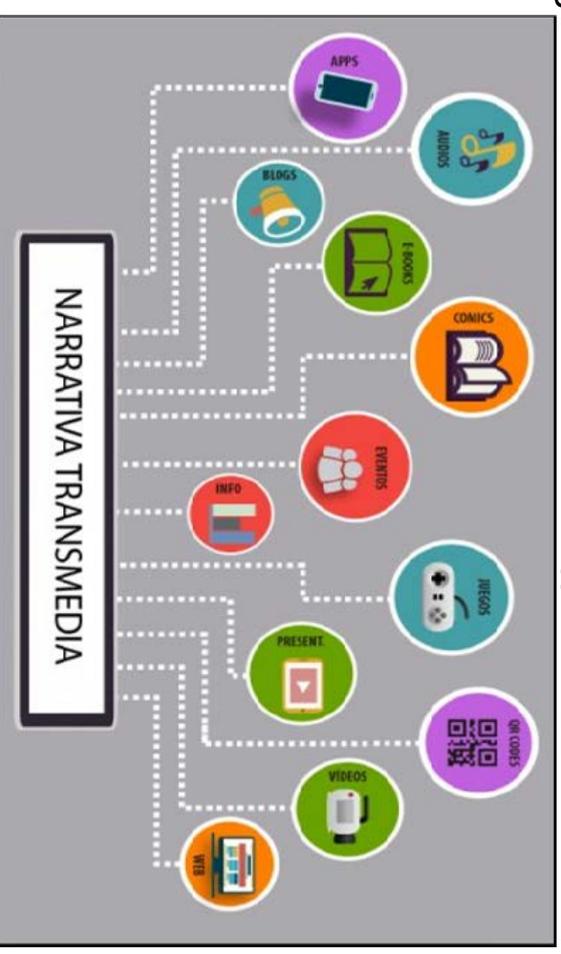


3.2. ALFABETIZACIÓN TRANSMEDIA EN EL MARCO DE LA SOCIEDAD DIGITAL

□ En las dos últimas décadas la galaxia semántica del alfabetismo ha crecido, expandiéndose del “alfabetismo digital” al “alfabetismo multimedia” para llegar en la actualidad a la investigación sobre “alfabetismo transmedia”.

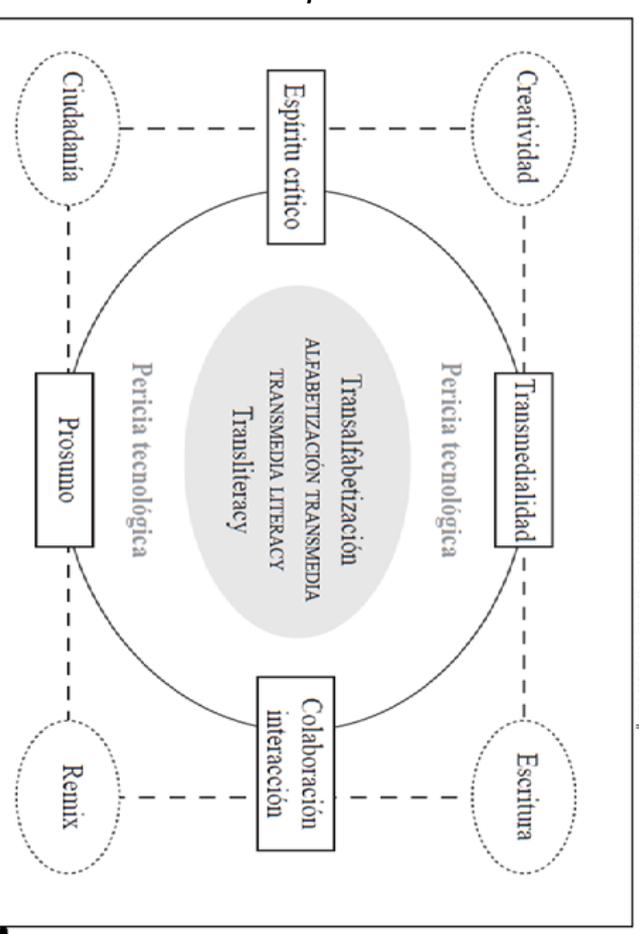
□ La alfabetización transmedia se presenta como algo imprescindible en la formación de los ciudadanos, en tanto capacidad para **evaluar y crear contenido** a través de **múltiples plataformas** con diversos lenguajes y a través de **experimentaciones de tipo creativo**, fomentando la **participación plena** en contextos cada vez más interculturales. En este contexto, las instituciones educativas juegan un papel central como difusoras de la educación en medios, al deber adaptar en los currícula las capacidades necesarias para que el alumnado se desenvuelva en este escenario mediático multipantalla (Fernández y Gutiérrez, 2017).

□ Probablemente, entonces, el campo de la **educación transmedia** se relacione más estrechamente con la idea de **transalfabetización** (transliteracy), concepto integrador que evalúa la habilidad de leer, escribir e interactuar a través de múltiples plataformas, herramientas y medios y que se centra menos en la enseñanza de aspectos tecnológicos para virar la **mirada hacia los actores y el uso contextual de las tecnologías** (Frau-Meigs, 2012)



Fuente: Manaira Araujo, *Formatos narrativos transmedia*, 2015

ELEMENTOS DE LA ALFABETIZACIÓN TRANSMEDIA⁴



Fuente: González, Serrat, Estebanell, Rosan & Esteban, 2018⁴

3.2. ALFABETIZACIÓN TRANSMEDIA EN EL MARCO DE LA SOCIEDAD DIGITAL

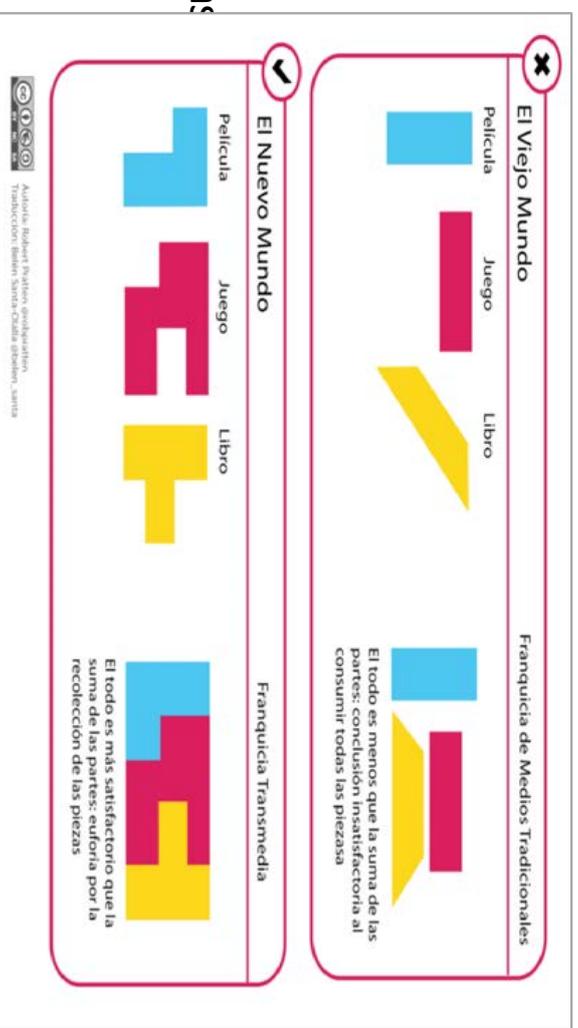
❑ El alfabetismo mediático ya no puede limitarse al análisis crítico de los contenidos de la televisión o a la producción de piezas escolares de comunicación inspiradas en el modelo del *broadcasting* o la prensa (Potter, 2010). El consumidor tradicional de medios ahora es un sujeto activo que, además de desarrollar competencias interpretativas cada vez más sofisticadas para comprender los nuevos formatos narrativos, de manera creciente **crea nuevos contenidos, los recombina y comparte en las redes digitales.**

❑ En este contexto, el alfabetismo transmedia se entiende como un conjunto de **habilidades, prácticas, valores, sensibilidades y estrategias de aprendizaje e intercambio** desarrolladas y aplicadas en el contexto de la nueva cultura colaborativa.

