



II. Redes sociales y escuela

Propuestas de alfabetización mediática para Chile: Padres, madres y niños protagonistas

Media literacy proposals for Chile:
Fathers, mothers and children

Javiera Uribe-Zapata

Pontificia Universidad Católica, Chile
jzuribe@uc.cl

Bárbara Pineda-Truyol

Pontificia Universidad Católica, Chile
bcpineda@uc.cl

Rayén Condeza-Dall'Orso

Pontificia Universidad Católica, Chile
rcondeza@uc.cl

Resumen

Se presentan los fundamentos de dos propuestas piloto de alfabetización mediática para Chile, que consideran protagonistas a los apoderados y a los estudiantes: 1) Estrategia de mediación parental; y 2) Uso del vídeo participativo por niños y niñas (8-12 años). Ambos pilotos pertenecen a los cinco planes de acción de la estrategia general de comunicación-educación Edumedios 360, diseñada para el Centro de innovación del Ministerio de Educación de Chile por graduados del Magíster en Comunicación y Educación de la Pontificia Universidad Católica. Se desarrolló con becas del proyecto de la agencia de ciencias La construcción mediática de la infancia.

Abstract

The rationale for two pilot media literacy proposals for Chile, which considering parents and students as protagonists, is presented: 1) Parental mediation strategy; and 2) Use of participatory video by boys and girls (8-12 years old). Both pilots belong to the five action plans of the general communication-education strategy Edumedios 360, designed for the Innovation Center of the Chilean Ministry of Education by graduates of the Master in Communication and Education of the Pontificia Universidad Católica. It was developed with grants from the science agency's project The Media Construction of Childhood.

Palabras clave / Keywords

Alfabetización mediática e informacional; apoderados; niños y niñas; mediación parental; vídeo participativo; competencias mediáticas.

Media and information literacy; parents; children; parental mediation; participatory video; media competencies.

1. Introducción

Se ha diagnosticado que en Chile persiste una falta de la Alfabetización Mediática e Informativa (AMI), situación que repercute en toda la comunidad educativa y en la calidad de la educación. En efecto, si bien los niños, niñas y adolescentes se relacionan a diario con contenidos de muy distinto tipo y lo hacen en un contexto de múltiples pantallas, no se cuenta aún con iniciativas de educación mediática y digital en el currículum nacional, los planes de estudio de formación de los profesores no incluyen estas competencias y habilidades y los apoderados tampoco han tenido oportunidad de desarrollarlas (Condeza et al., 2019). En un contexto en que «la escuela deja de ser el espacio protagónico, las formas de conocer y producir conocimiento se amplían y diversifican, y las prácticas comunicativas se complejizan» (Valdivia-Barrios et al., 2018: 2). Por ello se requieren propuestas que, partiendo de las necesidades de los actores involucrados y considerándolos protagonistas, motiven su participación activa en iniciativas de alfabetización mediática e informativa (Mateus et al., 2019).

En esa línea, los adultos a cargo de los estudiantes fuera del aula escolar son actores esenciales de la comunidad educativa y necesitan espacios de formación ad-hoc (Pineda-Truyol, 2022). Al mismo tiempo, se ha documentado el impacto positivo de la participación activa de los niños, niñas y adolescentes en el aula, a través de recursos pedagógicos y de metodologías activas que los consideren protagonistas y capaces de reflexionar sobre sus propias prácticas y hábitos mediáticos (Uribe-Zapata, 2022).

En dicho contexto, durante el segundo semestre del año 2021 se condujo una investigación aplicada interdisciplinaria en el contexto chileno, a cargo de cinco estudiantes del Magíster en Comunicación social, mención Comunicación y Educación de la Pontificia Universidad Católica de Chile, con el objetivo de determinar las necesidades de comunicación-educación en el ámbito de la alfabetización mediática e informativa (AMI en español) o Media and Information Literacy (MIL en inglés) de las comunidades educativas, priorizando establecimientos educativos de carácter público, que son los que en la actualidad presentan mayores brechas de acceso a las tecnologías. El propósito final fue proponer una estrategia de comunicación-educación considerando como mandante al Centro de innovación del Ministerio de educación de Chile, unidad que tiene como propósito «diseñar el futuro de la enseñanza y el aprendizaje» (Centro de Innovación Mineduc, 2022: s/f).

