



## V. Audiencias y ciberconsumo crítico

### **Modelo de alfabetización digital para construir comunidad en jóvenes de Tijuana**

Digital literacy model for community building among young people in Tijuana

Gerardo León-Barrios

Universidad Autónoma de Baja California, México

gleon@uabc.edu.mx

### **Resumen**

Resultado de un programa de Alfabetización Digital realizado en el Sistema Educativo Público Municipal de Tijuana, se utilizó la metodología de investigación acción para conocer en jóvenes de este medio escolar sus percepciones y valoraciones sobre el uso de nuevos medios. Con esta base empírica se delinearon los criterios del modelo de AD para reforzar el sentido de comunidad en las prácticas sociodigitales. La propuesta busca trascender los tipos de alfabetización más usados en el medio educativo, y busca desarrollar competencias de interacción que fomenten la colaboración, la comunidad y la articulación social en sus diversos tipos de comunidad.

### **Abstract**

As a result of a Digital Literacy program carried out in the Municipal Public Education System of Tijuana, an action research methodology was used to learn about the perceptions and evaluations of young people in this school environment regarding the use of new media. With this empirical basis, the criteria of the DL model were delineated to reinforce the sense of community in sociodigital practices. The proposal seeks to transcend the types of literacy most commonly used in the educational environment, and seeks to develop interaction skills that foster collaboration, community and social articulation in its various types of community.

### **Palabras clave / Keywords**

Alfabetización digital; comunicación; comunidad; articulación social; Tijuana; ciberciudadanía.  
Digital literacy; communication; community; social articulation; Tijuana; digital citizenship.

---

## 1. Introducción

La aparición de «medios digitales interactivos» como tecnologías completamente diferentes en cuanto a sus lógicas de producción y consumo, han producido cambios en las prácticas de comunicación en red. Estas transformaciones se pueden entender como procesos y cambios evolutivos que en su conjunto conforman una Ecología Mediática (Strate, 2017; Islas, 2015; Scolari, 2015), la cual concibe a los medios de difusión y medios digitales como especies que crean ambientes generadores de ecosistemas socioculturales, que modelan –y son modeladores, a su vez– de la percepción y los procesos cognitivos de los actores sociales. Lo anterior tiene dos condiciones fundamentales: la primero es en cuanto a interacciones individuos y medios digitales suscitado por la llegada de la web 2.0; la segunda es el avance tecnológico, cuando en un solo dispositivo conectado es posible integrar, en una sola experiencia y en el momento deseado, la escucha de noticias, leer el periódico, revisar un correo electrónico, ver contenidos de televisión, tomar fotografías, ver fotos y compartirlas en tiempo real, hablar por teléfono o tener una video-llamada, entre más prácticas. Esto representa una experiencia social ubicua (Islas, 2009) que también ha sido llamada convergencia cultural (Jenkins, 2006) con la experiencia mediática del prosumidor (Benassini, 2014), que tiene acceso a contenidos y productos, y también los produce, según los estilos de vida que satisfacen sus necesidades de información y entretenimiento.

En el caso de este proyecto los estudiantes de primaria y secundaria del Sistema Educativo Público Municipal de Tijuana (SEPM) habían recibido un tipo de educación sobre el uso de tecnologías para aprender habilidades básicas de acceso y uso de software y hardware; sin embargo se carecía de una educación integral que conjunte una formación de los elementos tecnológicos con sus componentes sociales lejos de un programa de alfabetización en medios y nuevos medios que trascendiera los limitados programas educativos que «enseñan» habilidades y conocimientos para el uso de computadoras, sin incluir elementos reflexivos y formar un criterio crítico, constructivo y colaborativo en sus prácticas sociodigitales.

Las generaciones que nacen y crecen en la ecología de «medios digitales interactivos» requieren un acompañamiento que apoye la comprensión y los cambios de nuevas subjetividades socioculturales en las que están inmersos (Scolari, 2022). Con esto se atendería la emergencia de nuevos actores sociales o ciudadanos que están construyendo una relación más compleja con las tecnologías digitales e Internet (Bianchi & Sandoval, 2014).