ALFABETISMO, ALFABETISMO MEDIÁTICO Y ALFABETISMO TRANSMEDIA

	Alfabetismo	Alfabetismo mediático	Alfabetismo transmedia
Soporte mediático	Libros y otros textos impresos	Broadcasting (TV)	Redes digitales
Semiótica del medio	Verbal (leer/escribir)	Multimodal (medios audiovisuales)	Multimodal (medios interactivos/transmedia)
Interpelación del sujeto	Como literado	Como consumidor (espectador)	Como prosumidor
Objetivo de la acción	Desarrollar lectores/escribientes	Desarrollar espectadores críticos, y, en menor medida, productores	Desarrollar <i>prosumidores</i> críticos
Entorno de aprendizaje	Formal (escuela)	Formal (escuela)	Informal (extraescolar)
Referencias teóricas	Lingüística	Teoría de los efectos de los medios	Estudios culturales/ Ecología de los medios

Plante: Scolarì, *Estrategias de aprendizaje informal y competencias mediáticas en la nueva ecología de la comunicación*, 2016



rtve

Web oficial: rve.es/rndt

LA PUERTA DEL TIEMPO

Foro de debate histórico

rve.es/forohistoria

Making of cada semana después de la serie

Sección de podcasts

EL MINISTERIO TRANSMEDIA DE "EL MINISTERIO DEL TIEMPO"

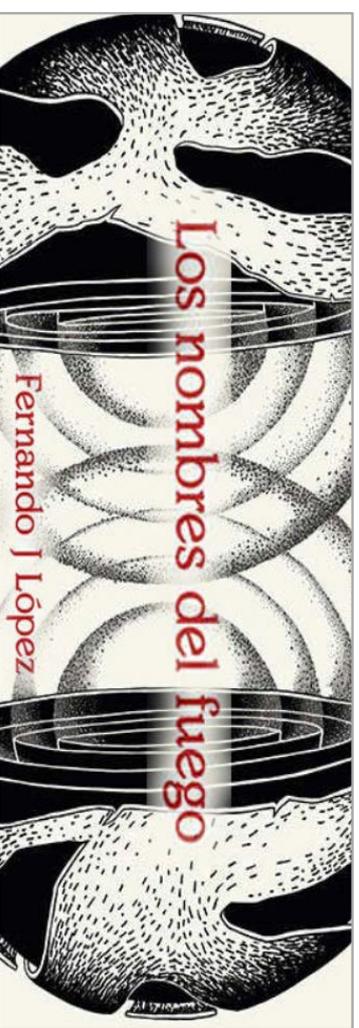
MINISTERIO DEL TIEMPO

(confidencia)

[rve.es/gruporndt](https://www.instagram.com/rndt)

[facebook.com/elmintisteriodeltiempo](https://www.facebook.com/elmintisteriodeltiempo)

twitter.com/rndt_TVE



3.2. ALFABETIZACIÓN TRANSMEDIA EN EL MARCO DE LA SOCIEDAD DIGITAL

□ Si la alfabetización tradicional estaba centrada en el libro -o, en el caso de la alfabetización mediática, especialmente en la televisión- la alfabetización transmedia coloca a las **nuevas experiencias mediáticas digitales e interactivas** en el centro de su propuesta analítica y práctica (García, Cruces y Urteaga, 2012). Pero una nueva concepción del alfabetismo no puede limitarse a los soportes materiales.

- Si las formas tradicionales de alfabetismo interpelaban a los sujetos principalmente como iletrados (un sujeto 'ni-ni', que no escribe ni lee) o consumidores (lectores, espectadores), el alfabetismo transmedia los considera 'prosumidores' (productores + consumidores)
- Otro rasgo diferencial del alfabetismo transmedia es el **espacio de aprendizaje**: si los otros alfabetismos veían la escuela como el lugar casi excluyente de formación, al alfabetismo transmedia le interesan las estrategias de aprendizaje informal y las competencias que los sujetos desarrollan **fuera de las instituciones educativas**.

Consumo de Audio Online por formatos

En 2019 se observa un **importante aumento** de usuarios de radio en streaming y en diferido, así como de listas de música a la carta.

	Año 2018	Año 2019
Radio online en directo	41,6%	53,5%
Radio online en diferido	36,4%	47,5%
Listas / música	40,9%	50,7%
Agregadores	23,7%	26,3%
Emisoras exclusivamente online en directo	37,7%	39,9%
Emisoras exclusivamente online en diferido	34,2%	36,6%
Contenido de audio de voz emitido dentro de un sitio web o aplicación diferente*	+2,4pp	36,7%
Altavoces inteligentes*		22,6%

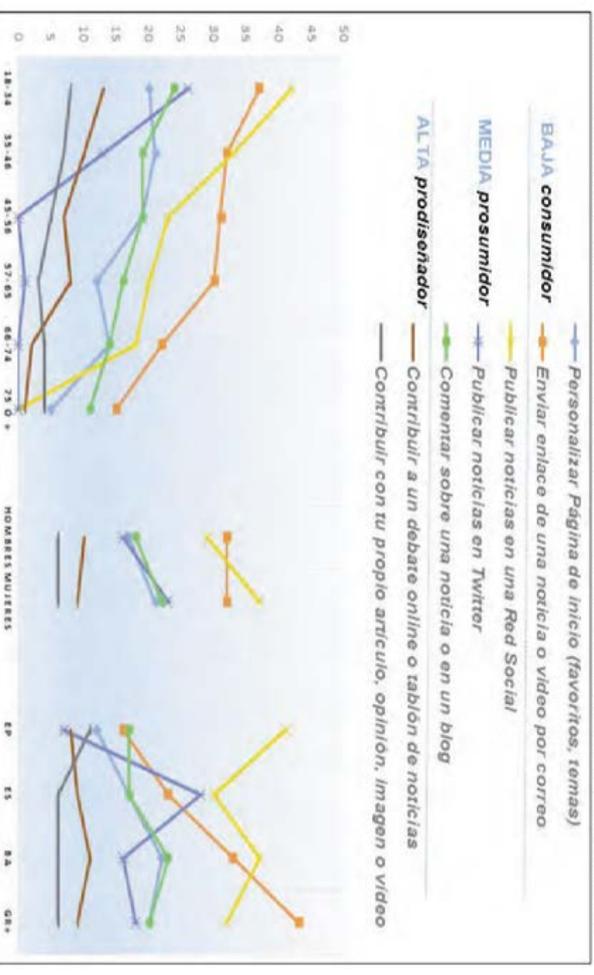
P12. Indica la frecuencia con la que consumes contenidos de los siguientes formatos de audio.
 Base=1.000
 *Formatos añadidos en 2019.

PATROCINADO POR: **neuromedia**

ELABORADO POR: **MPeople**

Copyright © 2019. All rights reserved. Confidential and Proprietary

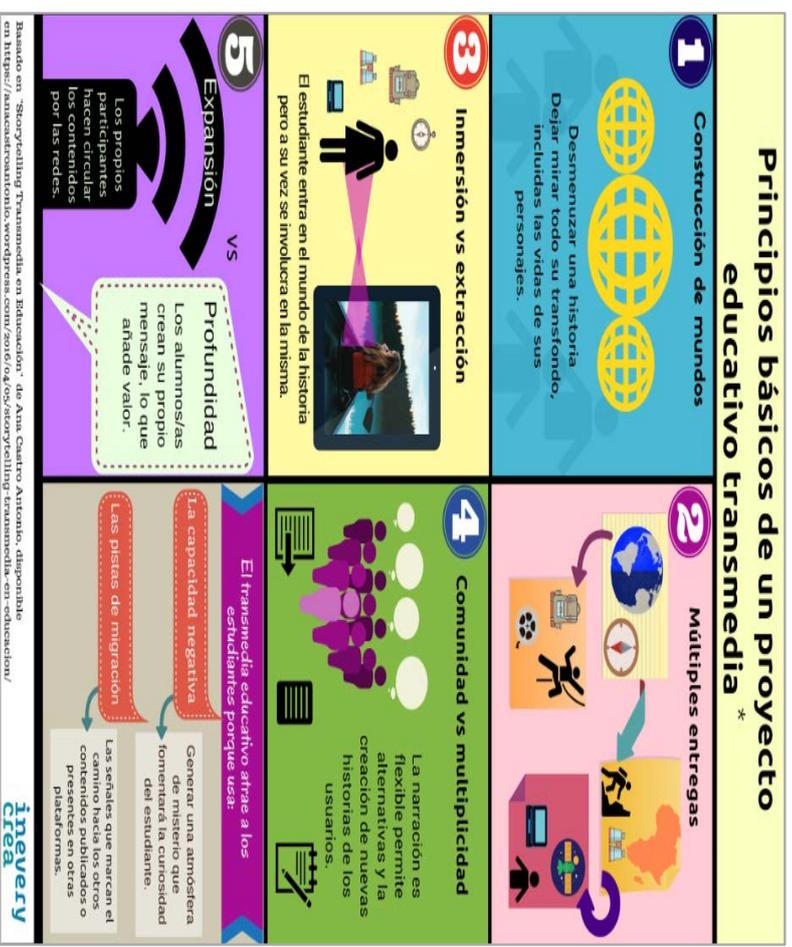
LA CONTRIBUCIÓN DEL USUARIO EN LA PRODUCCIÓN Y PRODISEÑO DE NOTICIAS (POR PORCENTAJES)



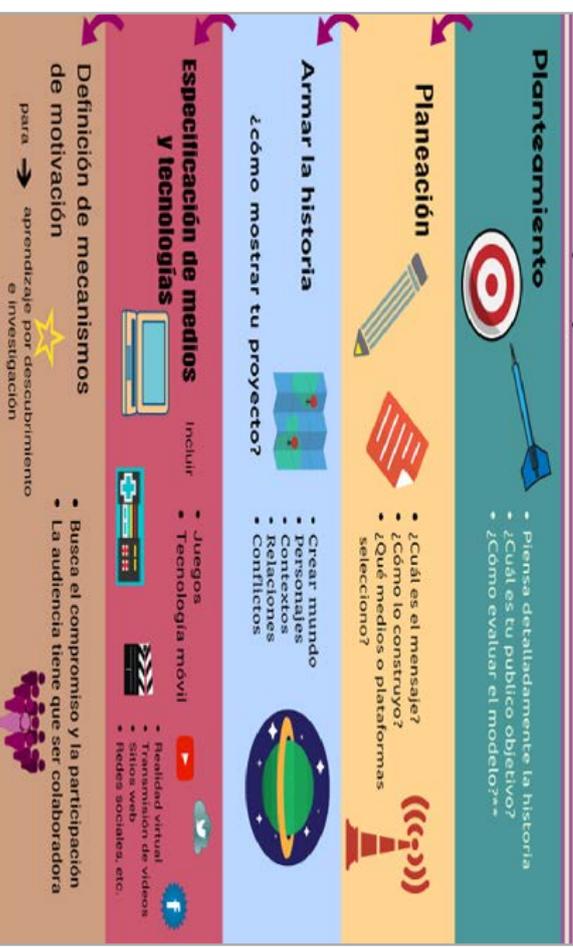
□ Al igual que otras formas de alfabetismo, la *transmedia literacy* debe ir más allá de las dimensiones cognitiva (saber) y pragmática (hacer): la **dimensión emocional del sujeto** es un elemento clave de cualquier proceso de aprendizaje (Aparici, 2010).