2. Metodología

La metodología empleada consistió en conducir un análisis de contexto y en establecer un diagnóstico de comunicación-educación situado, considerando la situación actual de la alfabetización mediática e informativa en Chile y al Centro de Innovación del Ministerio de Educación como el mandante. Como afirman Aguilar-Idáñez y Ander-Egg (1999: 24), un diagnóstico «debe ser una unidad de análisis y síntesis de la situación-problema que sirve de referencia para la elaboración de un programa de acción. La aproximación al diagnóstico fue cualitativa, considerando la aproximación empleada por Krause et al., (1998). Para el análisis

sis del contexto se recurrió también a la cartografía del mapa de actores y de las relaciones entre ellos, de manera de delimitar iterativamente el foco y el alcance de dicho diagnóstico (Barragán-Giraldo, 2014), siempre considerando al Centro de Innovación del ministerio de educación como el mandante principal del estudio.

El diagnóstico fue desarrollado entre agosto y octubre del año 2021, por etapas y fue conducido por cinco profesionales de distintas especialidades (docencia primaria, secundaria, psicología, fonoaudiología, periodismo) interesados en esta temática, en el contexto del desarrollo en modalidad en equipo de una primera parte del trabajo de grado de Magíster en Comunicación social, mención Comunicación y Educación, implementada en el programa desde su reforma al Plan de estudios en el año 2020.

El diagnóstico de la necesidad de comunicación y educación incluyó las siguientes fases o etapas: investigación conceptual-documental, discusión conceptual sobre el aporte de la mirada de comunicación-educación a emplear; búsqueda y análisis de experiencias de alfabetización mediática e informacional a nivel internacional (Europa y América Latina) y en Chile; análisis de contexto, análisis de perfiles de potenciales destinatarios en tanto usuarios de medios, entrevistas y triangulación.

A partir del análisis de los resultados se determinaron necesidades de comunicación-educación y objetivos de comunicación-educación que constituirían los fundamentos de una estrategia general de comunicación-educación, para la cual se podían asociar planes de acción individuales, que en este caso fueron cinco, pues por reglamento universitario los proyectos de grado de Magister en la Pontificia Universidad Católica de Chile son evaluados de manera individual. En efecto, se precisa que, en una actividad de grado de Magíster aplicada, se espera que el estudiante demuestre la capacidad «para articular críticamente los conocimientos adquiridos durante el programa y proponer soluciones innovadoras a problemas profesionales concretos» (Secretaría General PUC, 2011: 14).

3. Resultados

A partir del análisis de la evidencia recolectada, se propuso desarrollar una estrategia de comunicación-educativa titulada «Edumedios 360: Empoderando a niños, niñas y adolescentes para el uso reflexivo, crítico y creativo de los medios, una perspectiva AMI para Chile». Esta como una respuesta a la problemática sintetizada en los siguientes elementos:

- 1) Acceso de los niños, niñas y adolescentes a tecnologías y medios de forma libre y desigual (brechas de acceso, brechas de uso, brechas de género, brechas socioeconómicas) sin la necesaria educación de parte de los diferentes estamentos de la comunidad educativa y sin la participación de los distintos actores de las comunidades);
- 2) Falta de iniciativas, programas e intervenciones de alfabetización mediática e informacional en la formación de los niños, niñas y adolescentes, así como en la formación inicial o continua de los profesores.
- 3) Desconocimiento de la alfabetización mediática e informacional y del desarrollo de habilidades asociadas para el siglo XXI, en particular las siguientes: creatividad, pensamiento reflexivo y crítico.

A partir de lo anterior, se determinaron, tras distintas instancias y análisis iterativos de los resultados, los siguientes objetivos de comunicación-educación para la estrategia general de comunicación-educación propuesta a ser desarrollada por el Centro de innovación del Ministerio de Educación de Chile.

Objetivo General: Implementar una estrategia educomunicativa piloto de AMI dirigida a niños, niñas y adolescentes para un uso reflexivo, crítico y creativo de los medios de comunicación en la formación escolar chilena.

En cuanto a los Objetivos Específicos:

- 1) Desarrollar habilidades para el siglo XXI en estudiantes entre los 7 y 18 años, para un uso responsable de los medios y las tecnologías (recepción crítica/ reflexiva y producción creativa).
- 2) Entregar herramientas a los padres y apoderados para que acompañen a los estudiantes en un uso reflexivo, crítico y creativo de los medios en el entorno familiar y escolar.
- 3) Generar competencias en docentes en formación para promover y evaluar el uso crítico, reflexivo y creativo de los medios y las tecnologías.
- 4) Integrar en la práctica educativa de los profesionales de la educación el uso de los medios de comunicación como forma de aprendizaje y evaluación con el fin de empoderar a los estudiantes con necesidades educativas especiales en las habilidades de creación, pensamiento crítico y reflexivo.