## 2. Propuesta de un modelo Alfabetización Digital para la Construcción de Comunidad (AD+CC)

La alfabetización mediática viene de la llamada, inicialmente, educación para los medios, que tuvo sus inicios en países como España, Francia, Inglaterra y Canadá, entre otros, que junto con la UNESCO (1984), implementaron una línea de intervención para responder a la preocupación que generaron las posibles repercusiones socioculturales ante el poder simbólico que mostraron los medios masivos de difusión y sus mensajes audiovisuales. La alfabetización mediática e informacional abarca un conjunto de competencias y conocimientos

---

esenciales para los ciudadanos del siglo XXI: les dará, en efecto, la posibilidad de participar en el sistema mediático, desarrollar su espíritu crítico y adquirir conocimientos a lo largo de la vida para participar en el desarrollo de la sociedad y convertirse en ciudadanos activos (UNESCO, 2012). El gran esfuerzo pretende contrarrestar la influencia sobre las grandes audiencias a través de la formación crítica de niñas, niños y jóvenes a través de una educación para un consumo juicioso e informado en cuanto a lo que representaba la cultura de masas y los contenidos de los medios de comunicación (Livingstone & Bober, 2005).

Livingstone (2008) distingue un importante debate en el tema de la alfabetización, relacionado con los alcances de este modelo de intervención sobre los sujetos, un tema que trastoca criterios de ética y tiene que ver con que si la alfabetización mediática se debe considerar un beneficio en el orden individual, que logra cada sujeto con la incorporación de los elementos «aprendidos» para el manejo y conocimiento de los medios o, por el contrario, la alfabetización mediática representa «una práctica social y cultural» que socializa el «aprendizaje» con respecto a la mirada y reflexión crítica hacia los medios de comunicación y sus contenidos, y, con ello, lograr una «mejor» alfabetización mediática. Esto detona dos importantes ejes de acción y apuesta a la alfabetización. La alfabetización informativa, considerada en La Declaración de Praga (2003) una condición para acceder activamente a la sociedad de la información, y que atiende procesos de aprendizaje sobre uso y necesidades informativas, mediante el desarrollo de destrezas para identificar, localizar, evaluar, organizar y crear formando sujetos que tengan habilidades para hacer uso y comunicar información de diferentes temas y problemas. El otro terreno de acción ha detonado amplios debates, propuestas y experiencias, es la alfabetización mediática, que se entiende de manera fundamental como los aprendizajes desarrollados para comprender a los medios de difusión como «ventanas representan al mundo» o, en su caso, a través de los cuales se puede «representar el mundo» desde la visión del actor lego. En ambos casos, aún con las divergencias conceptuales y metodológicas, se apuesta por la intervención que desemboca en dotar a las personas de habilidades para usar en su vida cotidiana los viejos y los nuevos medios, las redes sociales y otras plataformas que promuevan una calidad de vida tanto en lo individual como en lo colectivo.

La propuesta que se expone es resultado de la implementación talleres de alfabetización digital con niños y jóvenes del Sistema Educativo Municipal. El proceso es ahora un programa de AD que inició desde 2017, la primera parte consistió en diagnóstico sobre hábitos y usos de medios digitales, posteriormente se aplicaron talleres de AMyD (Cobo & Moravec, 2011; Orozco, 2010a; 2010b; 2014), y con ello, se exploraron las condiciones y problemáticas en cuanto a sus formas de convivencia en la familia, en la escuela y con los amigos (León, 2021). La pregunta conductora que ha orientado todo este proceso es ¿cómo niños y jóvenes asumen capacidades y posibilidades en los medios digitales conectados a Internet para mejorar sus relaciones sociales?

El modelo trata de ser integral con tres ejes complementarios: de comprensión y formación de pensamiento crítico sobre los medios y nuevos medios; análisis de usos cotidianos en plataformas y servicios; finalmente, habilitarse en la formación de competencias para articularse y vincularse, constructivamente, a comunidades de sus propias prácticas sociodi-

| Tabla 1. Modelo de alfabetización digital para la construcción de comunidad |  |   |   |
|---|--|---|---|
|   | Área                                     | Competencia   | Propósito pedagógico  |
| Taller de Alfabetización Digital para construcción de comunidad             | Medios y nuevos medios en la sociedad    | Conoce la importancia social de los medios y los nuevos medios para asumir el lugar que ocupan en la vida de cada individuo y en la sociedad.   | Comprender la importancia y trascendencia de los medios y nuevos medios de comunicación en su vida sin dejar de lado su carácter comercial.   |
|   |  |   | Reconocer qué medios digitales se usan cotidianamente y reconocer el lugar de estos en la vida de cada uno.   |
|   |  |   | Identificar qué nuevos medios conectados a internet son de uso más frecuente y su relación con las actividades de la vida diaria.   |
|   | Plataformas y servicios de interacción   | Reconoce sus propias prácticas de uso de plataformas y servicios on-line para pensar en alternativas y opciones de uso que contribuyan a una mejor convivencia social                               | Distinguir tipos de contenidos más vistos en Youtube para relacionarlos con situaciones y aspectos que afectan la relación con otros o con su entorno, para proponer creaciones, contenidos y videos que beneficien relaciones con los demás.                               |
|   |  |   | Identificar habilidades, acciones y relaciones que se practican en videojuegos on-line para aplicarlas en la solución de situaciones o problemas del entorno.   |
|   |  |   | Revisar géneros y contenidos de gustos musicales, y relacionarlos con las representaciones de la sociedad que nos formamos con el lenguaje musical.   |
|   |  |   | Comprender los problemas de la infodemia, la infoxicación y las noticias falsas para reflexionar sobre la necesidad de hacer un mejor uso de la información y papel activo en beneficio el entorno inmediato (amigos, familia, escuela).                                    |
|   | Comunicación y construcción de comunidad | Diseña y experimenta nuevos procesos de aprendizaje, enseñanza e interacción social a partir de la creación colaborativa y generación de conocimiento colectivo que permite el servicio de Facebook | Identificar un problema de su entorno que le afecta directamente, y buscar soluciones colaborativas y en lógica de red, estimulando el aprendizaje y el trabajo entre pares y en comunidad para estimular el desarrollo de habilidades de articulación, vínculo y enacción. |

giales. Para ello asumimos como marco heurístico la propuesta de Galindo (2002) donde analiza desarrollo socio histórico de la humanidad a partir de cuatro paradigmas, los cuales están anclados en los conceptos de información y de comunicación como configuradores de lo social. El primero lo llama Comunidad de Información (COIN), que refiere a las formas de

---

sociedades antiguas, estructuradas socialmente sólo desde un sistema de información, y éste modelaba todo el orden social como núcleo que organizaba y sintetizaba una cosmovisión de la vida. La vida social se soportaba bajo la figura de homogeneidad, tanto prácticas como individuos. En segundo orden está la Sociedad de Información (SOIN), referida a las sociedades antiguas. La diferencia con la anterior radica en que la figura de homogeneidad de prácticas y sujetos se contraponen con la de diversidad; en esta hay variaciones en cuanto a la cosmovisión de vida social, sin embargo, el espacio social mantiene la rigidez y la homogeneidad en sociedades de mayor tamaño. Se caracteriza por la complejidad del tejido social y tienen un sistema de información único que prescribe el modelo social. La Sociedad de Comunicación (SOCO), tercera unidad analítica, parte de la noción de polis de las sociedades griegas, pero desarrollada con fuerza en el siglo XIX y un sistema-mundo. En este modelo emergen los sistemas de información que promueven la diversidad de prácticas y sujetos, la idea de democracia aparece como el gran sistema social. La interacción y comunicación soportan los sistemas de comunicación que son cultivados. La figura de comunicación es fuerte, ideal. La última propuesta la Comunidad de Comunicación (COCO). Esta recurre a las nociones de comunidad y de comunicación. Los sistemas de información entran en expansión ante la diversidad de prácticas. La interacción de muchos con muchos bajo el esquema de redes es potente y promueve modelos de orden social donde la diferencia y la diversidad soportan la vida colectiva.

La COCO es un tipo de sociedad que corresponde con la sociedad digital, en principio lo diferente y lo diverso entran relación en tiempos y espacios diferentes. La sociedad virtual hace posibles formas de vida social cercanas a la COCO. La Web 2.0 abre la gran posibilidad de hacer este tipo de sociedad posible. Aquí los sistemas de información son diversos, numerosos y activos, el punto es estimular en la nueva vida digital la articulación y la colaboración como elementos básicos de socialidad, y a la comunicación como cosmovisión de un modelo de orden completamente diferente que promueva comunidades de sentido altamente comprometidas con la transformación y cambio por acuerdo de los actores mismos. La Alfabetización Digital se desarrolla en el escenario tecnológico que pone en relación con muchos con muchos (Scolari, 2018). Aquí es necesario desarrollar todas las competencias de la alfabetización (primer y segundo eje de esta propuesta), fundamentalmente las posibilidades de desarrollo de Comunidad de Comunicación en los escenarios sociodigitales, siendo este el tercer eje de este modelo, que se soporta también en el planteamiento de Piscitelli et al (2010) con el proyecto Facebook.

### **3. Discusión y conclusiones**

La comunicación y construcción de comunidad es un cambio de paradigma en el nuevo orden sociodigital. Hay una idea muy generalizada de que en estos nuevos escenarios están emergiendo nuevas comunidades, y las nociones de «comunidades digitales», «comunidades virtuales» se han expandido. Pero habrá que precisar cómo los grupos se han redefinido en su sentido más profundo por su lugar origen, lo que ha complejizado su «sentido de comunidad». El mundo «offline» y el mundo «online» conviven y participan ampliando más las

---

comunidades. Las redes comunitarias se pueden comprender por su escala, por su sentido de comunidad y por su tipo de surgimiento (offline y online); pero también por su lugar de origen y su trascendencia (offline a online, online a online y online a offline). Esto obliga a reconsiderar los enfoques metodológicos con los que se busca comprender la «interfaz entre comunidad y nuevos medios» (Jankowski, 2006), sobre todo si partimos desde la comunicación para conocer el enfoque de red, el espesor y flexibilidad de las interacciones, el grado de articulación y heterogeneidad, así como la intensidad de los vínculos que median entre los individuos y sus grupos. Estimular estas constituciones colectivas es un reto, sobre todo en comunidades de jóvenes. Se trata de lograr una importante masa crítica y empoderada en el uso de medios digitales en el sentido de inteligencias colectivas (Levy, 2004).

El desafío y la apuesta de la AD+CC es trascender la alfabetización mediática y la alfabetización informativa, lo cual considera que esta acción de intervención empodera a los sujetos sociales y construye ciudadanía en el nuevo orden social digital, asumiendo derechos y responsabilidades en acciones individuales y colectivas (Buckingham, 2003; 2008). Esto es, se podría decir que la alfabetización digital representa la posibilidad de que las personas desarrollen capacidades no solo para adquirir o utilizar la información, sino también desarrollar competencias y habilidades necesarias para organizar, comprender y evaluar información a través de la utilización de tecnología digital. Ello implica un conocimiento sobre el funcionamiento este tipo de tecnología, así como comprender de manera crítica de qué modo se les puede utilizar para evitar un doble riesgo: reducir la educación mediática al desarrollo de la competencia digital y reducir la competencia digital a su dimensión más tecnológica e instrumental: centrarse en los conocimientos técnicos, en los procedimientos de uso y manejo de dispositivos y programas, y olvidar las actitudes y los valores que se deben practicar en este otro espacio social. Estos abordajes y reflexiones nos dan claros ejemplos de que la alfabetización mediática a través de los aprendizajes formales tiene buenos resultados. Pero no debemos dejar de considerar que la mayoría de los programas de alfabetización mediática se centran, de manera muy limitada en el conocimiento de los medios y nuevos medios, habilidades de uso, ciertos criterios de uso, en lugar de una intervención integral, como lo es el conocimiento y comprensión en sus implicaciones socioculturales, éticas, axiológicas que resulten en usos colaborativos y desarrollo de competencias para comunidades de comunicación (Aguaded et al., 2019).

## Referencias

- Aguaded, I., Vizcaíno-Verdú, A., & Sandoval-Romero, Y. (2019). *Competencia mediática y digital: Del acceso al empoderamiento*. Grupo Comunicar Ediciones.
- Benassini, C. (2014). De audiencias a prosumidores. Acercamiento conceptual. *Revista Luciérnaga*, 6(12), 16-29.
- Bianchi, M.P., & Sandoval, L.R. (2014). *Habitar la red. Comunicación, cultura y educación en entornos tecnológicos enriquecidos*. Editorial Universitaria de la Patagonia-EDUPA.
- Buckingham, D. (2003). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Polity Press.
- Buckingham, D. (2008). *Más allá de la tecnología. Aprendizaje infantil en la era de la cultura digital*. Manantial.
- Cobo, R., & Moravec, J.W. (2011). *Aprendizaje Invisible. Hacia una nueva ecología de la educación*. Colección Transmedia XXI. Edicions de la Universitat de Barcelona.

- 
- Galindo, J. (2002). De la sociedad de información a la comunidad de comunicación. *Razón y Palabra*, 39. <https://bit.ly/3U5oOqq>
- Islas, O. (2015). La ecología de los medios: Metadisciplina compleja y sistémica. *Palabra Clave*, 18(4). 1057-1083. <https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.4.5>
- Jankowski, H. (2006). Creating community with media: History, theories and scientific investigations. In S. Livingstone, A.L. Leah (Eds.), *A handbook of new media. Social shaping and social consequences of ICTs*. Sage.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- León, G. (2021). Comunicación y comunidad en la web 2.0. Apuntes de un modelo de alfabetización mediática y digital nivel 3.0. *Alter, Enfoques Críticos*, 12(24). UCEM.
- Levy, P. (2004). *Inteligencia colectiva: Por una antropología del ciberespacio*. Organización Panamericana de la Salud.
- Livingstone, S. (2005). *UK Children Go Online*. Economic and Social Research Council. <https://bit.ly/3BcoA8j>
- Orozco, G. (2010). *Niños, maestros y pantallas. Observatorio de televisión en la escuela. Guía didáctica para el alumno*. COECyTJAL-UdeG-Obitel.
- Orozco, G. (2010). *Niños, maestros y pantallas. Observatorio de televisión en la escuela. Guía didáctica para el maestro*. COECyTJAL-UdeG-Obitel.
- Piscitelli, A., Adaime, I., & Binder, I. (2010). *El Proyecto Facebook y la posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos*. Ariel y Fundación Telefónica.
- Scolari, C.A. (2018). *Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula*. Universitat Pompeu Fabra.
- Scolari, C.A. (2015). *Ecología de los medios entornos, evoluciones e interpretaciones*. Gedisa.
- Scolari, C.A. (2022). *Investigación de los medios y la comunicación: se abre la era pospandémica. Hipermediaciones*. <https://bit.ly/3UexCdY>
- Strate, L. (2017). *Media ecology: An approach to understanding the human condition*. Peter Lang Publishing.
- The Prague Declaration (Ed.) (2003). *Towards an information literate society*. <https://bit.ly/3RY1TM8>
- UNESCO (Ed.) (1984). *Educación para los medios*. <https://bit.ly/3U3ylhR>
- UNESCO (Ed.) (2012). *Programa de formación en alfabetización mediática e informacional destinado a los docentes*.

# 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](mailto:info@grupocomunicar.com)  
Director: [director@grupocomunicar.com](mailto:director@grupocomunicar.com)  
[www.grupocomunicar.com](http://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