□ En la actualidad, la educación transmedia se constituye desde una cada vez mayor conciencia de la necesidad de favorecer el desarrollo de culturas participativas donde los educandos no solo interaccionan entre sí constituyendo **comunidades de aprendizaje en el aula**, al mismo tiempo utilizan toda una serie de **recursos extraídos del flujo mediático** a través de los cuales confieren sentido a su vida cotidiana (Jenkins, Ito y Boyd, 2015), conformando entonces lo que se ha denominado como una **cultura de la conectividad**.

□ Centrándonos en el escenario educativo, hablemos del concepto de *transmedia teaching* como una creación de materiales curriculares a través de **plataformas mediáticas múltiples** que les involucran y alientan para convertirse en **activos co-creadores de conocimiento** con cada una de las plataformas y de los formatos textuales que utilizan por sí mismos al desarrollar el material del curso.



Metodología para crear proyectos transmedia*



3.3. EDUCOMUNICACIÓN EN UN MUNDO DIGITAL

- ❑ Como señalan Jerez & Ramos (2006) debemos concebir la educomunicación como una propuesta política en la **búsqueda de democratizar la comunicación**, en un contexto como el del ecosistema comunicativo que hace necesario y urgente una reflexión respecto de cómo los diferentes ámbitos mediáticos desbordan a las instituciones educativas tradicionales, generando nuevos entornos educacionales difusos y descentrados, que en cierta medida deshabilitan buena parte de su función social.

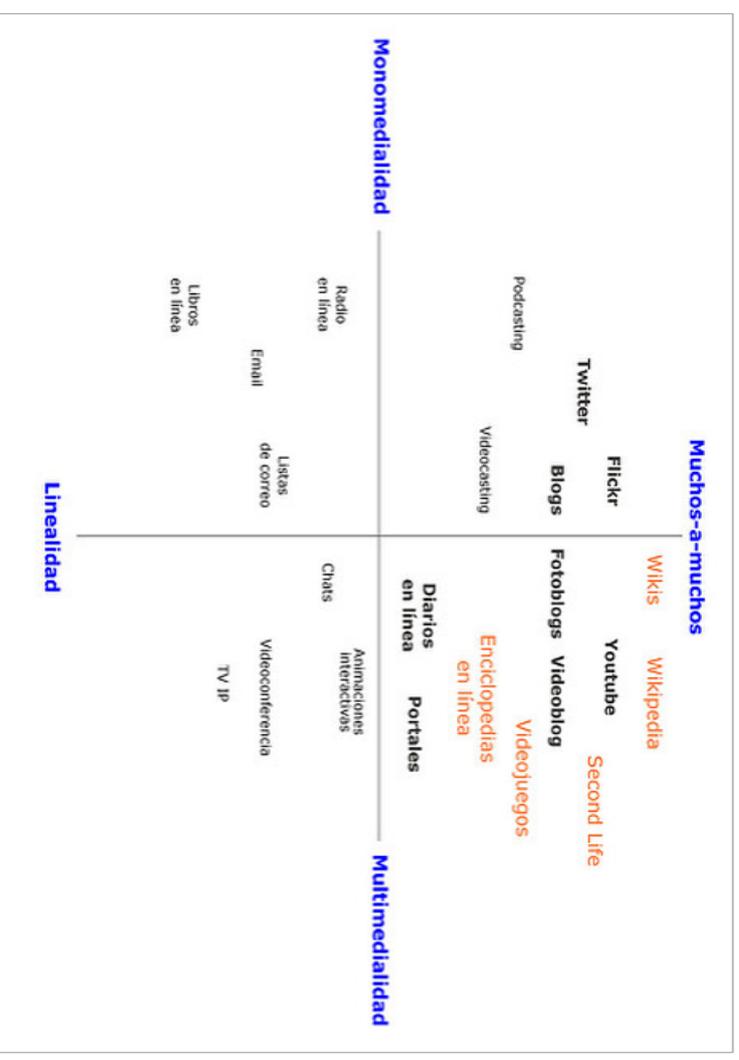


Fuente: Monitoring Media Pluralism in Europe, CMPF, 2018

- ❑ La educomunicación plantea una **reconstrucción pedagógica**, que implica abandonar la lógica competitiva y desconfiada predominante entre lo escrito y lo audiovisual, para articular una convergencia reflexiva que, desacralizando ambos ámbitos, articule sentidos entre las **informaciones, los lenguajes y saberes** (Martín Barbero, 2004).

- ❑ Para Kaplún (1998) se trata de potenciar en el educando la capacidad para la **generación de mensajes en tanto emisores** (y no meros transmisores-receptores), proveyendo de **canales y flujos o redes comunicacionales** que

permitan el intercambio de contenidos, así como el desarrollo de **prácticas dialógicas** en las que se prime el análisis y la participación



Fuente: Sciani, Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital Interactiva, 2008

3.3. EDUCOMUNICACIÓN EN UN MUNDO DIGITAL

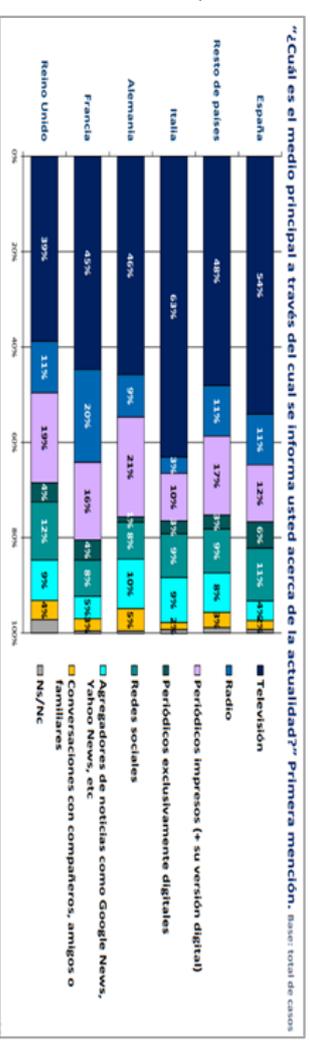
□ En la línea de buscar pautas de actuación respecto de una **educomunicación 2.0 digital emancipadora**, Aparici (2011, pp. 359-362) plantea introducir **algunos conceptos** en el estudio sobre los medios:

✓ que la educación para la comunicación debe entenderse como una formación para la ciudadanía y para la democracia, en un contexto de **erosión de la esfera pública** y de sociedad del consumo;

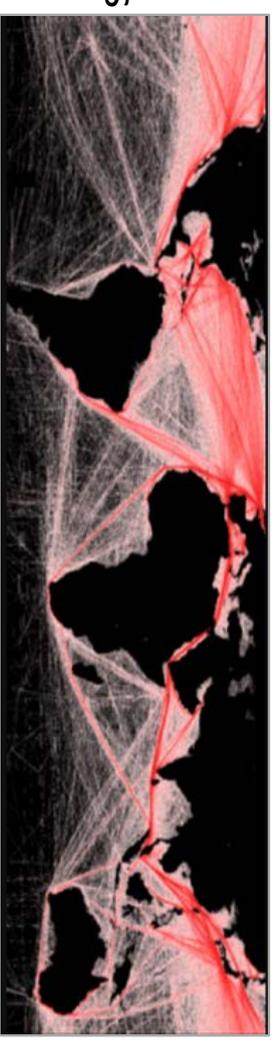
✓ que los medios configuran y conforman la interpretación de los acontecimientos, inhabilitando la **posibilidad de generar marcos propios de análisis** por parte de las audiencias convertidas en receptores pasivos de los contenidos y lenguajes desarrollados por las industrias culturales;

✓ que la concentración de los medios en pocas empresas conlleva una **homogeneización de la información**, también a nivel geopolítico (principalmente por Estados Unidos, Unión Europea y Japón);