A partir de lo anterior, se propusieron cinco planes de acción individuales piloto asociados a los objetivos recién señalados. Estos tributan a la estrategia general de comunicación-educación y tienen, a su vez, la particularidad de deber cumplir la condición de poder ser desarrollados individualmente:

- 1) Reflexión de los niños y niñas sobre sus prácticas mediáticas a través de la creación de vídeos en modalidad participativa (OE 1).
- 2) Proyecto de uso responsable de redes sociales entre los adolescentes (OE2).
- 3) Implicaciones de la crianza digital: espacio formativo para mediación parental en contexto de sociedad digital (OE 3).
- 4) Academia AMI para la formación inicial de profesores en las universidades (OE 4).
- 5) Hiperaula para estudiantes desde una perspectiva inclusiva y de diversidad.

En esta ponencia se hará referencia a los proyectos piloto Vídeo participativo y al de Crianza Digital/formación de mediadores parentales, según se han pensado presentar en el Centro de innovación del ministerio de educación de Chile (al momento de postular esta ponencia creemos relevante indicar que se está en conversaciones para agendar dicha presentación).

3.1. Propuesta de vídeo participativo

Desde los fundamentos de la comunicación-educación, el vídeo participativo se posiciona como una acción de tipo educomunicativa conectada con el contexto donde ocurre, que posibilita el cuestionamiento de la unidireccionalidad de los procesos de enseñanza-aprendizaje (Martínez, 2019). Sobre su incorporación en el aula, Ayala-Coca (2020) menciona que, de

forma transversal o como apoyo en forma de talleres, el vídeo participativo puede aportar a empoderar a las audiencias, así como dinamizar los procesos de alfabetización mediática de los niños y jóvenes. La propuesta está pensada bajo la metodología del aprendizaje basado en proyectos, en la que pueden converger distintas materias del currículum. Incluye un curso de capacitación a los docentes llevado a cabo por estudiantes de dirección audiovisual de la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile y en una segunda etapa la invitación de los profesores a los niños y niñas «a pensar de forma crítica sobre algunos aspectos educomunicativos asociados a AMI: qué influencia tienen los medios en ellos, cuáles son los temores y aspectos positivos que perciben en los medios y tecnologías, cómo creen que es el uso de medios en sus procesos de aprendizaje en la escuela, qué tipo de estereotipos ven en el contenido en que consumen» (Uribe-Zapata, 2022: 19). En una tercera fase del aprendizaje basado en proyectos los estudiantes seleccionarán uno de los temas reflexionados para crear un vídeo a través del uso de los celulares. Tiene previsto un encuentro final de visionado.

En cuanto al segundo proyecto piloto, es decir el plan de acción individual sobre Crianza digital: espacio formativo para mediación parental en contexto de sociedad digital, cuya autora es Pineda-Truyol (2022), este consiste en lo siguiente:

Se basa en los fundamentos de comunicación-educación previos reportados por distintos autores centrados en la sociedad y hogares multipantallas (Pérez-Tornero, 2008; Torrecillas-Lacave et al., 2017), así como en el paradigma de la participación (Barranquero, 2009), en la necesidad de la reflexión crítica y la creatividad (Ferrés & Piscitelli, 2012), en el rol de los medios en la socialización de las personas (de-Fontcuberta, 2001) así como en la necesidad de generar estrategias de mediación parental y los padres como educadores mediales (Condeza et al., 2019; Torrecillas-Lacave et al., 2020).

Los objetivos asociados al proyecto digital del piloto, que será implementado en seis establecimientos del norte, centro y sur del país para un total de 120 familias son (Pineda-Truyol, 2022):

- 1) Sensibilizar a padres y apoderados respecto a su rol como educadores mediales e informacionales en el entorno familiar Indicadores;
- 2) Robustecer las estrategias de mediación parental de los apoderados a través de un programa de formación basado en AMI;
- 3) Facilitar un espacio de interacción y participación entre padres y apoderados a modo de compartir e intercambiar conocimiento sobre prácticas parentales en un contexto multipantalla;
- 4) Potenciar el encuentro y la reflexión en las familias respecto a los riesgos y oportunidades en el uso de medios e internet por parte de los niños y niñas.

El proyecto incluye un curso a distancia de tres módulos, con temáticas asociadas a los desafíos y oportunidades; estrategias de orientación a hijos e hijas y participación en redes sociales. Además del espacio de aprendizaje se propone uno de comunidad entre apoderados. Los recursos a emplear son multimedia e incluyen foros de discusión, conversatorios, blog, redes sociales y podcast.

4. Discusión y conclusiones

El diagnóstico y la necesidad de comunicación-educación sobre la falta de iniciativas específicas de alfabetización mediática e informacional en Chile para las actuales generaciones de niños, niñas, adolescentes, profesores y apoderados demostró que esta situación de atraso en el país es muy anterior a la del contexto de la crisis sanitaria por la COVID-19, que fue, no obstante, el contexto durante el cual se desarrolló este estudio (segundo semestre de 2021). La modalidad de constitución de un equipo de trabajo interdisciplinario formado por profesionales de distintos orígenes en sus pregrados motivados a proponer una solución de comunicación-educación anclada a un mandante real como lo es el Centro de innovación del Ministerio de Educación ha constituido una oportunidad muy relevante, pues la Alfabetización mediática e informacional (AMI) requiere de esas múltiples miradas en convergencia. Tanto la estrategia general Edumedios 360, como cada uno de los dos planes individuales aquí presentados ponen al centro de las propuestas de intervención a los niños y niñas, por una parte, en tanto personas capaces, reflexivas y creativas, así como a los padres para el caso de crianza digital. De manera expresa sus autoras restringieron el tipo de habilidades y competencias AMI a desarrollar, más aún considerando que se trata de la propuesta de una estrategia piloto, a partir de la cual se espera sensibilizar a los distintos actores del ministerio de Educación de Chile.

Apoyos

La investigación fue desarrollada en el marco del proyecto del Fondo científico y tecnológico Fondecyt de Iniciación 11191046, La construcción mediática de la infancia: una aproximación desde lo informativo, lo publicitario y lo institucional, Investigadora responsable Rayén Condeza Dall'Orso, financiado por la Agencia nacional de investigación y Desarrollo de Chile (ANID- 2019-2022). Los autores de la estrategia de Comunicación y Educación Edumedios 360 y de sus planes de acción individual respectivos son los siguientes graduados del Magister en Comunicación social, mención Comunicación y Educación impartido por la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile: Wilson Bascur Ibarra (profesor), Mariángel Martínez Contreras (profesora); Sebastián Muñoz Cornejo (fonoaudiólogo); Bárbara Pineda Truyol (psicóloga), Javiera Uribe Zapata (periodista). Fueron becarios del Fondecyt 11191046 y dirigidos por Rayén Condeza Dall'Orso. Se agradece al programa Fondecyt y a ANID/Chile por el financiamiento en el ítem formación de capital humano avanzado, que permitió becar a los cinco hoy graduados de Magister en Comunicación y Educación.

Referencias

- Ayala-Coca, F.C. (2020). *Vídeo participativo: una propuesta para la alfabetización mediática en el aula*. [Master Dissertation, UNED]. UNED.
- Aguilar-Idáñez, M.J., & Ander-Egg, E. (1999). *Diagnóstico social. (Social Diagnosis)*. Lumen.
- Barragán-Giraldo, D.F. & Amador-Báquiro, J.C. (2014). La cartografía social- pedagógica: Una oportunidad para producir conocimiento y re-pensar la educación. *Itinerario educativo*, 64, 127-141. <https://doi.org/10.21500/01212753.1422>
- Barranquero, A. (2009). Latinoamérica: la arquitectura participativa para el cambio social. *Diálogos de la Comunicación*, 78, 1-14.
- Centro de Innovación, Mineduc (s/f). *Centro de Innovación- Ministerio de educación, Chile*. <https://bit.ly/3zK4Rw3>

