



Prólogo

Ciberculturas para el aprendizaje. Redes sociales y ciudadanía

Dr. Ignacio Aguaded

Presidente de Alfamed
Catedrático de la Universidad de Huelva (España)
aguaded@uhu.es

Dr. Gerber Pérez-Postigo

Profesor de la Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa (Perú)
gperezpo@unsa.edu.pe

Con el sugerente título de «Redes sociales y ciudadanía. Ciberculturas para el aprendizaje» presentamos en este texto una ingente obra colectiva de investigaciones, propuestas, reflexiones, estudios y proyectos en el emergente ámbito de la educación mediática. Con 151 capítulos de 298 autores únicos se ofrece una panorámica general en un mundo postpandemia global con un análisis poliédrico del complejo entramado educomunicativo que vivimos. Educadores, comunicadores y educomunicadores, así como profesionales de los más diversos ámbitos de las ciencias sociales abordan aproximaciones complejas, apegadas a la práctica, sobre la sociedad actual, no solo haciendo una radiografía, más o menos amplia, sino también realizando propuestas educomunicativas que mejoren los parámetros de convivencia con los medios.

Presentamos en el texto aportaciones de 17 países euroamericanos, que conforman la Red de investigadores Alfamed con un amplio número de trabajos: Perú (104), España (59), Ecuador (25), Brasil (23), México (21), Chile (18), Colombia (18), Bolivia (5), Italia (4), Costa Rica (4), Cuba (4), Argentina (4), Paraguay (3), Portugal (2), República Dominicana (2), Uruguay (1), y Eslovaquia (1). Esta obra enciclopédica que conforma la tercera de la Colección Alfamed del Grupo Comunicar Ediciones se subdivide en siete grandes bloques temáticos: I. Prosumers (Instagrammers, youtubers y tiktokers), II. Redes sociales y escuela, III. Ciberciudadanía, ética y valores, IV. Alfabetización mediática y formación de profesores, V. Audiencias y ciberconsumo crítico, VI. Democratización y comunicación alternativa, y VII. Nuevas tendencias: fake news, datificación...

El primer bloque temático «**Prosumers (Instagrammers, youtubers y tiktokers)**» recoge aportes de siete países (Brasil, Chile, Ecuador, España, Italia, México y Perú) con 16 capítulos que abarcan temas diversos en torno a la nueva figura del «prosumer» o «prosumidor» (también para otras corrientes «emirecs»), combinando consumo y producción

de medios de forma simultánea, especialmente a través de las redes. Así se analiza de forma genérica «El tránsito de la era de las redes sociodigitales a la edad del metaverso», las «Competências midiáticas e comunidades de fãs: Um estudo com Nyah! Fanfiction» o los «Valores y educación para los medios en el «Canal do Negão» (YouTube)». Las redes sociales, en todas sus expresiones forman parte también de este espacio en contextos universitarios o como herramientas políticas de activismo cívico: «Propuesta de guía de utilización de redes sociales por programas de posgrados», «Facebook: Construcción de la autoestima desde la perspectiva de estudiantes universitarios», «TikTok como herramienta de comunicación política de los presidentes iberoamericanos», y «Instagram y el activismo digital quechua en Chile».

Es la dimensión de producción de contenidos la que obviamente ocupa un espacio central en este macrobloque, influencers, youtubers, edutokers, instragrammers... ocupa el espacio de análisis: «Edutokers: Estrategias de éxito y promoción de valores sociales», «La relación entre los contenidos de booktubers mexicanos y las competencias de lectura de EMS», «Factores influyentes en la percepción sobre la profesión YouTuber y el deseo de ejercerla», «El rol educativo de los instragrammers: Algunas reflexiones a partir de una investigación empírica», «El perfil del 'influencer' en marketing digital y su vinculación en la formación académica», «'YouTubers' más populares en Latinoamérica: Un acercamiento desde el quehacer audiovisual», «Cultura de la cancelación, restauración y violación: Revisión crítica del drama interpersonal entre influencers». Incluimos también dos trabajos que reflexionan sobre el empoderamiento femenino y los sesgos de género, punto central del debate contemporáneo: «Análisis sobre las implicaciones éticas y sesgos de género en el uso de Tinder», y «El empoderamiento femenino en Instagram: Reflexión sobre su conceptualización».

El segundo bloque temático se centra en las «**Redes sociales y escuela**», enfocándose en el papel de la institución escolar en los nuevos ámbitos de la comunicación emergente. Con 20 aportes de 11 países (Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, España, Italia, Paraguay y Perú) se ofrece una visión variada y compleja de las difíciles relaciones de los nuevos medios con la institución escolar, pero también de sus indudables posibilidades. Algunos trabajos plantean visones globales del acercamiento medios/escuela, como «Redes sociais e escola: A experiência da Rede Salesiana Brasil de Escolas», «Propuestas de alfabetización mediática para Chile: Padres, madres y niños protagonistas», «Cápsulas educomunicativas en temas transversales de la educación», «Uso de las redes sociales y su relación con las habilidades sociales en estudiantes de una institución educativa pública», y «Uso de YouTube, Instagram y TikTok en la educación» o desde un enfoque de género: «Redes sociales en educación: Una mirada feminista».

También se plantean algunos riesgos asociados a las redes como la ciberadicción, así como dinámicas de prevención del ciberacoso: «Caracterización de la adicción a las redes sociales en estudiantes durante la postpandemia» y «Influencia del 'cyberbullying' en la inteligencia emocional de los estudiantes de Antonio José de Sucre Yanahuara 2022». La digitalización y el enfoque del factor relacional están además analizados con una

visión plural y abierta: «Competencias tecnológicas: Un nuevo modelo pedagógico», «Educación y plataformas digitales. Implicaciones para los estudiantes» y «El factor relacional como motor de transferencia». El eje central de este bloque se centra en el uso de los medios en el aula desde diferentes perspectivas y contextos, marcados por el mundo post-pandemia: «Competencias mediáticas audiovisuales de los adolescentes ecuatorianos en COVID-19», con ejemplos en diferentes países como Colombia: «De la escuela a la universidad: Competencia mediática en estudiantes colombianos», Paraguay: «Usos de las TIC durante el 2020 y 2021 para la enseñanza: Caso en una zona rural de Itapúa-Paraguay», Perú: «Evaluación del potencial aplicativo de las redes sociales en la educación ambiental en la UNSA», y otro más de Ecuador: «La realidad virtual aplicada para educar en Patrimonio en tiempo de COVID-19: Museos Ecuatorianos», o bien en Materias curriculares como el inglés: «Estilos de aprendizagem e jogos para o aprendizado de língua inglesa» o las matemáticas: «Recursos digitales innovadores para la enseñanza de las matemáticas en Educación Secundaria Obligatoria». También se incluye la presencia de la comunicación digital en el Ejército: «Gestión de la comunicación digital en Facebook de instituciones armadas», y en los estudiantes de salud: «Logros académicos y autoeficacia en redes de comunicación de computadores estudiantes de enfermería pandemia COVID-19».

El tercer macrobloque de este texto profundiza en la «**Ciberciudadanía, ética y valores**», un tema estratégico como eje vertebrador de la Educomunicación que arranca sus raíces y sentido en la democratización social y los valores éticos. Se recogen 24 trabajos de 10 países diferentes (Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Ecuador, España, México, Perú, Portugal y Uruguay) con enfoques múltiples, centrados tanto en investigación, como en propuestas, experiencias y reflexiones. La visión global sobre la ciberciudadanía copa una parte importante de los aportes de este bloque. Así «Propuesta de un modelo de perspectiva ética para la comunicación en el siglo XXI», «O uso do YouTube em favor de uma educação ética», y «La alfabetización mediática con perspectiva en derechos humanos» abordan temas deontológicos básicos, pero también nos adentramos en sugerentes temáticas vinculadas con el racismo, la corrupción, la desinformación y el debate ético: «Experiencias de una intervención digital sobre racismos en Universidades de Yucatán», «Ética y corrupción en la función pública», «Desinformación, ética y educación mediática. Percepciones del profesorado español», «Ciberciudadanía y debate ético y político» y «Las categorías intermedias en la ciudadanía y la ciber-ciudadanía». Los temas ecológicos están también presentes en los análisis propuestos: «Educomunicación y ecología de saberes: Territorios y dimensiones de una práctica social» y «EcoCine: Competência midiática e sustentabilidade na escola» y como contrapunto, los enfoques empresariales y curriculares: «La Inversión Extranjera Directa en el entorno digital desde una perspectiva ética y empresarial», y «Presencia de la competencia de pensamiento reflexivo y crítico en currículos de enfermería del Perú». Obviamente, en todo el texto, el enfoque formativo tiene un valor especial: «El valor educativo de los entornos virtuales en la formación del ciber-ciudadano», y «Formación de las familias ante el uso de dispositivos móviles por los menores», y sus efectos ciudadanos «Reflexión so-

bre los efectos de la ciber-ciudadanía en el contexto peruano actual». También el respeto a la diversidad y la importancia de la salud mental son analizados en dos sugerentes aportaciones: «Percepción del humor, challenges y discapacidad en TikTok» y «Efectos de la pandemia en la salud mental de los docentes de la UTMACH (Ecuador)».

Este extensísimo bloque de aportes tiene espacio también para el ya recurrente tema de los discursos de odio y prejuicios: «Categorización de narrativas de odio en redes sociales bajo metodología multimodal», «Discursos ofensivos y el exceso comercial claves para rechazar perfiles en medios sociales», y «Deconstrucción de prejuicios sobre la vejez mediática en la formación docente gerontológica». Finalizamos los análisis con temas de percepciones y enfoque de género: «Percepción de los docentes en la transmisión de la enseñanza virtual en Perú», «Autopercepción de los universitarios acerca del confinamiento en pandemia COVID-19», y «Factores que influyen en la intención de compartir material sexista por WhatsApp».

El cuarto bloque analiza la «**Alfabetización mediática y formación de profesores**», tanto en su vertiente inicial como de capacitación continua, ya que la clave de la educación mediática pasa por las familias, los medios de comunicación, pero de forma especial por la formación de los profesores en este mundo cambiante donde las tecnologías y los medios han transformado las interacciones sociales y los hábitos personales. Se presentan 22 trabajos de 10 países (Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, España, México, Perú y República Dominicana) con múltiples enfoques y experiencias. Como temas generales encontramos aportes como la «Educomunicación y formación para el futuro: Una asignatura pendiente», «Estrategia pedagógica para desarrollar competencias investigativas en los docentes», y «Uma análise das diretrizes para desenvolvimento de competência midiática em docentes».

La presencia curricular es también un tema recurrente, clave para la formación de los profesores/as: «Alfabetización mediática en el currículo de la educación primaria: Una revisión documentada», «Las competencias digitales de los docentes y en escenarios de trabajo virtual en una institución de la Educación Básica Regular del nivel secundario», «Alfabetización Mediática e Informacional en la formación del profesorado de secundaria», y «Educación mediática en las políticas sobre educación superior en Perú». Así mismo, las políticas curriculares, tan variables en los diferentes países, ocupan espacios para la reflexión, ya que es urgente aspirar a modelos como el Currículum Alfamed o el Currículum Unesco: «Políticas y Currículo MIL en América Latina», «La alfabetización mediática e informacional en Perú: ¿Una demanda en busca de oferta?», «Tesis sobre alfabetización mediática en Perú durante la pandemia del COVID-19», «Aplicación del currículum Alfamed en educación mediática en la República Dominicana», «Educación mediática para profesores en Brasil: Medios para la ciudadanía», y «Fortalecimiento de los vínculos tecno-afectivos en los cursos virtuales en la UNED».

Competencia mediática, competencia digital y competencia transmedia se dan la mano en un juego terminológico que a veces confunde, pero que a va a la par con el vertiginoso crecimiento de nuevos medios y plataformas de comunicación: «Competencias (trans)media: Una revisión actualizada», y «Evaluación de una experiencia de acompa-

ñamiento para el desarrollo de la competencia digital», a veces apegados a procesos nacionales como el chileno o al más global de la pandemia: «Competencia mediática de futuros docentes chilenos en el contexto del proceso constituyente», y «Competencias audiovisuales docentes durante las clases online en la pandemia COVID-19». Recursos tecnológicos: «'Kahoot' como recurso de evaluación en la Educación Superior», las dinámicas de la enseñanza online: «Formación de competencias mediáticas usando metodología e-learning», «La práctica pedagógica docente en entornos virtuales en las Instituciones Educativas de Educación Inicial de la provincia de Pasco 2021», y las dinámicas emocionales «Desafíos emocionales en la práctica docente durante la pandemia por COVID-19» son también analizados en este amplio y variado bloque de aportes que incluye también un aporte específico sobre los 'millennials': «Competencias mediáticas en estudiantes universitarios de generación 'millennials' en Perú».

El quinto bloque temático reflexiona sobre las «**Audiencias y ciberconsumo crítico**», centrándose en el polo esencial sobre el que la comunicación emergente ha virado: las personas que, como audiencias, son consumidoras y potenciales productoras de mensajes al mismo tiempo. Con 19 trabajos de 10 países (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, México, Perú y Portugal) se ofrece también un enfoque diverso de propuestas de toda la comunidad euroamericana. Los organismos internacionales y los países tienen ahora un papel central en la implementación de políticas públicas basadas en la investigación de las dos últimas décadas. «La UNESCO y su responsabilidad ante la alfabetización mediática: Acciones y perspectivas», «Competencias mediáticas de acceso y uso en contexto COVID-19 en Bolivia, Colombia y Ecuador», «Cultura digital en las tesis de universidades peruanas: Contexto y perspectiva» y «La creación de narrativas digitales: Una experiencia pedagógica universitaria» indagan estos importantes retos, tanto desde una visión teórica como desde experiencias prácticas. En esta perspectiva de las experiencias son variadas las propuestas que se plantean: «As dimensões da competência midiática na produção e consumo de fanfics da série brasileira '«As Five'», «Alfabetización mediática ante la pandemia por COVID-19 en Guadalajara (México) en dos grupos vulnerables», «Percepciones de ciber-ciudadanía por universitarios del altiplano de Puno». Algunas de ellas centradas en las familias, los jóvenes como audiencias activas: «Familia y vida cultural. Influencia del pensamiento crítico y nivel socioeconómico», «Modelo de alfabetización digital para construir comunidad en jóvenes de Tijuana», «Jovens usuários de redes sociais no Brasil: Relações e valores», y «Nuevos hábitos informativos y de estudio de universitarios argentinos en pandemia». La brecha y cultura digitales son también analizadas: «Cultura digital e identidad: Las nuevas formas del Yo en Tinder» y «La brecha digital rural como fenómeno poliédrico. Estado de la cuestión y apuesta por las TRIC», sin olvidar el importante papel de la TV digital en una región como Latinoamérica: «Hacia una nueva televisión pública digital latinoamericana».

Empresas, Smart cities, divulgación científica, periodismo digital... todo ello con un enfoque de audiencias empoderadas que transforman día a día la interacción con los medios y las personas. Estos trabajos nos ofrecen visiones poliédricas del complejo mundo de

la comunicación emergente: «Información periodística y participación ciudadana de Perú y Ecuador durante la COVID-19», «La divulgación científica: Retos y oportunidades de la comunicación», «Proyección social en las empresas frente al colectivo LGTBIQ+ su impacto», «Una reflexión sobre las Smart Cities: La utopía al alcance de la ciudadanía», y «Estudio del periodismo digital como opción laboral para los universitarios egresados de periodismo».

El sexto bloque de comunicaciones, denominado «**Democratización y comunicación alternativa**», indaga en la importancia educomunicativa de la comunicación alternativa como recurso esencial para la democratización y la sociedad plural. Son 25 trabajos de nueve países (Costa Rica, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, México y Perú) los que se recogen en este epígrafe. Los aportes más genéricos se centran en los «Procesos de democratización en América Latina» o «La urgencia del aprehender mediático ante la resistencia de la educación textual». Otros afrontan los problemas de la veracidad y la comunicación alternativa en el contexto mediático: «Más allá de la alteridad: Sobre una epistemología de los criterios de verdad para una democratización alternativa», y «Comunicación alternativa en la transferencia de tecnología agro-rural en Arequipa». Democracia, populismos o utopías son términos asentados en la intelectualidad latinoamericana que con los medios emergentes adquieren otras dimensiones: «Democracia y participación: Surgimiento de la política pública distrital de comunicación comunitaria en Bogotá. El caso de 'Bogotá Social'», «Neopopulismo: Una amenaza para la democratización de la comunicación alternativa», y «Entre utopías y espejismos: Reconstrucción de la política pública de comunicación comunitaria en Bogotá». También se abordan reflexiones en torno a la comunicación política y los conflictos sociales: «Estrategias de comunicación e influencia del conflicto social minero en la comunidad poblacional», y «La penetración de las redes socio-digitales en los procesos de comunicación política». La radio y los recursos orales siguen siendo prioritarios en Latinoamérica: «Contexto de la Red de radio y televisión universitaria del Perú», «Consumo juvenil de música en radio y violencia contra la mujer», a veces con los nuevos formatos: «Podscat: Otra alternativa educativa». Recogemos también en este texto trabajos en líneas más investigativas: «¿Cómo mejoramos la investigación científica?», y «Ciber-investigación educativa y mediática» y otros que indagan sobre los conocimientos de los jóvenes: «¿Qué buscan aprender los estudiantes de Comunicación? Estudio de caso: Universidad Técnica de Machala».

Otros tópicos asentados en la investigación actual, vinculados con los estudios comunicativos, como género, salud mental, estrés académico, personas mayores son también tratados en este macrobloque con perspectivas muy plurales: «Inclusão digital da pessoa idosa: Projeto em universidade da terceira idade», «Equilibrio de participación política de universitarios para la democratización de género», «Estudiantes bolsistas mujeres en la ideación de negocios en UDEA, Lircay Huancavelica», «Estrés académico y estrategias de afrontamiento en estudiantes universitarios», y «Salud mental comunitaria en un primer nivel de atención. Red de salud Arequipa Caylloma Perú». Finalmente, otros trabajos abordan temáticas como la comprensión lectora, el marketing online, los simula-

dores, los museos tecnológicos... En suma, una amplia variedad que denota una riqueza transversal en las comunicaciones alternativas que hoy los medios generan: «Competencia lectora en textos impresos y electrónicos en la Universidad alto Andina-Perú», «Alcances del marketing online en el proyecto de la UNED: Mujeres emprendedoras en Granadilla», «Aceptación tecnológica y uso de simuladores para entrenamiento en estudiantes de Ingeniería», «Museos digitales como medio de comunicación alternativa para la democratización de la cultura», y «Que difícil lograr competencias clínicas en ortopedia y traumatología en épocas de pandemias».

Finalmente, el séptimo y último macrobloque de esta obra enciclopédica se centra en las «**Nuevas tendencias: fake news, datificación...**», con 25 variadas aportaciones de nueve países (Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Eslovaquia, España, Italia, México y Perú). Temas genéricos como «El mundo digital, nuevas oportunidades y desafíos para la marca personal», los «Nuevos aprendizajes y ciudadanía en tiempos de postpandemia», las «Pantallas y espejos. La educación mediática en la era del narcisismo» o «El nuevo periodista: Perfil profesional, rutinas productivas y narrativa transmedia para contar historias que impactan» nos dan una visión genérica de estas nuevas corrientes. La transformación analógica-digital se recoge también en «Del papel a la pantalla: Los riesgos y las perspectivas de la lectura en la revolución digital en España», así como en «Comprender la Ecología de los Medios como la compleja metadisciplina que desborda los límites reflexivos de la comunicología», «Géneros discursivos para el análisis de información en el ecosistema mediático» o en «Competência midiática organizacional: Um protocolo para observação e análise».

Un tema central de preocupación universal son las noticias falsas masivas que generan justamente el alto analfabetismo audiovisual y las escasas competencias comunicativas de la ciudadanía en general. Así en este texto recogemos aportes significativos y amplios sobre esta importante preocupación: «Perú: Fake news durante la Pandemia por el Covid-19», «Las fake news en el sistema empresarial textil Alpaquero en Arequipa ante la nueva normalidad», «Modelos de alfabetización mediática para apoyo a la ciudadanía dentro del ámbito de las desinformaciones: Aplicación en proyectos», «Sistemas de calificación para la verificación de 'fake news' en plataformas de 'fact checking'», «Desinfodemia durante la pandemia de COVID-19. Un estudio exploratorio en Bolivia, Colombia y Ecuador», «Vacuna contra la desinfodemia en Colombia: Análisis y propuestas de la Academia», «Ecosistema de aprendizaje de curación de contenidos: Respuesta a las fake news», y «Noticias falsas y redes sociales de la prensa chilena».

Otros temas de notable trascendencia como la neurociencia, las narrativas transmedia, el podscat y el modelo CTFP son también analizados: «Neurociencia y cambios en el aprendizaje del niño/joven: La influencia motivacional de la ficción televisiva socioemocional», «Atalaya bogotana: Una introducción a las narrativas transmedia de no ficción», «El podscat como herramienta de construcción y divulgación del aprendizaje», y «Programa de estrategias de modelo CTFP para el desarrollo del pensamiento computacional en estudiantes universitarios de formación docente». Por último, este macrobloque incorpora también temas diversos como la necesidad de investigación, la importancia de

las publicaciones científicas y las revisiones sistemáticas: «Desafíos para la publicación de alto impacto científico en comunicación. El caso de América Latina», «Revisión sistemática de la literatura sobre las presentaciones sociales de la pandemia COVID-19», «La investigación aplicada en el magíster en comunicación y educación UC-Chile», y «Optimización de utilidad y elección con software libre Maxima».

En suma, tenemos ante nosotros una obra ambiciosa y enciclopédica que recoge los aportes investigativos de tres centenares de investigadores de 17 países con un centenar y medio de reflexiones, estudios, propuestas y sobre todo investigaciones en torno a los nuevos medios y las necesidades educomunicativas.

En cuanto a países, es el anfitrión, Perú, el que realiza más aportes de forma única o en coautoría con 104 trabajos, seguido de España con 59, Ecuador con 25, y Brasil y México con 21 aportes ambos. Chile y Colombia aportan 18 cada uno y el resto de países: Bolivia, Italia, Costa Rica, Cuba, Argentina, Paraguay, Portugal, República Dominicana, Uruguay y Eslovaquia aportan entre 5 y 1 respectivamente.

Es España el país que genera más coautorías con investigadores de otros contextos, especialmente con Ecuador, Perú, Bolivia, Chile, Brasil e Italia. También es puntero en las coautorías Ecuador que colabora en sus trabajos con México, Portugal, España, y Brasil. Y este último lo hace a su vez con España y Portugal. Finalmente, un texto tan extenso, plural y diverso como este recoge palabras clave muy variadas. Es interesante comprobar cómo es la «formación» (en sus más complejos recovecos) el término más empleado con 68 aportes: Formación de competencias, Formación de la Ciudadanía, Formación del docente/profesorado, Formación de competencias digitales o mediáticas, Formación de valores... También, obviamente, un término estrella es la «educación» con 64 entradas: Comunicación/participación política, Competencias Mediáticas, Formación en Educación, Alfabetización mediática... Redes sociales, pandemia/infodemia serían también grandes contenedores que están muy presentes en todo el texto, pero las galerías de los tópicos que hoy mueven la investigación, la docencia y la reflexión de los investigadores sociales es amplísimo y sin duda marcarán nuestra época. Seguro que a todos nos suenan: Alfabetización mediática, Formación del docente/profesorado, Formación de competencias digitales o mediáticas, Competencias Mediáticas, las omnipresentes redes (YouTube, TikTok, Facebook, Twitter, Instagram...), Activismo digital e Influencers, Fake News, Infodemia/Desinformación y, por ende, Democracia. También Entornos virtuales, Marketing digital y el mundo por llegar, el Metaverso. Y ante todo ello el CiberConsumo, la Ciber ciudadanía y sus riesgos potenciales la Adicción. Y en este panorama, solo resta la educación, la educación, la Formación de valores, las Competencias lectoras, el Currículum Alfamed... Ahí está nuestro gran reto y nuestra trascendente responsabilidad.