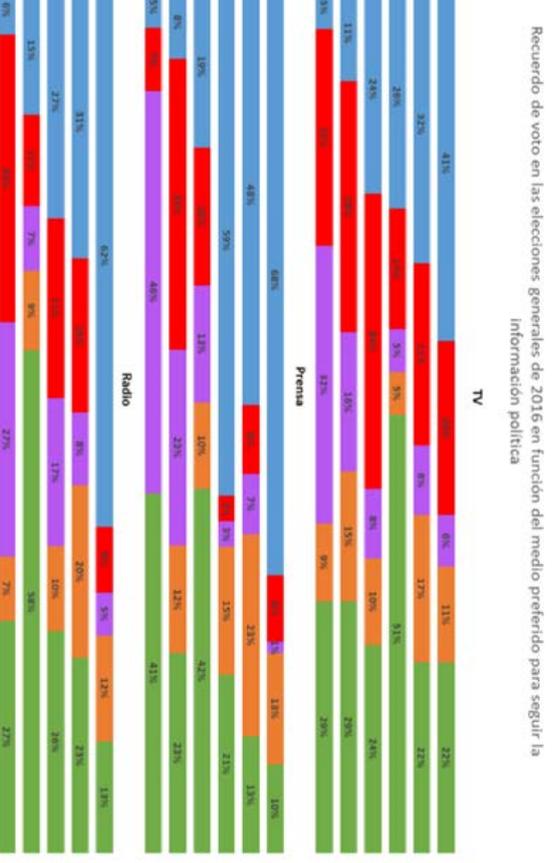
✓ que los medios juegan un papel de **mediadores en las tensiones, pulsiones y conflictos sociales**, lo que provoca procesos de identificación y de rechazo respecto de las representaciones elaboradas a nivel simbólico por la población;



Fuente: Valores y actitudes en Europa acerca de la esfera pública, Fundación BBVA, 2019



Fuente: The complex geopolitics of internet governance, CGCS, 2014

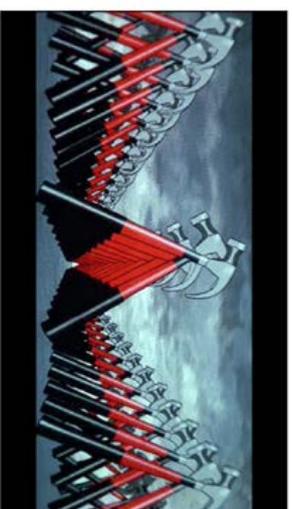


Fuente: Postelectoral elecciones generales 2016, CIS (3145).

3.3. EDUCOMUNICACIÓN EN UN MUNDO DIGITAL

Pink Floyd — The Wall (1982)

- ✓ que la convergencia de medios implica nuevos procedimientos de producción y análisis, en un contexto que abre nuevas posibilidades para la emisión, producción y distribución de mensajes;



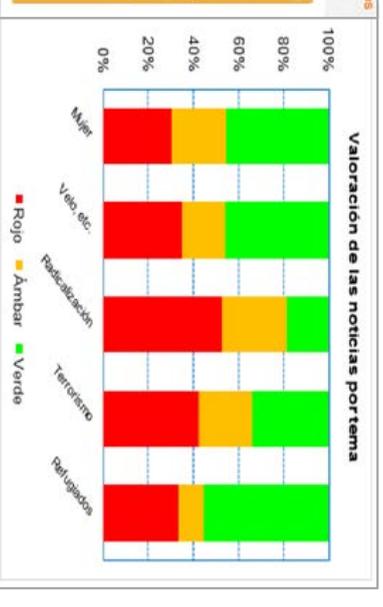
- ✓ que los relatos mediáticos pueden tener estructuras abiertas, desarrollando y experimentando con géneros y formatos híbridos que penetran culturalmente en comunidades muy diversas de recepción, interpretación y uso;



- ✓ que aún son mayoritarias las representaciones mediáticas que selecciona, organizan y transmiten la información desde una visión occidental, liberal, androcéntrica y heterosexual, al tiempo que hacen circular representaciones negativas respecto de otras etnias, grupos sociales o formas sociales;

Esquema 2 Características identificadas en algunos de los contenidos en prensa escrita que tratan la discapacidad

Espectacular	Buscando el impacto del titular
Seegada	Destacando las diferencias
Parcial	No presenta las personas con discapacidad en su vida cotidiana
Esteriotipada	Predomina la carga del problema. Inflexión de las personas o todo lo contrario, si infiere o herofobia
Institucionalizada	Las fuentes suelen ser instituciones
No participada	Las personas con discapacidad no están presentes excepto si es para reforzar la espectacularidad

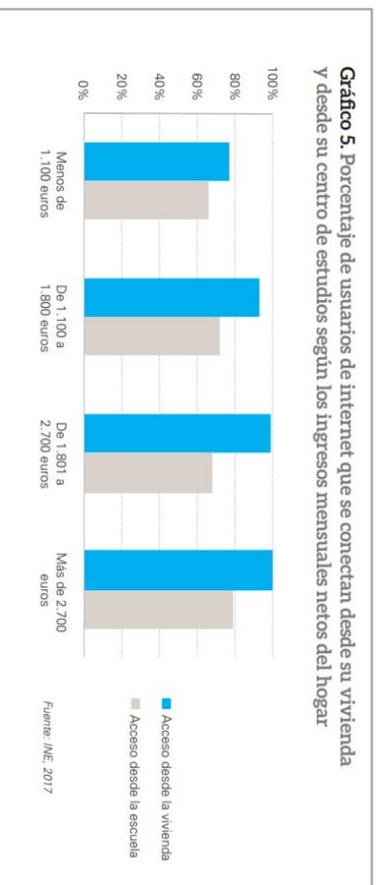


Fuente: Tratamiento de la discapacidad en los

medios, ODF, 2017

Fuente: Observatorio de la Islamofobia en los medios, 2019

- ✓ que las interacciones sociales empiezan a ser predominantemente virtuales, a través de plataformas multimedia que abren nuevas expectativas en la organización de redes ciudadanas y en la creación y distribución de contenidos desde una perspectiva democrática;



Fuente: Los niños y niñas de la brecha digital en España, UNICEF, 2018

- ✓ que las tecnologías de la información y la comunicación favorecen a los que tienen acceso a los medios, provocando brechas digitales y procesos de exclusión que obligan a desarrollar políticas de inclusión social y digital;

- ✓ que las empresas de medios intentan estigmatizar o domesticar a los movimientos sociales que realizan acciones en el campo de la educación mediática.

LA VANGUARDIA | Junior Report

Al Mundo Internacional Política Opinión Vida Deportes Economía Local Gente Cultura Síndicos Temas

Director Sigue el minuto a minuto del coronavirus en el mundo

Hacktivistas: en el límite del bien

Los ciberactivistas defienden causas políticas con actuaciones ilegales en la red

f t y

3.3. EDUCOMUNICACIÓN EN UN MUNDO DIGITAL

❑ Desde finales de los años 80 se observa un **afianzamiento de las prácticas educacionales instrumentales**, quizás como consecuencia de la globalización económica neoliberal y de la asunción del pensamiento único (Chomsky y Ramonet, 2008) a escala planetaria

❑ Sin embargo, no son pocos quienes cuestionan las posibilidades de transformar los procesos de comunicación de tipo vertical, unidireccional y jerárquico que caracterizan los *mass media* y las industrias culturales (Berrocal, Campos-Domínguez y Redondo, 2014) y que bajo apariencia de libertad y empoderamiento contenidos en la **ideología prosumer**, no implican más que **intentos de adaptar y renovar el mercado tecnológico incapaces de configurar procesos ligados a principios de libertad o democracia** (Buckingham & Rodríguez, 2013).

❑ Es necesario examinar las posibilidades del **enfoque emirec** (Cloutier, 1973) para el empoderamiento comunicacional, considerando los individuos como emisores y receptores al mismo tiempo, actuando bajo principios de horizontalidad, intercambio de mensajes de igual a igual

Nuevo perfil de cliente: CROSSUMER

Para empezar a trabajar con los medios sociales, es muy importante comprender el cambio que ha sufrido el consumidor en los últimos años.

Consumidor	Prosumer	Adsumer	Crossumer (thoy)
Poco conocimiento	Empieza a investigar antes de comprar	Investiga y comparte la información con otros	Viraliza la información, y se posiciona a favor o en contra de una marca o producto
Poca oferta de productos	Mucha oferta de productos	Sobrecarga de oferta en los mercados	Sobrecarga de oferta en los mercados
Impulsivo	Consultativo	Prescriptor	Líderes de opinión 78% de los consumidores confiesan darle más importancia a la opinión de otro consumidor
Se debía persuadir por la publicidad convencional	La publicidad convencional le influye, pero contrasta la información	La publicidad convencional le resulta incómoda y molesta	El consumidor ya sabe descifrar los mensajes publicitarios convencionales, y ya no acepta que le digan, compárame, compárame

PRINCIPIOS PARA EL DESARROLLO DE PRÁCTICAS COMUNICATIVAS Y PARTICIPATIVAS EN LA SOCIEDAD INTERCONECTADA DEL S. XXI

La **convergencia** entre comunicadores profesionales y usuarios no remunerados

La **isonomía** entre las producciones de los medios tradicionales y las creaciones de los ciudadanos

La **libertad y negociación** en redes colaborativas generadas por los usuarios, donde se producen procesos de participación abierta y de comunicación horizontal;

Ser **medios de afinidad y horizontalidad** para pequeños nichos de usuarios que desean tomar parte del mensaje y permanecer conectados con productores mediáticos digitales con los que comparten creencias e intereses

La **impugnación del modelo «broadcast»**, generando procesos horizontales, participativos y dialógicos que permitan interaccionar de forma democrática con los contenidos digitales subidos a las diversas plataformas mediáticas y no como meros consumidores de marcas publicitarias;

La **hibridación humano-máquina**, que los pone en conexión para la gestión de la información en el seno de una gran base de datos que se construye alrededor de los servicios online y de plataformas donde creadores y usuarios incorporan inputs semánticos (meta-información) que son procesados algorítmicamente produciendo diferentes tipos de organización de archivos y metadatos;

La **inteligencia colectiva y la metáfora de la biblioteca**, donde los medios sociales pueden ser observados como grandes bibliotecas o repositorios repletos de recursos culturales donde un número elevado de emirecs crean contenidos sobre los temas que dominan, constituyendo fuentes de conocimiento que pueden ser utilizadas de muy diversas formas; desde la reapropiación de contenidos y su utilización para fines educativos hasta el propio enriquecimiento cultural.