-
- Condeza, R., Herrada-Hidalgo, N., & Barros-Friz, C. (2019). Nuevos roles parentales de mediación: percepciones de los padres sobre la relación de sus hijos con múltiples pantallas. *Profesional de la Información*, 28(4), e280402. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.jul.02>
- de-Fontcuberta, M. (2001). Comunicación y Educación: Una relación necesaria. *Cuadernos de Información*, 14, 141-147.
- Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2012). Media competence. Articulated proposal of dimensions and indicators. [La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores]. *Comunicar*, 38, 75-82. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-08>
- Krause, M., Cornejo, M., & Radovic, J. (1998). *Diseño de estudios cualitativos*. Ministerio de salud Chile.
- Mateus, J.C., Andrada, P., & Ferrés, J. (2019). Evaluar la competencia mediática: una aproximación crítica desde las perspectivas pedagógica, política y metodológica. *Revista de Comunicación*, 18(2), 287-301. <https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A14>
- Pérez-Tornero, J. (2008). Multi-screen society: a challenge for media literacy. [La sociedad multipantallas: retos para la alfabetización mediática]. *Comunicar*, 31, 15-25. <https://doi.org/10.3916/c31-2008-01-002>
- Pineda-Truyol, B. (2022). *Crianza Digital. Aprendizaje familiar para una sociedad multipantalla. Proyecto multimedia de alfabetización mediática e informacional dirigida a padres y apoderados de niños y niñas de enseñanza básica*. Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Secretaría General (Ed.) (2011). *Reglamento de Magíster*. Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Valdivia-Barrios, A., Pinto-Torres, D., & Herrera-Barraza, M. (2018). Alfabetización mediática y aprendizaje. Aporte conceptual en el campo de la comunicación-educación. *Revista electrónica Educare*, 22(2), 1-16. <https://doi.org/10.15359/ree.22-2.8>
- Torrecillas-Lacave, T., & Monteagudo-Barandalla, L. (2017). *El hogar como escenario de comunicación multipantalla. Percepciones, usos y estrategias de mediación*. <https://bit.ly/3AaqY1>
- Torrecillas-Lacave, T., Vázquez-Barrio, T., Suárez-Álvarez, R.S.L., & Fernández-Martínez, L.M. (2020). El papel de los padres en el comportamiento online de menores hiperconectados. *Revista Latina de Comunicación Social*, 75, 121–148. <https://doi.org/10.4185/rics-2020-1419>
- Uribe-Zapata, J. (2022). *Proyecto de alfabetización mediática e informacional para estudiantes entre 8 y 12 años: vídeo participativo como herramienta pedagógica*. Pontificia Universidad Católica de Chile.

REDES SOCIALES Y CIUDADANÍA

CIBERCULTURAS PARA EL APRENDIZAJE

Editores

Ignacio Aguaded
Arantxa Vizcaíno-Verdú
Ángel Hernando-Gómez
Mónica Bonilla-del-Río

REDES SOCIALES Y CIUDADANÍA: CIBERCULTURAS PARA EL APRENDIZAJE

Colección *Redes sociales y ciudadanía*
N. 2 *Ciberculturas para el aprendizaje*
Primera Edición, octubre 2022

Editores

Ignacio Aguaded
Arantxa Vizcaíno-Verdú
Ángel Hernando-Gómez
Mónica Bonilla-del-Río

Comité Científico

Dr. Ángel Hernando-Gómez
Dr. Octavio Islas
Dra. Paula Renés-Arellano
Dr. Abel Suing
Dr. Marco López-Paredes
Dr. Diana Rivera-Rogel
Dr. Julio-César Mateus
Dr. Osbaldo Turpo-Gebera
Dra. Patricia de-Casas-Moreno
Dr. Antonio-Daniel García-Rojas
Dra. Natalia González-Fernández
Dra. Antonia Ramírez-García
Mg. Sabina Civila
Mg. Rigliana Portugal
Mg. Mónica Bonilla-del-Río
Mg. Arantxa Vizcaíno-Verdú
Mg. Odiel Estrada-Molina

Grupo
Comunicar
Ediciones

AlfaMed



Esta publicación no puede ser reproducida, ni parcial ni totalmente, ni registrada en/o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni formato, por ningún medio, sea mecánico, fotocopiado, electrónico, magnético, electroóptico o cualquier otro, sin el permiso previo y por escrito de la editorial.

Patrocinan



Universidad
de Huelva

Depósito Legal: H 325-2022
ISBN: 978-84-937316-9-4
ISSN 2952-1629
DOI: <https://doi.org/10.3916/Alfamed2022>

DERECHOS RESERVADOS © 2022 de esta edición:

Grupo Comunicar Ediciones
Mail box 527. 21080 Huelva (España)
Administración: info@grupocomunicar.com
Director: director@grupocomunicar.com
www.grupocomunicar.com

Diseño: *Arantxa Vizcaíno-Verdú*
Traducción inglés: *Emily Rookes*

Impreso en *Estigraf*, Madrid (España)



Este trabajo se ha elaborado en el marco de Alfamed (Red Euroamericana de Investigación en Competencias Mediáticas para la Ciudadanía), con el apoyo del Proyecto I+D+i (2019-2021), titulado «Youtubers e Intagrammers: La competencia mediática en los prosumidores emergentes», con clave RTI2018-093303-B-I00, financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de España y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), y del Proyecto I+D+i (2020-2022), titulado «Instagrammers y youtubers para el empoderamiento transmedia de la ciudadanía andaluza. La competencia mediática de los instatubers», con clave P18-RT-756, financiado por la Junta de Andalucía en la convocatoria 2018 (Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación, 2020) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).



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 educocomunicativo que vivimos. Educadores, comunicadores y educocomunicadores, 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 educocomunicativas 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...



Grupo
Comunicar
Ediciones

AlfaMed



Universidad
de Huelva