



## VII. Nuevas tendencias: Fake news, datificación...

### La investigación aplicada en el magíster en comunicación y educación UC-Chile

Applied research in the master's degree in communication and education UC-Chile

Myrna Gálvez-Johnson

Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile

myrnagj@uc.cl

### Resumen

Esta ponencia avanza en una sistematización en curso de los proyectos de investigación aplicada llevados a cabo en el Magíster en Comunicación Social con mención en Comunicación y Educación de la Pontificia Universidad Católica de Chile. A partir de la respuesta a la pregunta sobre. ¿Qué nuevas aproximaciones metodológicas y temáticas de investigación/acción han surgido en los últimos años? se describen los cambios recientes aplicados en este programa de postgrado implementado desde el año 2001 y que busca contribuir a la reflexión y proyección del campo de la Comunicación y Educación en Chile y en América Latina.

### Abstract

This paper presents an ongoing systematization of the applied research projects carried out in the Master's Degree in Social Communication with a major in Communication and Education at the Pontifical Catholic University of Chile. From the answer to the question. What new methodological approaches and research/action themes have emerged in recent years? We describe the recent changes applied in this graduate program, implemented since 2001, which seeks to contribute to the reflection and projection of the field of Communication and Education in Chile and Latin America.

### Palabras clave / Keywords

Magíster; educomunicación; educación en medios; proyectos; cambio social; políticas públicas.  
Master's degree; educommunication; media education; projects; social change; public policies.

---

## 1. Introducción

El magíster en comunicación y educación de la UC se articula conceptualmente desde el marco interdisciplinario y flexible del llamado campo de Comunicación-Educación. Un área que constantemente se ve obligada a revisar sus bases e integrar nuevas miradas desde su origen, pues se comenzó a impartir desde el año 2001.

Ya en el 2001, la primera directora del programa, Mar de Fontcuberta, señala al final de su texto sobre la necesaria relación entre comunicación y educación señala: «Pero para cumplir con estos objetivos es fundamental articular de forma coherente las distintas perspectivas disciplinarias que confluyen en el espacio de comunicación y educación. Son necesarias propuestas que involucren a comunicadores y educadores en los distintos niveles de la enseñanza; que abran ámbitos de investigación conjunta en la universidad y que diseñen un espacio de reflexión crítica y acción común» (Fontcuberta, 2001). Efectivamente, el programa a lo largo de los años integra y articula el cambio social, la vocación interdisciplinaria y una mirada amplia del rol de los medios de comunicación y de las tecnologías.

En este sentido, el programa: a) se centra en los actores y los articula para intervenir en la sociedad; b) se orienta a solucionar problemas sociales desde una perspectiva comunicacional; (c) tiene una mirada comunicacional interdisciplinaria, lo cual se refleja también en la composición de los estudiantes; (d) considera a la educación como un proceso de cambio individual y social mucho más allá de la educación formal; e) Incorpora el uso de medios de comunicación y tecnologías para mejorar el bienestar de las personas.

Actualmente el perfil de egreso del estudiante se define como «un profesional con las competencias necesarias para desarrollar soluciones mediales a problemas educativos, capaz de diagnosticar, diseñar y evaluar soluciones mediales/comunicacionales a problemas educativos en distintos contextos (escuela, capacitación, educación continua, campañas de servicio público, y otras acciones educativas)» (PUC Chile-Resolución VRA N°47/2017: 7).

Sin duda, los 2 últimos años han sido tiempos de transformaciones. La pandemia alteró rutinas familiares, laborales, educativas, comunicativas, políticas, entre otras. Pero, en Chile, además, el estallido social, la llegada de un nuevo gobierno y el proceso constituyente han marcado estos tiempos de incertidumbre y esperanza. En el año 2020, rediseñado, con nuevos estudiantes y en modalidad remota, el Magíster asume nuevos desafíos y cuestionamientos: ¿Qué nuevas aproximaciones metodológicas y temáticas de investigación/acción han surgido en los últimos años?

## 2. Aproximaciones metodológicas

Los proyectos de grado del Magíster han sido el vehículo seleccionado y privilegiado para conocer diferentes realidades e identificar esas necesidades de comunicación-educación. Se caracterizan por ser proyectos de diagnóstico de necesidades de comunicación educación reales, adscritas a mandantes, a la determinación de necesidades de comunicación-educación y propuestas de soluciones desarrolladas en equipo y a la vez con planes de acción individual complementarios. Todo el plan de estudios está preparando a los estudiantes para

---

el desarrollo de proyectos. Se caracterizan por ser proyectos de diagnóstico de necesidades de comunicación educación reales, adscritas a mandantes, a la determinación de necesidades de Comunicación-Educación y propuestas de soluciones desarrolladas en equipo y a la vez con planes de acción individual complementarios

Las propuestas son estrategias y soluciones educomunicacionales, para así, contribuir a la solución de los grandes y complejos problemas sociales, culturales, económicos y políticos vinculados al progreso de nuestros países, como son los relativos a la desigualdades sociales, educativas, medio ambientales, de la salud, del emprendimiento, la innovación, ciencia y tecnología, participación, descontento social y la urgente necesidad del dialogo social e intercultural. En fin, de todo aquel problema de alta complejidad en la que podamos contribuir a su solución desde este campo.

El curso de Diseño de proyectos prepara a los estudiantes a involucrar un componente estratégico, para que su aporte sea significativo durante todo el proceso de formulación.

La metodología utilizada en este curso propone, antes de dar inicio al diseño de los proyectos, definir las brechas existentes entre el interés de cada involucrado respecto del proyecto, y lo que, al momento de la indagación, cada grupo percibe que sucede en la realidad. De hecho, el curso de Metodología Aplicada enseña s a realizar diagnósticos sociales aplicados y a levantar necesidades de comunicación-educación desde la investigación aplicada.

Por su parte, cursos como Medios Aplicados a la educación y el Taller de Convergencia, incorporan en los diagnósticas instrumentos y herramientas de otras disciplinas, como pueden ser las etnografías rápidas, las metodologías ágiles o el Desing Thinking con la empatía como primer paso con finalidad de dar respuestas actuales a las necesidades de los usuarios. En este sentido, también se ha incorporado la experiencia de los modelos de diseño centrados en el usuario, desde la identificación de observación en terreno o la identificación del viaje de los usuarios. Esto permite iteraciones cortas y de alta periodicidad.

Los diagnósticos y las estrategias son diseñadas en contextos específicos y con actores concretos, pero se piensa a nivel personal, grupal, organizacional y a nivel de políticas públicas. Desde la última actualización del programa, los proyectos finales se presentan a nivel de diseño conceptual, lo que llamamos la «arquitectura del proyecto» diagnóstico y definición del problema, definición de la estrategia de intervención, sus públicos involucrados, planes de acción específicos, indicadores, recursos y plazos necesarios.

### **3. Enfoques y fundamentos de la comunicación-educación**

Uno de los enfoques originarios de la comunicación-educación es el «educomunicativo», vertiente latinoamericana que se enmarca en la tradición dialógica y crítica, inspirada, principalmente por los trabajos de Freire (2005) y Kaplún (2002). La Educomunicación se fundamenta en concepciones sociales, educativas, comunicativas, mediáticas, políticas y tecnológicas. Como señalaba Jorge Huergo (2013), desde esta mirada, no se puede pensar o actuar en este campo sin considerar que se inserta en una red de poder. La comunicación (producción de sentidos) y la educación (formación de personas) se insertan en la cultura. Es en la cultura, entendida en un sentido amplio, donde interactúan diversas visiones que

---

buscan legitimarse e influir en el entramado social. La participación no es ingenua. En los últimos años, dentro del programa de Magíster esta mirada se ha articulado, con el «Paradigma digital participativo» y la Mirada de «Ecología de los medios» propuesta por Scolari (2008) que se hacen cargo de los cambios producidos en el mundo de las comunicaciones. Un contexto donde el desarrollo tecnológico no para con las redes sociales, con la realidad virtual, la inteligencia artificial, el big data y aparecen nuevas brechas, formas de control y de vigilancia. Las miradas teóricas de la comunicación apuntan a pensar en ecosistemas mediáticos donde los medios y las tecnologías juegan un rol central en las vidas de las personas.

Un segundo enfoque de la Comunicación-Educación es la «Educación en Medios». El programa desde sus inicios integra esta mirada entendiendo que el uso diario de los medios y las tecnologías por parte de las personas no garantiza que se adquieran competencias para su apropiación, por lo que es imprescindible una formación en estos temas.

Sin duda, esta mirada también ha ido evolucionando con el tiempo y hoy los desafíos son enormes a nivel ciudadano. Las personas debemos comprender la cultura mediática en la que vivimos y poder participar en ella. Desde esta mirada se cruzan factores emocionales, relacionales y políticos. Concretamente, el programa de magíster ha desarrollado proyectos relacionados a pensar estrategias de alfabetización en materia de medios de comunicación e información para ser trabajadas a nivel nacional.

Finalmente, otro de los enfoques de la Comunicación-Educación incluidos dentro del programa es el diseño de aprendizajes aprovechando las tecnologías. Entonces, se puede decir que el programa ha articulado diferentes enfoques con la finalidad de poder dar un marco conceptual al programa y a los proyectos de grado.

#### **4. Líneas de investigación post pandemia**

De acuerdo a lo anterior, uno de los ámbitos interesantes a resolver, desde el ámbito de la Comunicación-Educación, sigue siendo el relacionado a las políticas públicas. La falta de información, educación y motivación para una implementación exitosa de cada proyecto es un problema. Entendemos que el logro será posible, si definimos con claridad el territorio de acción de la comunicación-educación, que es la persona que integra los diferentes grupos de involucrados de cada política. Desde esta mirada son los cambios individuales los que ayudaran a las grandes transformaciones.

En esta línea, los ámbitos donde es posible participar son: Educación, Ciencia y Tecnología, Medio ambiente, Salud, Bienestar, Deporte y recreación, Alfabetización digital, Drogas y alcohol, Participación social, Apertura al diálogo, promoción cultural, entre otros. En Chile aún hay un atraso en la implementación de políticas públicas y estrategias nacionales en temas de Alfabetización Mediática y Digital (Condeza et al., 2020). Por ello, concretamente, se desarrolló la estrategia «Ciudadanía Activa» que consiste en 5 iniciativas para abordar la ciudadanía digital en espacios escolares (2021) y también «Academia AMI»: 5 acciones para implementar una estrategia integral de Alfabetización mediática e informacional para niños y niñas en formación escolar orientada al Centro de Innovación del Ministerio de Educación

---

del país (2021). Por su parte, desde la Facultad hay un interés creciente en el compromiso público en temas como la ciencia y medio ambiente. Por ejemplo, una de las Estrategias fue: Educomunicación y participación ciudadana en ciencias: 5 acciones para avanzar hacia un modelo dialógico de comunicación de la ciencia desde los centros de investigación universitarios (2021) otra «Edusustentables»: Programa para el fortalecimiento de la red de actores del cambio que trabajan en el cuidado de los humedales en la Región de Los Lagos (2022). Con la pandemia también volvieron a surgir problemáticas relacionadas al aprendizaje del proceso lecto-escritor y al acceso a la educación terciaria. En ese sentido, se diseñaron dos proyectos: Desafío Futuro: Intervenciones educomunicativas para fortalecer el acompañamiento de jóvenes de 4 medio con alto IVE para el acceso a la educación terciaria (2021) y «Familectores»: Estrategias orientadas a padres para enriquecer el aprendizaje de la lecto-escritura en niños de primero y segundo básico en la comuna de San Ramón (2021).

## 5. Conclusiones

La comunicación-educación es un campo que plantea desafíos múltiples y heterogéneos a la investigación. El programa de Magíster en Comunicación y Educación UC ha logrado un «sincretismo dinámico» entre las distintas vertientes conceptuales para dar forma a una propuesta basada en diagnósticos y estrategias concretas de intervención en ámbitos que se han ampliado.

Los tradicionales enfoques de la Comunicación-educación han sido flexibles en incorporar los cambios y los nuevos contextos. Pero, además, las aproximaciones metodológicas cualitativas y temáticas que surgen en pandemia van dando luces de nuevos elementos que podrían estar construyendo el andamio de nuevos modelos que se espera puedan contribuir a la reflexión y proyección del campo de la Comunicación y Educación en Chile y en América Latina.

## Referencias

- Condeza, R., Gálvez, M., Herrada, N., & Fernández, F., (2020). Media Education challenges in a digital society: The case of Chile. In D. Frau-Meigs, S. Kotilainen, M. Pathak-Shelat, M. Hoechsmann, & S. Poynts (Eds.), *The handbook of media education research*. Wiley-Blackwell.
- Fontcuberta, M. (2001). Comunicación y educación: Una relación necesaria. *Cuadernos de Información*, 14, 140-147.
- Freire, P. (2005). *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI.
- Huergo, J. (2013). Mapas y viajes por el campo de la comunicación/educación. *Revista Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura*, 75, 19-30.
- Kaplún, M. (2002). La comunicación educativa. In *Una pedagogía de la comunicación (el comunicador popular)* (pp. 15-19). Editorial Caminos.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.
- Kaplún, M. (2002). La comunicación educativa. In *Una pedagogía de la comunicación (el comunicador popular)* (pp. 15-19). Editorial Caminos.

# 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