Fuente: Aparici & García-Marrín, *Prosumidores y emirecs. Análisis de dos teorías enfrentadas*, 2018

4. Hacia una concepción ecológica del aprendizaje mediático

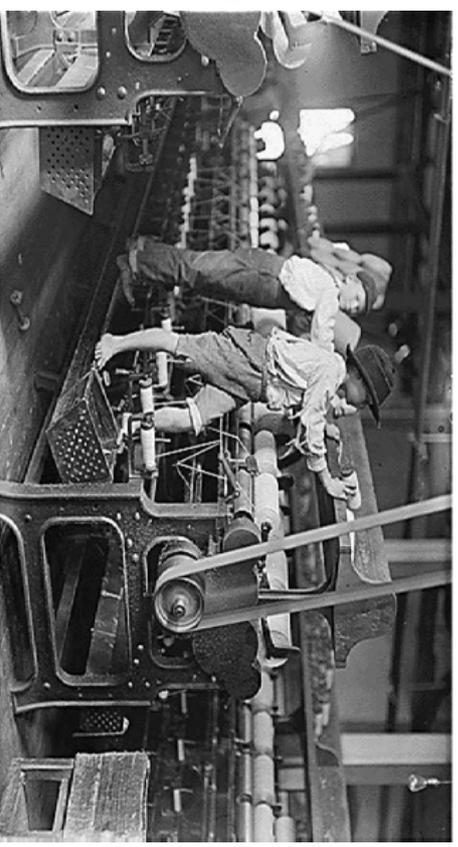
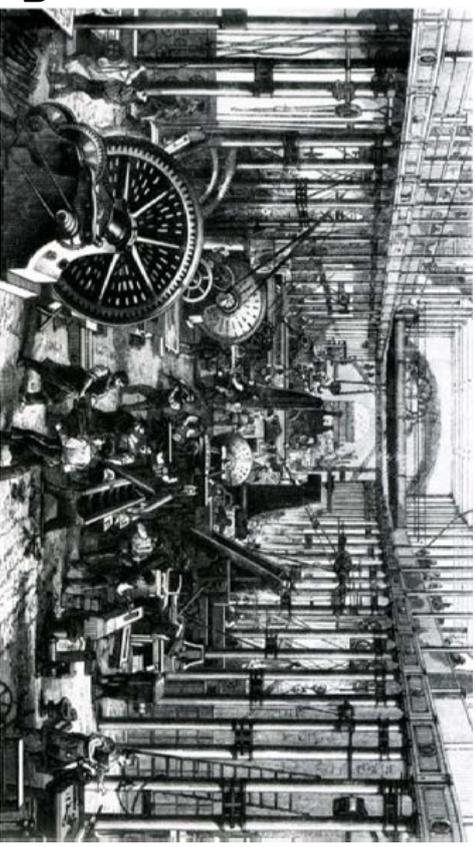
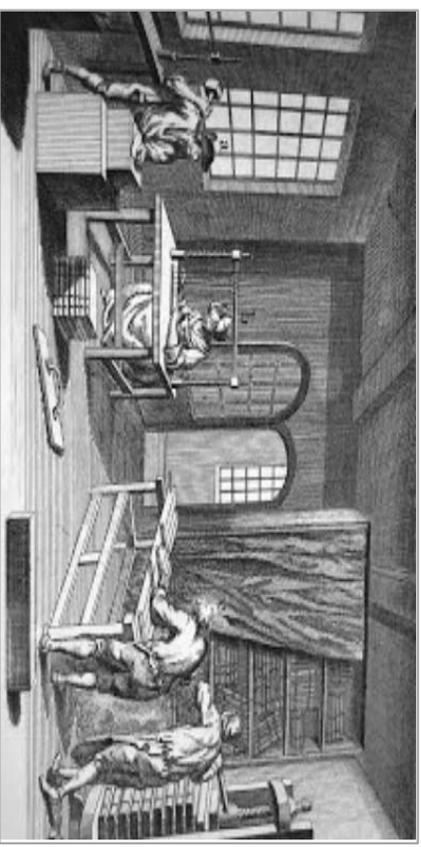
4.1. DE LA SOCIEDAD 1.0 A LA SOCIEDAD 3.0: EDUCACIÓN EXPANDIDA EN CONTEXTOS MÚLTIPLES

❑ En los últimos años se han producido numerosos cambios sociales que han afectado a los procesos educativos. De acuerdo con Moravec (2011) **a nivel socio-histórico hemos transitado de la llamada sociedad 1.0 a la sociedad 3.0** en términos de empleo, formación de capital humano y educación:

✓ *Sociedad 1.0*

- la sociedad 1.0 es aquella desarrollada **desde la preindustrialización a la industrialización** y focalizada en la economía de las unidades familiares, en las que el oficio se transmite de personas mayores a pequeñas y de manera recíproca. La educación se centra en el aprender haciendo.

- No obstante, con la llegada de la industrialización también afectó a la educación y la infancia pasó de ser mano de obra precaria a estar más protegida por un sistema que les formaba para ser jóvenes útiles para el sistema industrial. Dicha sociedad funcionaría como una meritocracia en la que se establecen relaciones jerárquicas, hay una relación sencilla entre vínculos y estructuras y con puestos de trabajo muy definidos, y cuya interpretación en datos llevaría a la sociedad de la información.



4.1. DE LA SOCIEDAD 1.0 A LA SOCIEDAD 3.0: EDUCACIÓN EXPANDIDA EN CONTEXTOS MÚLTIPLES

✓ *Sociedad 2.0*

- La sociedad 2.0, se inicia con la **aparición de la sociedad del conocimiento**, en la que se demandan **trabajadores/as** que interpreten la información. Cada vez se producen sistemas más complejos que requieren perfiles profesionales que trabajen en la gestión del conocimiento.

✓ *Sociedad 3.0*

- Es la consecuencia de la **aceleración social y tecnológica, la globalización y redistribución horizontal del conocimiento y las relaciones**, como la innovación traída a través de perfiles profesionales como el del *knowmad*.

- Con la transformación tecnológica, la llegada de internet, y la globalización se amplían las interacciones sociales y personales (tácitas y explícitas), se comparten, intercambian y remezclan ideas, se construyen nuevos significados mediante numerosas estrategias y herramientas propias de la Web 2.0.

- Se constata el crecimiento exponencial en los avances tecnológicos y sociales, y una menor capacidad de predicción del futuro, por lo que se debe de replantear la formación de la gente joven.

- El masivo acceso a este tipo de herramientas y el desarrollo de las redes sociales, disparan la participación ciudadana en multitud de procesos, incluso científicos y de interés común. A su vez, la tecnología favorece también la democratización de los mercados y genera ciudadanos capitalistas que invierten en el mercado global de ideas, talentos, productos y otros tipos de capitales

DIFERENCIAS ENTRE LA SOCIEDAD 1.0, 2.0 Y 3.0

	Paradigmas		
	1.0	2.0	3.0
Relaciones básicas	Simples	Complejas	Creativo-complejas (teleológicas)
Orden	Jerárquico	Heterárquico	Intencionado, autoorganizado
Relación entre las distintas partes	Mecánica	Holográfica	Sinérgica
Visión del mundo	Determinista	Indeterminada	Diseñada
Causalidad	Lineal	Mutua	Anticausal
Proceso de cambio	Conjunto	Morfogénico	Destrucción creativa
Realidad	Objetiva	Perspectivista	Contextual
Concepción del espacio	Local	Globalizador	Globalizado

4.1. DE LA SOCIEDAD 1.0 A LA SOCIEDAD 3.0: EDUCACIÓN EXPANDIDA EN CONTEXTOS MÚLTIPLES

LA EDUCACIÓN EXPANDIDA PARA UNA SOCIEDAD HIPERCONECTADA, DEMOCRÁTICA, ECOSOSTENIBLE, IGUALITARIA Y PLURAL

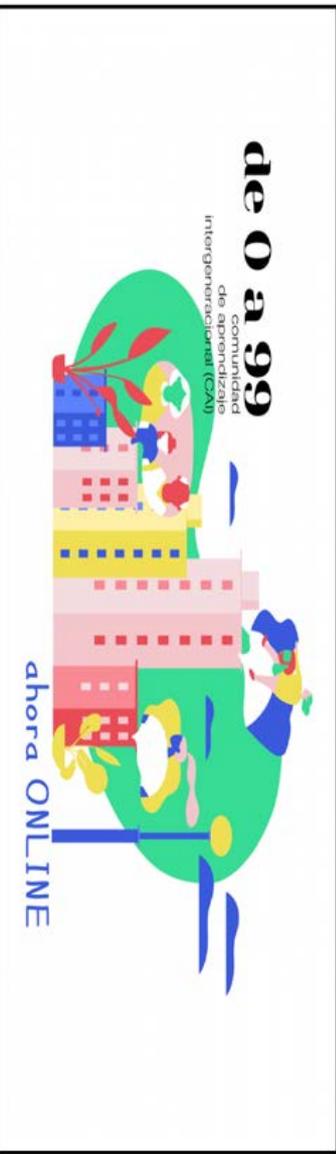
(Fernández & Anguita, 2015)

PREGUNTAS	DESAFÍOS
<p>¿Están preparados nuestros sistemas educativos formales para estimular el desarrollo de competencias o habilidades no tradicionales y particularmente las relacionadas con las tecnologías digitales?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar a jóvenes como adultos nuevos espacios para el aprendizaje y la interacción social, estimulando y potenciando aquellas propuestas erigidas sobre la base de la expresión creativa de los sujetos y/o la conversación entre ciudadanos y ciudadanas, todo ello a través de las diversas modalidades de lectura y escritura.
<p>¿Somos capaces de visibilizar aquellas competencias adquiridas en entornos informales, es decir, reconocer (y validar) aquellas experiencias prácticas de aplicación de conocimientos y habilidades que ocurren en distintos micro entornos de aprendizaje y subsistemas de actividad de la vida humana?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer dialogar entre sí culturas que han sido invisibilizadas por la hegemonía letrada en las instituciones formales de educación, y que forman parte de nuestros modos actuales de habitar en los ecosistemas no formales e informales, accidentales o ubicuos • En estas experiencias de aprendizaje invisible se encuentran dinámicas de inclusión y de participación, de fortalecimiento del capital social y cultural de las comunidades, agentes y grupos y sus capacidades de intercambio
<p>¿Son suficientemente visibles las competencias digitales para que, más allá de la integración de las TIC en los entornos formales de aprendizaje, sean capaces de estimular capacidades humanas para generar, conectar y reproducir nuevos conocimientos de forma continua?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Al examinar las transformaciones tecnoculturales de la comunicación y las destrezas cognitivas y comunicativas desplegadas en los nuevos lenguajes y escrituras de las redes virtuales, posibilitan a individuos y colectividades insertar sus culturas orales, sonoras y visuales y sus múltiples memorias culturales en narrativas, prácticas y emplazamientos capaces de conformar nuevas prácticas ciudadanas.

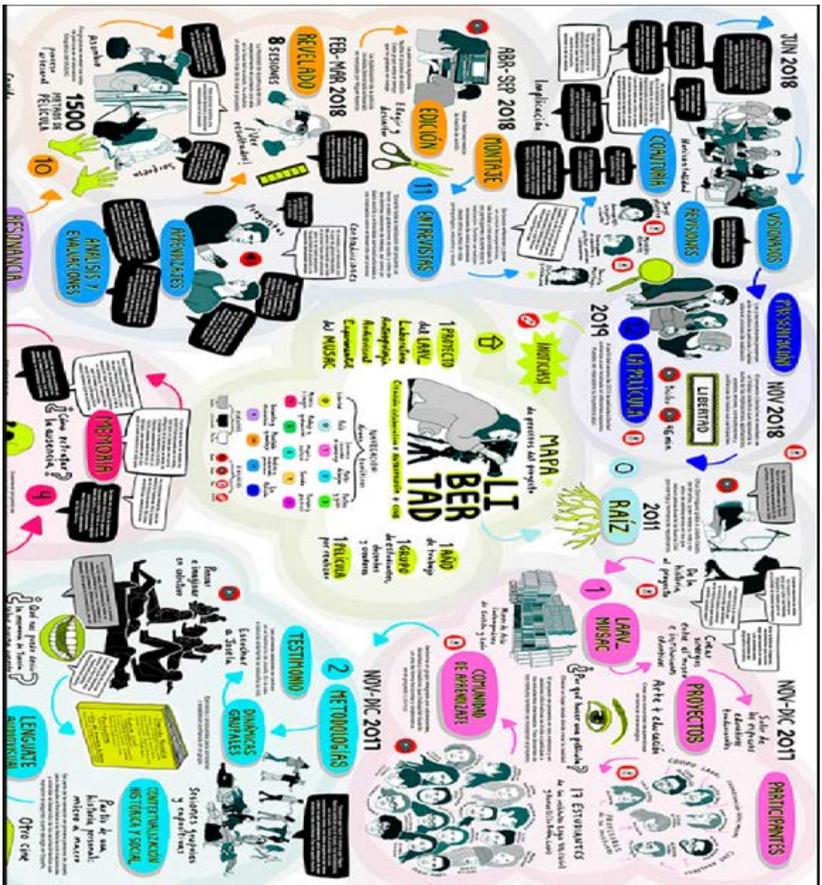
4.2. COREOGRAFÍAS DEL APRENDIZAJE: HACIA UNA ORQUESTACIÓN ECOLÓGICA DEL ENTORNO MEDIÁTICO

□ Desde una **perspectiva socioconstruccionista y situada** de la enseñanza y el aprendizaje (Lave & Wenger, 1991; Engeström & Cole, 1997; Siemens, 2008; Anderson, 2016; Corsin & Estalella, 2017) se ha puesto el foco de atención hacia la comprensión de las **mediaciones producidas en la interacción entre los contextos, culturas y saberes**, así como hacia la comprensión de la cada vez más compleja relación entre las personas y sus redes (Estalella & Ardévol, 2011; Lasén & Casado, 2014).

□ Se han generando y desarrollando ideas para establecer un nuevo marco comprensivo del **aprendizaje en la sociedad digital desde una perspectiva ecológica** (Martín Barbero, 1987; Barron, 2006; Scolari, 2008; Cobo & Moravec, 2011), al entender el aprendizaje como un entramado de escenarios físicos o virtuales que proveen de oportunidades para el aprendizaje y que, finalmente, conforman contextos en los que se entremezclan acciones, recursos materiales, condiciones, relaciones e interacciones.



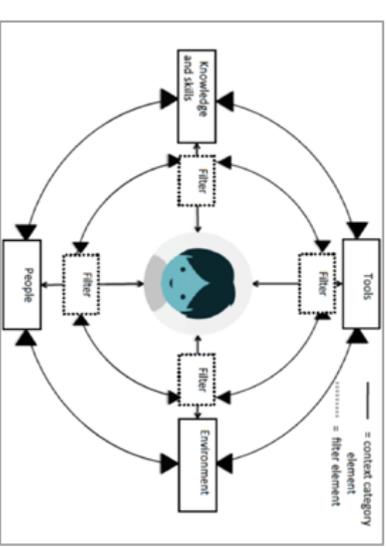
PRINCIPIOS Y LEYES QUE REGULAN LA MEDIASFERA Y LA EVOLUCIÓN DE LAS ESPECIES MEDIÁTICAS (McLuhan & McLuhan, 1988)	
Extensión	<ul style="list-style-type: none"> lo que el medio amplifica o intensifica. Por ejemplo: la radio amplifica la capacidad de escuchar informaciones y músicas lejanas
Obsolescencia	<ul style="list-style-type: none"> lo que el medio vuelve arcaico. Por ejemplo: el smartphone vuelve obsoleta la cámara digital y el reproductor de MP3 lo que el medio recupera que se había perdido anteriormente. Por ejemplo: las aplicaciones de mensajería móvil del siglo XXI recuperan el lenguaje telegráfico nacido en el siglo XIX.
Recuperación	<ul style="list-style-type: none"> lo que el medio hace cuando se lo lleva a sus límites. Por ejemplo: hay tantos vehículos en nuestras ciudades que cada vez la circulación es más lenta



Fuente: Libertad. La regresión de las mujeres durante el franquismo, Laboratorio de Antropología Audiovisual Experimental LAAV, 2019

4.2. COREOGRAFÍAS DEL APRENDIZAJE: HACIA UNA ORQUESTACIÓN ECOLÓGICA DEL ENTORNO MEDIÁTICO

- ❑ La incorporación de la metáfora ecológica en la educación mediática concibe la investigación acerca de los procesos de construcción del conocimiento, la generación de saberes y la adquisición de aprendizajes, desde cuatro dimensiones o perspectivas (Fernández & Martínez, 2018):
- ✓ en tanto **ecologías personales del aprendizaje**, conformadas a lo largo y ancho de la vida – lifelong/lifewide learning (Castañeda & Adell, 2013; Jackson, 2016);
- ✓ en tanto **ecología de recursos**, usando las herramientas culturales y ambientales por parte del individuo (Scolari, 2008; Luckin, 2016);
- ✓ en tanto **ecologías comunitarias**, generadas en las vivencias y relaciones experimentadas en ecosistemas culturales diversos (Haythornthwaite, 2015);
- ✓ en tanto **ecología de saberes**, donde se reconozca la relación horizontal entre saberes y conocimientos de agentes expertos y comunidades, epistemologías científicas y populares (Lafuente & Alonso, 2013; Santos, 2017)



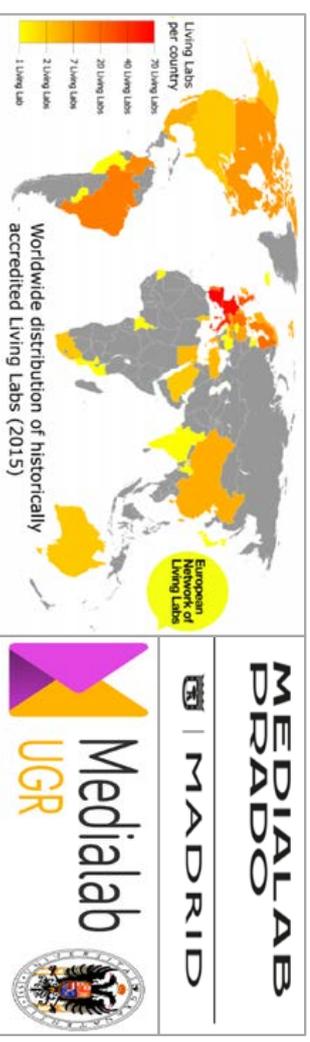
4.2. COREOGRAFÍAS DEL APRENDIZAJE: HACIA UNA ORQUESTACIÓN ECOLÓGICA DEL ENTORNO MEDIÁTICO

Laboratorios de innovación ciudadana

❑ Las dinámicas generadas en los laboratorios de innovación creativa (FabLabs, MediaLabs, etc.) han abierto nuevas líneas de trabajo colectivo en las que se promueven formas de intercambio y relación que transgreden la disciplinariedad tradicional, permitiendo **la construcción de ambientes** (laboratorios) **basados en la hibridación de campos de conocimiento** y conformando distintas comunidades de práctica e iniciativas pedagógicas emergentes.

❑ Se trata de **prácticas de ciencia ciudadana** (Lafuente, 2015) vinculadas al *luddismo* epistemológico, la investigación militante, la *indie science*, las ontologías *amateur*, los proyectos de autoridad expandida, la *slow science* y el conocimiento en *beta*.

❑ Las innovaciones ciudadanas impulsadas desde estos laboratorios suponen así una **respuesta a los modelos de innovación impulsados desde prácticas neoliberales**, abriendo posibilidades para la reapropiación y la creación de nuevas prácticas ciudadanas transversales como contraposición a las presiones del mercado (Estaella, Rocha y Lafuente, 2013; Criado, 2016).



Participación y derecho a decidir	Transparencia y derecho a saber	Visualización y comunicación clara	Aprendizajes y educación expandida	Metodologías para la inteligencia colectiva	Temposilica	Comunidad, roles y mapas	ARTÍCULO VIDEO INFOGRAFÍA TEMA
-----------------------------------	---------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	---	-------------	--------------------------	---

LWVW3
Laboratorio de Aragón (Gobierno) Abierto.

Red Cimás
Una red de profesionales comprometidos con la transformación social y las democracias participativas

Platoniq
ZEMOS98
MEDICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL

Notiones comunes
espacio de producción y autoformación

Ciencia a la carta

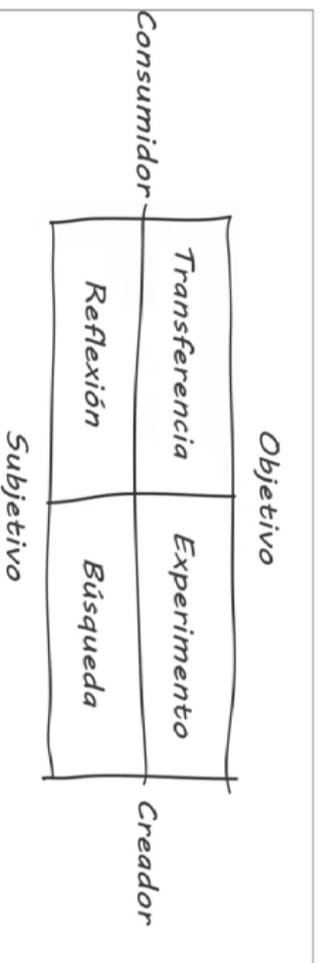
Visual Thinking en Educación
#VisualmooC

E@BE
ENCUENTRO ANDALUZ DE BLOGS EDUCATIVOS

4.2. COREOGRAFÍAS DEL APRENDIZAJE: HACIA UNA ORQUESTACIÓN ECOLÓGICA DEL ENTORNO MEDIÁTICO

□ En esta misma línea, investigadores como Besselink (2013) proponen un **modelo coreográfico del aprendizaje**, de la innovación educativa y la creación organizacional del saber a través de una serie de componentes básicos: *la búsqueda, el vacío, la necesidad de aprovechar el momento, la adquisición de sentido, el contexto, el trabajo desarrollado, el perfil del coreógrafo, la ecología del aprendizaje*

EL CUADRANTE DEL APRENDIZAJE



Fuente: Besselink. Coreografía del aprendizaje, 2013

□ Para completar esta propuesta, Besselink (ibídem) propone una serie de **perfiles ideales** de trabajo que pueden suceder dentro de una ecología de aprendizaje, son los siguientes: *desenfadado, cultivar la inteligencia colectiva, capturar el Zeigsteit, conectar capital social, minería de los significados, evaluación*

COMPONENTES DE LA COREOGRAFÍA DEL APRENDIZAJE

La búsqueda	<ul style="list-style-type: none"> el contexto educativo no debe ser el de la transferencia de conocimiento, sino el de la búsqueda de los mismos, tratando así de transformar los ambientes de aprendizaje en ambientes reales. se entiende el aula/taller como un espacio vacío que debe ser llenado por el material que alumnado y profesorado traen, un material que debe ser significativo para nosotros y que, sin darnos cuenta, introduce en el aula las aspiraciones, historia, inspiraciones, etc. del alumnado.
El vacío	<ul style="list-style-type: none"> pensar la educación desde la realidad aprovechando el momento de aprender que en numerosas ocasiones aparece de forma inesperada, con una pregunta, una reflexión, un fracaso, etc. entregar significado a las experiencias de cada uno, teniendo en cuenta lo que importa a nivel individual y no solo a nivel colectivo, conectando conocimientos y habilidades aprendidas para construir experiencias significativas.
Adquirir sentido	<ul style="list-style-type: none"> el desafío es encontrar formas de propiciar la creación de conocimiento subjetivo que otorgue relevancia a hechos objetivos observados.
El contexto	<ul style="list-style-type: none"> no es posible diseñar la experiencia completa, pues las predicciones acerca de lo que se necesitará en un momento concreto suelen ser equivocadas. El programa cambia todo el tiempo en función de las necesidades reales.
El Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> La o el educador, si quiere educar a los agentes de cambio, entonces deberá ser también un agente de cambio y el también deberá estar aprendiendo, porque si no, no estará transfiriendo la experiencia de aprendizaje. Sin embargo, trabajando desde el vacío, la visión se conformará y se concretará a partir del material que los estudiantes presenten.
La ecología de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> ecosistema en el que las y los participantes/educandos crecen.

PERFILES DE TRABAJO EN UNA ECOLOGÍA DE APRENDIZAJE

Desenfadado	<ul style="list-style-type: none"> estilo abierto de trabajo. El/la coreógrafo/a o educador/a del laboratorio no marca ni tiene un método de trabajo predeterminedo, rompe las reglas convencionales y marco un proceso de creación libre y autónomo, con un fuerte estilo de aprendizaje informal y serendipico.
Cultivar la inteligencia colectiva	<ul style="list-style-type: none"> a través del diseño educativo, se busca hacer emerger los saberes tácitos, de la vida cotidiana para hacerlos explícitos, ponernos en común y aprender unos/as de otros/as. La o el educador busca hacer emerger saberes y reflexiones
Capturar el Zeigsteit	<ul style="list-style-type: none"> las preocupaciones de aprendizaje de las y los educandos parten en todo momento de las tendencias sociales y del momento social actual, del "espíritu de la época".
Conectar capital social	<ul style="list-style-type: none"> el aprendizaje y los contenidos que se ven dentro del laboratorio, se pone en relación con otros espacios de la sociedad, sacando el trabajo a la calle. Es lo que se podría llamar un Aprendizaje-Servicio que pone en contacto a las y los participantes con otros espacios
Minería de los significados	<ul style="list-style-type: none"> coreógrafo/a o educador/a ayudan a generar significados a partir de los contenidos y los proyectos de clase. Es una forma de trabajar de manera analítica con el educando.
Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> el proyecto educativo es evaluado de una u otra manera como forma de aportar una retroalimentación al trabajo del educando. No se trata de realizar exámenes si no de otorgar la idea de crecimiento a los y las aprendices.

5. Hacia un modelo integral y global de alfabetización digital

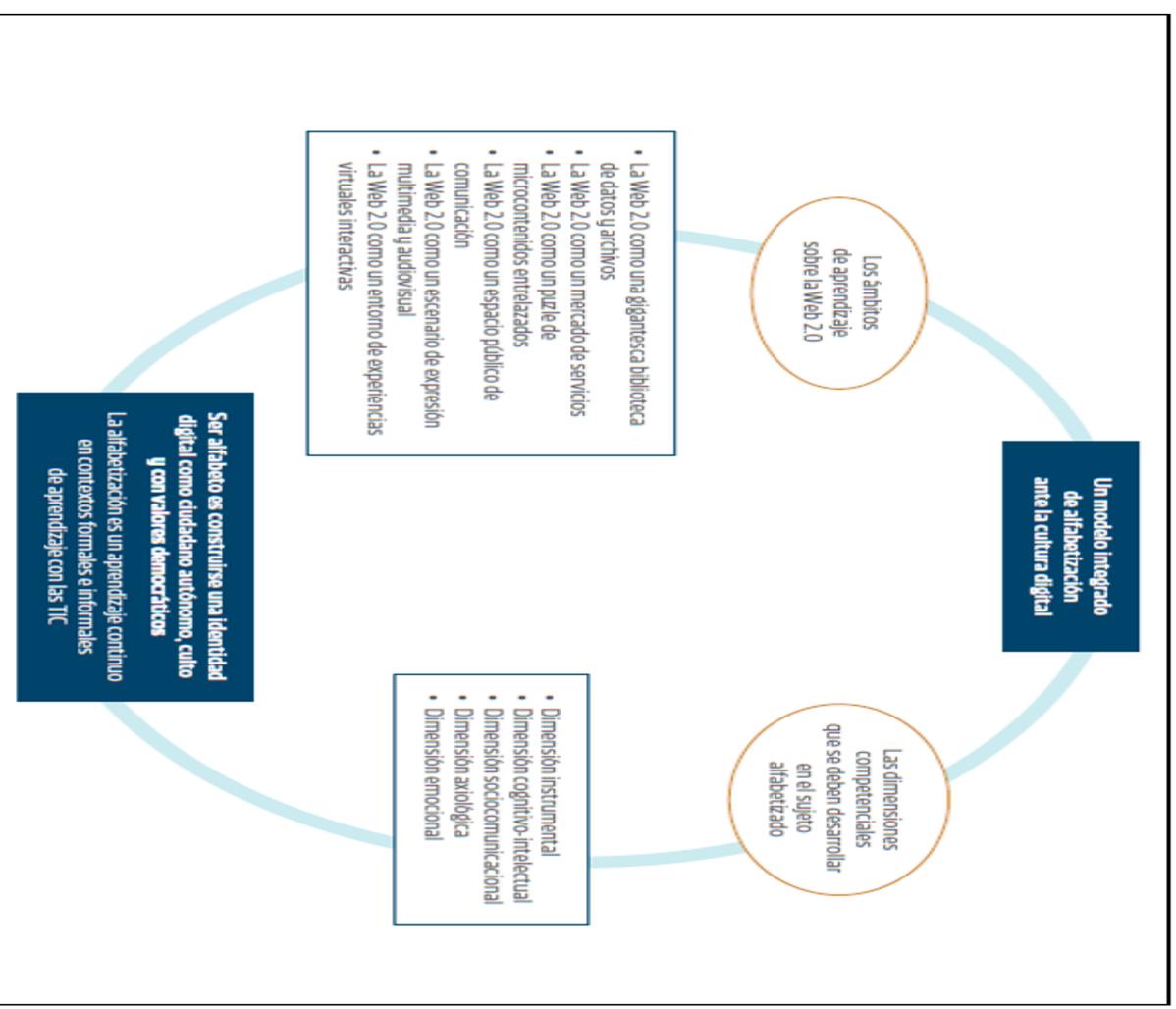
□ Area & Pessoa (2012) proponen un **nuevo modelo integral de alfabetización para la formación de la ciudadanía de la sociedad digital**, y cuya finalidad será la de desarrollar la identidad digital como ciudadanos capaces de generar acciones en tanto personas autónomas, críticas y con valores democráticos.

□ En el modelo se trata de conjugar, por una parte, las **dimensiones de aprendizaje** sobre los diferentes escenarios que representan a la web 2.0, con las **competencias y habilidades** que se desarrollan en todos los procesos alfabetizadores.

□ Así pues, el modelo integrado de alfabetización ante la sociedad digital conjugaría **dos ejes principales**:

✓ Un primer eje en el cual se presentan *las dimensiones o ámbitos de aprendizaje* que los planes de alfabetización debieran propiciar;

✓ Un segundo eje en el cual se especifican *las competencias* que sería necesario desarrollar.



Fuente: Area & Ribeiro Pessoa, *De lo sólido a lo líquido, las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la web 2.0*, 2012

5.2. ÁMBITOS DE APRENDIZAJE ANTE LA WEB 2.0 Y DIMENSIONES COMPETENCIALES IMPLICADAS EN LA ALFABETIZACIÓN DIGITAL

ÁMBITOS ALFABETIZADORES ANTE LAS NUEVAS FORMAS CULTURALES DIGITALES

<i>Aprender a usar la Web 2.0 como biblioteca universal</i>	Surge como respuesta a la complejidad del acceso a las nuevas fuentes bibliográficas distribuidas en bases de datos digitales. Se pretenden desarrollar las competencias y habilidades para saber buscar información en función de un propósito dado, localizarla, seleccionarla, analizarla y reconstruirla. Es la alfabetización informacional.
<i>Aprender a usar la Web 2.0 como mercado global</i>	Tiene que ver con la formación crítica del consumidor y del ciudadano. La compra de productos o la realización de gestiones administrativas on-line requiere no solo tener las habilidades de adquisición y pago, sino también formarse como trabajador y consumidor consciente de sus derechos y responsabilidades en la Red.
<i>Aprender a usar la Web 2.0 como puzzle de microcomentarios relacionados</i>	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 a los 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.
<i>Aprender a usar la Web 2.0 como plaza pública de comunicación e interacción</i>	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.
<i>Aprender a usar la Web 2.0 como lugar de expresión multimedia y audiovisual</i>	Se desarrolla con la finalidad de formar al alumno 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, como para su producción, publicación y difusión a través de los entornos digitales. Es la alfabetización multimedia o audiovisual.
<i>Aprender a usar la Web 2.0 como entorno de experiencias virtuales interactivas</i>	Supone disponer de las habilidades para interactuar en entornos virtuales tridimensionales de realidad inmersiva, simulada o aumentada. Requiere adquirir habilidades de interacción no solo con la máquina, sino también con la información y con otros humanos en tiempo real o diferido para tomar decisiones inteligentes.

Fuente: Arca. *La alfabetización en la sociedad digital*, 2012

DIMENSIONES COMPETENCIALES IMPLICADAS EN LA ALFABETIZACIÓN DIGITAL

<i>Dimensión instrumental</i>	Relativa 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 del hardware (montar, instalar y utilizar los distintos periféricos y aparatos informáticos) y del software o programas informáticos (bien del sistema operativo, de aplicaciones, de navegación por Internet, de comunicación, etc.).
<i>Dimensión cognitivo-intelectual</i>	Relativa a la adquisición de los conocimientos y habilidades cognitivas específicas que permitan buscar, seleccionar, analizar, interpretar y recrear la cantidad de información a la que se accede a través de las NN, TT, así como comunicarse con otras personas mediante los recursos digitales. Utilizar de forma inteligente la información para acceder a la misma, otorgarle significado, analizarla críticamente y reconstruirla personalmente.
<i>Dimensión sociocomunicacional</i>	Relativa al desarrollo de un conjunto de habilidades relacionadas con la creación de textos (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 (trabajo colaborativo, el respeto y la empatía en redes sociales).
<i>Dimensión axiológica</i>	Relativa a la toma de conciencia de que las Tecnologías de la Información y la Comunicación no son asépticas ni neutrales desde un punto de vista social, sino que inciden significativamente en el entorno cultural y político de nuestra sociedad. También la adquisición de valores éticos y democráticos en cuanto al uso de la información y de la tecnología, evitando conductas de comunicación socialmente negativas.
<i>Dimensión emocional</i>	Relativa al conjunto de afectos, sentimientos y pulsiones emocionales provocadas por la experiencia en los entornos digitales. Estas tienen lugar bien con las acciones desarrolladas en escenarios virtuales (como pueden ser los videojuegos) o bien con 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.

Fuente: Arca. *La alfabetización en la sociedad digital*, 2012

- El primer elemento o pilar de este modelo de alfabetización se refiere a **qué es lo que debe saber hacer un sujeto alfabetizado con relación al uso de la Web 2.0**. Estos 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:

- El segundo elemento o pilar de este modelo teórico de la alfabetización se refiere a la **identificación de las dimensiones competenciales del aprendizaje del sujeto**. De este modo, el modelo educativo integral y globalizador para la alfabetización en el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación requiere el desarrollo de cinco ámbitos o dimensiones competenciales que se desarrollan simultáneamente en el sujeto que aprende: