

Establecer la importancia y elementos de la alfabetización mediática informacional en educación escolar con el uso de la radio

Yury Esperanza Rocha Pitta

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD
Escuela Ciencias Sociales y Humanidades - ECSAH
Comunicación Social

Doc. Camila Castellanos Argüello
noviembre de 2022

Dedicatoria

El resultado de este trabajo es dedicado a Dios, sin él no hubiese tenido las fuerzas para continuar el documento, el cual fue una tarea compleja y dispendiosa, en donde permanecía largas horas sentada, sin embargo, me mantuve con empeño y pasión en la elaboración de esta monografía. Mi maestro mentor en el proceso fue Dios, pues en la gestión de opción de grado tuve obstáculos; estuve rodeada de personas capacitadas, de las cuales esperé que me ayudarán con una asesoría, pero no fue así, y gracias a la no asistencia de externos a la universidad, pude comprender que puedo por mis propios méritos lograr las cosas de la mano de Dios.

Agradezco a las tutoras asignadas por la UNAD, María Del Pilar Cortes y Camila Castellanos, sus aportes fueron valerosos. Resalto el trabajo de la tutora Camila Castellanos por su dedicación y método de enseñanza.

Resumen

La sociedad actual carece de competencias y habilidades para consumir el masivo contenido de los medios, por esto una educación mediática es oportuna. En donde el primer sujeto alfabetizado en lo mediático debe ser el docente, ya que son pocos los agentes educativos capacitados en la temática. La presente monografía destaca la importancia, el concepto y los elementos de la alfabetización mediática en la educación escolar con uso de la radio, y propone recomendaciones para aplicar esta materia en los colegios. Se realiza una revisión bibliográfica y teórica seguida del análisis de la información a través de cuadros comparativos, los cuales permiten identificar los elementos de la alfabetización mediática, y diseñar un instrumento de alfabetización para la educación primaria y secundaria, además se identifican las problemáticas y retos de la educación escolar. La educación mediática es una educación integral que agrupa contextos sociales, culturales, políticos, tecnológicos, psicológicos, emocionales, educación en valores, competencias TICs, comprensión crítica y comunicativa, en donde la radio es útil para alfabetizar, porque concede un mayor alcance y es un recurso económico.

Palabras claves: alfabetización mediática, alfabetización mediática informacional, competencias mediáticas, radio educativa, educación escolar.

Abstract

Today's society lacks the skills and abilities to consume massive media content, which is why media education is timely. Where the first media literate subject should be the teacher, since there are few educational agents trained in the subject. This monograph highlights the importance, the concept and the elements of media literacy in school education with the use of radio, and proposes recommendations to apply this subject in schools. A bibliographical and theoretical review is carried out followed by the analysis of the information through comparative tables, which allow identifying the elements of media literacy, and designing a literacy instrument for primary and secondary education, in addition to identifying the problems and challenges of school education. Media education is a comprehensive education that brings together social, cultural, political, technological, psychological, emotional contexts, education in values, ICT skills, critical and communicative understanding, where the radio is useful for literacy, because it grants a greater reach and is an economic resource.

Keywords: *media literacy, media information literacy, media skills, educational radio, school education.*

Tabla de contenido

Introducción.....	9
Justificación.....	11
Definición del problema.....	12
Objetivo General.....	16
Objetivos específicos.....	16
Marco referencial.....	17
Antecedentes.....	17
Comunicación y educación.....	24
Educación mediática.....	24
Tabla: 1 El docente Prosumidor.....	28
La educación mediática escolar.....	30
Competencias mediáticas.....	36
Alfabetización mediática.....	38
Evaluación del nivel mediático de docentes.....	44
Tabla 2: Propuesta de dimensiones, criterios e indicadores de Galván.....	45
Tabla 3: Cuadro de preguntas de Galván (2021) para evaluar el conocimiento de cada dimensión versus modificación sugerida.....	46
Alfabetización mediática e informacional.....	52

Imagen 1: Alfabetización Informativa vs Mediática.....	56
Radio Educativa.....	58
Experiencias de radio escolar de alfabetización mediática con uso de la radio.....	61
Tabla 4: Descripción colegio Bahía Mansa de Chile.....	61
Tabla 5: Descripción de dos colegios Misión San Juan, y Quilacahuin de Chile.....	62
Tabla 6: Competencias mediáticas de los colegios Bahía Mansa, Misión San Juan, y Quilacahuin de Chile.....	63
Tabla 7: Descripción colegio las Lomas de España.....	65
Tabla 8: Competencias mediáticas colegio las Lomas de España.....	66
Marco conceptual.....	68
Competencia.....	68
Comunicación intercultural:.....	68
Cyberbullying o ciberacoso.....	68
Desinformación.....	68
Grooming.....	68
Inmigrante digital.....	69
Infoxicación.....	69
Nativo digital.....	69
Noticias falsas.....	69
Pensamiento crítico.....	69

Posverdad	70
Sexting.....	70
Tecnologías emergentes	70
TICs.....	70
Análisis de los datos	71
Tabla: 9 Alfabetización Mediática	71
Tabla: 10 Alfabetización mediática informacional	82
Tabla: 11 La sociedad	86
Tabla: 12 Información mediática	88
Tabla: 13 Fenómenos de la información	90
Tabla: 14 Medios de comunicación	92
Tabla: 15 Educación escolar	95
Tabla: 16 El docente mediático.....	99
Compilación de las competencias de la Alfabetización Mediática Informacional	101
Análisis de experiencias de radio escolar enfocadas en alfabetización mediática	104
Análisis colegios rurales Bahía Mansa, Misión San Juan, y Quilacahuin de Chile.....	104
Competencias carentes en los colegios rurales Bahía Mansa, Misión San Juan, y Quilacahuin de Chile.....	107
Análisis colegio las Lomas de España	108
Competencias carentes en colegio las Lomas de España.....	110

Comparación entre experiencias escolares de alfabetización mediática con uso de la radio.	112
Colegios rurales Bahía Mansa, Misión San Juan, y Quilacahuin de Chile y colegio	112
Las Lomas de España.....	112
Metodología.....	114
Tipo de investigación exploratoria.....	114
Fases de investigación.....	114
Resultados.....	117
Tabla 17: Instrumento para alfabetizar en temática mediática.....	118
Tabla 18: Cuadro de competencias carentes en las experiencias escolares analizadas.....	129
Colegios Bahía Mansa, Misión San Juan, Quilacahuin de Chile y las Lomas de España.....	129
Retos y recomendaciones	133
Recomendaciones para futuras investigaciones	137
Conclusiones.....	138
Referencias Bibliográficas.....	141

Introducción

La presente monografía expone el concepto y la importancia de la alfabetización mediática en la educación escolar con uso de la radio. Se destaca las problemáticas sociales, de la información, medios de comunicación, docentes y colegios; donde resulta pertinente una educación mediática a fin de tratar las dificultades sociales al usar el internet, como los fenómenos de la información, comportamientos patológicos, carencia de la sociedad para desarrollar el conocimiento y enfrentar la masiva información de los medios, manipulación en las decisiones personales de ciudadanos o jóvenes, daño en la imagen de una persona o empresa, varias formas de acoso en la red, discurso de odio y radicalización. Por esta razón, es importante integrar en los currículos escolares la comunicación y educación para y por los medios, a través de una alfabetización mediática que mejore la calidad de vida de la sociedad, con el desarrollo de competencias y habilidades que formen ciudadanos activos, conscientes, críticos, sociales, idóneos y creativos con responsabilidad para enfrentar el entorno mediático.

El estudio se desarrolló con una base documental y teórica que da cuenta a través de diferentes autores los siguientes aspectos: elementos de la alfabetización mediática, la manera de evaluarla, el perfil de un docente mediático y la utilidad de la radio como herramienta de alfabetización. Además, se destaca las organizaciones que apoyan este concepto como la Unesco y Unión europea.

Inicialmente se puede encontrar antecedentes de la información mediática, educación y comunicación, educación mediática escolar, competencias mediáticas, alfabetización mediática, alfabetización mediática informacional (AMI), la radio educativa como medio práctico, económico y motivador para el desarrollo de estrategias mediáticas, y el análisis de experiencias

de radio escolar, que permitieron centrar la monografía dentro de un ambiente pertinente y delimitado.

Esta monografía busca concienciar a los docentes, y entidades educativas y pone en contexto al lector con respecto a las competencias que agrupa este tema.

Los educadores, y entidades educativas, encontrarán en esta monografía recomendaciones y retos para aplicar en sus entornos educativos. Los resultados obtenidos, incentivarán a los docentes a especializarse en esta temática.

En los resultados se presenta la elaboración de un instrumento propio de alfabetización mediática, el cual reúne tres categorías mediáticas con sus respectivas competencias. Una herramienta que puede ayudar a guiar la educación en esta temática en los entornos educativos de primaria y secundaria.

Justificación

Con la evolución de las TICs a la sociedad le resulta fácil acceder a la información, y enfrenta material enorme de contenido, para lo cual no está preparado con las competencias necesarias que le permitan procesar y adquirir el conocimiento de la información, donde esta última no radica por la cantidad, sino por el uso de la razón.

Los sujetos mediáticos no cuentan con un carácter prosumidor, pues solo consumen contenido, sin realizar un proceso de análisis de la información coherente; en consecuencia, comparten las noticias desde una postura subjetiva, dando entrada y fuerza a los fenómenos de la información como noticias falsas, pos verdad y desinformación. Además, los medios de comunicación influyen en las decisiones personales de los ciudadanos, y la tecnología junto al internet favorece el desarrollo de problemas como ciberacoso, ciberbullying, y comportamientos patológicos, donde los más propensos son los niños y adolescentes.

Las generaciones de inmigrantes digitales y nativos digitales caen en la corriente de mensajes mediáticos desinformados, haciendo viral contenido falso que en varias ocasiones toman fuerza gracias a las necesidades de las personas o situaciones del momento a nivel social, un ejemplo preciso: son los mensajes falsos por Whatsapp, en el cual se envía links de inscripción para acceder a mercados o ir a un lugar determinado, y los sujetos se mueven por emociones, donde las carencias del instante les impiden cuestionar y analizar dicha información.

Por lo anterior, es urgente implementar la educación mediática escolar para ayudar a crear sujetos competentes en el entorno mediático. Sin embargo, pese a que organizaciones como la Unesco y Unión europea apoyan esta temática, hoy en día no se cuenta como una prioridad dentro de la educación escolar, y los colegios que la integran cuentan con un nivel mínimo en educación mediática.

Definición del problema

La sociedad actual se encuentra expuesta a varios aspectos en el entorno mediático, primero: es invadida por cantidad de información de los medios la cual no sabe procesar, corre el riesgo de contraer comportamientos patológicos como ciberacoso, ciberbullying, entre otros dados por la tecnología y red, es propensa a ser manipulada por los medios de comunicación en sus decisiones personales, y apoya los fenómenos de la información al compartir noticias o contenido desde un carácter subjetivo, además, los medios están enfocados en ganar audiencia, tener muchos likes y comentarios, olvidando la educación, los valores y el sentido del servicio de los medios. No obstante, con el crecimiento de las redes sociales, plataformas y acceso al internet, todos pueden ser generadores de contenido en lo mediático. En un mundo de fantasías donde las personas escapan de sus realidades, se desahogan con discursos de odio y consumen contenido a partir de las emociones. Todo esto es consecuencia de carencia en competencias y habilidades para consumir el masivo contenido de medios, por ello una educación mediática es oportuna, primero en los docentes y por consiguiente en los estudiantes.

El fenómeno de la desinformación y de las fake news ha despertado el interés de la academia para diagnosticar y analizar las causas, consecuencias y posibles soluciones (Valero y Oliveira, 2018). No obstante, dicha investigación apunta a que solo el 32% de los textos seleccionados propone soluciones al problema de la desinformación, entre las que figuran la alfabetización, el periodismo de verificación, la inteligencia artificial mediante la aplicación de algoritmos y el abordaje de la neutralidad de la red mediante el bloqueo de sitios webs (Pérez, 2019, p. 67).

Como lo indica Pérez (2019) en cuanto a propuestas de soluciones ante los fenómenos en la información, es más factible empezar por una alfabetización mediática, la cual es integral

porque agrupa una serie de competencias que ayudan a formar ciudadanos conscientes, críticos y sociales.

En la formación para docentes encontramos un déficit pues la mayor parte afirma no haber realizado nada en relación a la alfabetización mediática y quienes sí lo han hecho ha sido por cuenta propia. Lo que pone en evidencia la necesidad de formar a educadores, o docentes competentes en comunicación dentro del ámbito de la educación reglada (Contreras, 2020, p.71).

Por esta razón, el presente documento se enfoca en compilar los elementos de la alfabetización mediática, establece su importancia y analiza experiencias escolares con radio en esta temática, para hallar aciertos y desaciertos, y de esta manera, proponer recomendaciones con el fin de ayudar a mejorar o aplicar la educación mediática en las instituciones de educación básica -primaria y concienciar a los agentes educativos de su práctica.

Las entidades educativas no han enfocado sus currículos educativos de acuerdo con la nueva era mediática, y son pocos los documentos registrados de experiencias de radio escolar, enfocados en alfabetización mediática que permitan ser objeto de análisis.

Aunque la alfabetización mediática es apoyada por numerosos organismos y es parte de la agenda de organizaciones internacionales como la Unesco y la Unión Europea (Parola y Ranieri, 2013), hay pocos documentos que versen sobre los efectos de dicha alfabetización (Bahramian y Amidi, 2018), así como escasas investigaciones sobre alfabetización mediática en el ámbito escolar (Aguaded; Marín-Gutiérrez; Díaz Pareja, 2015). (Núñez et al; 2022, p.180).

Los colegios están enfocados en las TICs, y aunque estas forman parte de una dimensión de la alfabetización mediática, es importante tener presente que no solo con uso de tecnología se está capacitado, el enfoque es saber usar la información de los medios para lograr beneficios y

uso positivo de estos. Se trata de ir más allá de manejar computadoras, acceso a la red, por esto una alfabetización mediática es pertinente en nuestros días.

Hoy en día los jóvenes y niños portan el celular en sus actividades diarias y en el colegio, pero los docentes consideran que esta tecnología distrae a los estudiantes en el contexto del aula, sin embargo, la solución no está en la prohibición, al contrario, se trata de educar sobre el problema en sí mismo, es decir, usar el celular en el aula como recurso útil en el proceso de aprendizaje, de esta manera se entraría a implementar la comunicación educativa con los medios. El usar el dispositivo dentro del aula ayudará a educar a los estudiantes en cuanto a los riesgos de la tecnología y su uso correcto. Aprovechar la motivación del celular para desarrollar estrategias de alfabetización mediática resultaría satisfactorio.

Ahora bien, en Colombia el derecho a la alfabetización mediática informacional viene aprobado desde el Senado con la siguiente ley según Muñoz:

El objeto de proyecto: de la presente ley es establecer las bases para un modelo educativo que utilice como herramientas de transmisión del conocimiento las tecnologías de la información y las comunicaciones, a través de plataformas digitales y el servicio público de Internet, mediante la prestación del derecho fundamental y servicio educativo de manera virtual, con el fin de aumentar la cobertura, reducir costos y aumentar la calidad educativa en todos los ciclos de formación (et al; 2020, p.1-2).

Pese al apoyo desde el Senado, en la búsqueda de experiencias de radio escolar enfocadas en alfabetización mediática para el presente documento, se encontró libros y artículos que registran actividades escolares de Tolima, Bogotá y Cartagena con uso de la radio, sin énfasis en alfabetización mediática, por tal motivo se descartó estos documentos de ciudades de Colombia,

optando por escritos de experiencias escolares en países como Chile y España, los cuales abordan las competencias mediáticas y permiten ser objetos de análisis para la presente temática.

Finalmente, el desarrollo de esta presente monografía busca responder la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son los retos y recomendaciones a tener presente en el momento de aplicar la alfabetización mediática informacional en la educación primaria y secundaria y colegios rurales Bahía Mansa, Misión San Juan, y Quilacahuin de Chile y las Lomas de España con el uso de la radio, a partir de lo que propone la teoría entre los años 2018-2022?

Objetivo General

Establecer la importancia y elementos de la alfabetización mediática informacional en la educación escolar con el uso de la radio entre los años 2018-2022, por medio de la compilación teórica del concepto, problemáticas sociales, de la información, educación escolar, y análisis de experiencias escolares en proyectos de radio orientadas en el desarrollo de competencias mediáticas, con el fin de proponer retos y recomendaciones a los agentes educativos de instituciones de educación primaria –secundaria, los colegios rurales Bahía Mansa, Misión San Juan, Quilacahuin de Chile y Las Lomas de España.

Objetivos específicos

Revisar los elementos necesarios para comprender el entorno de la alfabetización mediática informacional.

Identificar la importancia y cualidades de la radio como medio útil de (AMI).

Categorizar las competencias compiladas, en un esquema que sirve como instrumento para alfabetizar mediáticamente en primaria y secundaria en niños de cinco años en adelante, a fin de que los docentes y colegios lo adapten según necesidades y cuenten con las bases necesarias.

Marco referencial

Antecedentes

Es importante entender que la alfabetización mediática esta interrelacionada con lo informacional y digital, en donde es indispensable saber usar la información de los medios a través del ámbito informacional que busca, selecciona y aplica, para lograr beneficios y aspectos positivos de la tecnología.

Desde finales del siglo XX y principios del siglo XXI la sociedad contemporánea comienza a repensar todos los ámbitos de la interacción humana, debido a la cantidad de información que ha generado Internet. La alfabetización se vincula con el advenimiento de innovadoras formas de comunicación, siendo pertinente desarrollar una alfabetización en tres ámbitos: digital, informacional y mediática (Pérez Escoda, 2017). Esta idea justifica la urgencia que en nuestros días supone estar alfabetizado mediáticamente, lo que también se ha denominado conciencia mediática (Pérez Tornero & Varis, 2012). (Carias, 2021, p.95).

Una educación enfocada en acceso y uso de las herramientas digitales no es suficiente, también es preciso analizar la información de esas mismas herramientas y así adquirir el conocimiento.

Actualmente el ser humano está expuesto a gran cantidad de información, por lo que debería estar preparado para elegir información de calidad, de manera que ésta influya positivamente en su toma de decisiones. Como lo apuntan Wilson, Grizzle, Tuazon, Akyempong y Cheung (2011). (Araya et al; 2021, p.4).

Lo referido por Araya (2021) confirma que debemos ir más allá del conocimiento en tecnología y la red, ya que la internet y los medios traen consigo consecuencias negativas en personas que no están preparadas para afrontarlas, donde la tecnología puede ocasionar

comportamientos patológicos. Esto es importante tratarlo con la ayuda de una educación mediática.

El excesivo volumen de información que circula por el ecosistema digital golpea la fidelización, el reconocimiento, la confianza y la credibilidad del periodismo y los medios de comunicación frente a las nuevas audiencias. Bajo la presión de la inmediatez, se delinea una crisis de representación de la realidad y de las personas que no se sienten simbolizadas ni reconocidas por los medios. Su demanda de participación rompe el esquema funcional unidireccional de la industria mediática a la que se le plantea la urgente necesidad de repensar, reinventar y redefinir las rutinas productivas y los contenidos (Romero-Rodríguez; Tejedor, 2020) para mantenerse en el imaginario colectivo como un referente validador de la información (Barrios y Gutiérrez, 2022, p.2).

De acuerdo con el párrafo anterior se puede inferir que el no propiciar en la educación primaria y secundaria procesos de alfabetización mediática, y desatender este tema desde la educación escolar, es quedar atrás de una educación de calidad integral, que puede preparar no solo en el rol de estudiante, también al ciudadano para enfrentar los cambios de la sociedad.

Además, desatender este tema es darle la espalda a los problemas que hoy emergen en la sociedad mediática, en cuanto a la cantidad de información y carencia de sujetos con capacidades para procesarla entenderla y asumir una postura crítica, donde se favorece la manipulación por parte de los medios de comunicación, y el aumento de los fenómenos de la información.

La difusión masiva de imágenes ha contribuido decisivamente al éxito de las «fake news», al dar una apariencia de infalibilidad a la información. La comunicación se convierte en espectáculo premiando los conceptos simples, los titulares engañosos, todo aquello que atrae la atención (el clickbait) aunque pueda resultar reduccionista. En el ecosistema de la posverdad

prima la forma sobre fondo, las imágenes sobre las ideas, la búsqueda de respuestas simples, que dividen el mundo en blanco o negro, en sí o no, y no admiten matices (Núñez, 2018, p. 207).

Según lo anterior, el término pos verdad refiere a una verdad maquillada, que es disfrazada a través de titulares llamativos con imágenes sensacionales para captar la atención del cibernauta. En redes sociales los medios de comunicación como periódicos digitales y revistas, titulan una noticia de forma vistosa para que sea leída.

Con el crecimiento de las redes sociales, plataformas y acceso al internet, todos pueden ser generadores de contenido, y esto facilita el ecosistema de la posverdad, término referido por Núñez (2018). Un ejemplo preciso: es cuando sujetos usan los medios como YouTube, valiéndose de buenos productos audiovisuales y fotos para sacar falsos rumores acerca de una situación, entidad o persona popular, con la finalidad de tener la atención del cibernauta, donde todo se vale para ganar seguidores.

La posverdad busca reforzar la fuerza apelativa del lenguaje para que, presentando las cosas como hechos, el receptor no pueda formar juicio propio, y acepte la realidad tal y como le ha sido transmitida. Y lo hace apelando al sentimiento, en la esfera de lo instintivo y lo afectivo, cambiantes e influenciados según la dirección de la imaginación (Núñez, 2018, p. 210).

La calidad de la noticia o problema emitido por los medios es afectada cuando se mira desde una sola perspectiva. Los medios tienen el poder para dar a entender a la sociedad de que están siendo bien informados, por esto Núñez (2018) habla de que el receptor no puede dar juicios propios y acepta la realidad.

En cuanto al fenómeno de pos verdad Lotero explica “La saturación informativa, los modelos de comunicación de muchos a muchos desde la perspectiva prosumidor potenciados por

las TICs, y la incidencia de las fake news en los procesos electorales, llevan a que «posverdad» sea la palabra del año” (et al., 2018, p. 297).

El centro significativo de lo anterior, es que el fenómeno de posverdad es manipular la información según intereses políticos, económicos, sociales o personales, para entretener e influir en las decisiones de un grupo determinado.

Nos ocupamos ahora de las “fake news” y las “posverdades” sólo desde la capacidad de gestionar la información, cuando, en realidad, atraviesa otras dimensiones competenciales como la de producción (donde importa desde conocer que existen códigos de regulación de los medios hasta saber cómo se viralizan los mensajes) o la de los procesos de interacción (para comprender por qué creemos relatos dudosos cuando cumplen una función emocional) (Mateus et al; 2019, p.13).

Lo expuesto por Mateus (2019) permite entender las competencias mediáticas como un conjunto integral de aptitudes y habilidades, que ayudan a comprender las causas de las noticias falsas, posverdad y desinformación, a través del conocimiento de cómo se hace o se provoca un contenido viral, lo que implica hacer uso de otras áreas del conocimiento como: las estrategias de marketing digital, publicidad, comportamientos sociales, culturales, política, emociones, valores humanos, uso de tecnologías.

Los medios de comunicación se ocupaban de informar, entretener y educar. Hoy, en un contexto de hiperinformación y conexión permanente, el entretenimiento, la persuasión o la formación de opinión constituyen los pilares básicos del panorama mediático. Hemos pasado de la era de la información a la era de la fascinación (Hogshead, 2010) en la que predomina la estimulación para ganarse la atención del espectador. Todo vale para persuadir y cautivar a los receptores (García et al; 2018, p.15).

De lo expresado por García (2018) en el párrafo anterior, se infiere que el entorno de los medios de comunicación en la era digital y mediática está dado por tres aspectos: uno mantener informada a las personas y para ello debe generar contenido constante, dos estar siempre en conexión a fin de no quedar en el olvido de los cibernautas, y tres mantener la popularidad para que las personas den likes y opiniones. De esta manera los medios de comunicación miden su éxito, lo importante de ellos es generar audiencia y muchos comentarios, y por seguir esas métricas se descuida la educación, los valores y el sentido del servicio de los medios. Si los adolescentes o jóvenes no cuentan con un equilibrio emocional y formación en competencias mediáticas, pueden ser influenciados de manera negativa por estos.

Es momento de concientizar a los educadores para que cambien esas perspectivas con comunicación educativa centrada en educación por/con para o sobre los medios a través de una educación mediática, que ayude a reducir el impacto negativo del entorno mediático en el control de la sociedad. En esa era de la fascinación que nombra García (2018), olvidamos el conocimiento y la capacidad de pensar.

Para autores como Savater (1998) La suposición de que lo racional es estar bien informado es uno de los problemas de nuestra época, en la que se considera que tener acceso a mucha información va a desarrollar la razón. La información es útil precisamente para quien tiene una razón desarrollada. No es lo mismo información que conocimiento. El conocimiento es reflexión sobre la información, es capacidad de discernimiento y de discriminación respecto a la información que se tiene, es capacidad de jerarquizar, de ordenar, de maximizar, la información que se recibe. Es decir, todo es información menos el conocimiento que nos permite aprovechar la información (Sancho et al; 2018, p.5).

Lo anterior permite pensar que el primer actor en tener un cambio de mentalidad es el docente, el cual debe enfocarse en escoger y clasificar la información útil para sus estudiantes, y ayudar al adolescente o joven en saber elegir la información indispensable para su vida, y en el rol de ciudadano mediático fuera de la escuela, para ello el docente debe contar con discernimiento y ser sensible ante las necesidades de los estudiantes.

“Nunca han existido tantas posibilidades de acceso a la información, todas al servicio de reforzar las propias ideas, potenciando el sesgo de la confirmación, en el que se presta atención y credibilidad a la información que alimenta las creencias propias” (Nuñez, 2018, p. 212).

Al compartir la información, los sujetos publican ideas o noticias que aprueban sus convicciones o potencian sesgos, y aquellas que van en contra de sus pensamientos las omiten, porque la idea es parecer que no están equivocados. Un mundo de fantasías en lo mediático, donde las personas escapan de sus realidades, y a su vez desahogan expresiones de odio y crítica; todo esto permite reiterar de la necesidad de competencias mediáticas desde el colegio, que formen ciudadanos objetivos de la mano de formación de valores humanos.

Los fenómenos de posverdad, noticias falsas, no solo se dan por parte de los medios con el objetivo de manipular, también es otorgado por los mismos cibernautas que aprueban las noticias falsas, compartiendo contenido a otros sin analizar con actitud crítica; al contrario, difunden la información desde un contexto subjetivo, en el que está inmerso la personalidad como el ego o el radicalismo (acogerse a una sola idea). Si la información es opuesta al pensamiento personal se omite, y comparten la que refuerza las propias convicciones, es decir, estos fenómenos son dados por varios aspectos: Los medios de comunicación, la necesidad de una inmediatez, la actitud del cibernauta dada por el ego, radicalismo, defensa de convicciones, falta de valores y las emociones personales.

Por lo tanto, se entiende que la educación mediática es integral, pues no solo debe trabajar las competencias técnicas, críticas, comunicativas de uso etc., también tiene el compromiso de tratar el ser, por medio de educación en valores, ética, manejo de emociones, compromiso, responsabilidad, sujetos objetivos; de lo contrario, aunque existan conocimientos técnicos, el impulso de las emociones y los antivalores dará lugar a los fenómenos de la información, y acogerá de forma fácil a los más vulnerables; adolescentes nativos digitales.

Los profesores han tenido que adaptarse en diferentes épocas, y ahora no es la excepción, la generación entre los 35 y 55 años que no crecieron con las TICs son los llamados inmigrantes digitales quienes tuvieron que adaptarse a medida que estas se desarrollaron. En cambio, hoy en día los estudiantes forman parte de la generación digital, llamados nativos digitales, los cuales sí crecieron con la tecnología, conociendo el lenguaje de los ordenadores, las dinámicas virtuales, las redes sociales, video juegos y viven de forma interconectada (Ureña, 2021, p.21)

Los nativos digitales de manera constante necesitan ser educados en varios aspectos, como valores, comprensión de las necesidades sociales de su contexto, debido a la mentalidad distinta y compleja que tienen en comparación a otras generaciones, por eso el docente se enfrenta a nuevos retos cada vez que crecen cambios en la sociedad.

La tecnología vino a transformar la educación y sociedad de la información, de ahí que los actores educativos deben idear y discernir como enseñar a los estudiantes ante el mundo mediático que los invade. Los nativos digitales no por ser más hábiles con el uso de la tecnología, son buenos o competentes para asimilar el mundo mediático, al contrario, están expuestos a la influencia de redes en su comportamiento y cambios de mentalidad, como querer ser influencer y no pretender estudiar, porque los medios les venden la idea de que tener posición en redes los hace famosos y adinerados, con la creación de un pensamiento de que no sirve el

conocimiento. Por esto el docente debe comprender al nativo digital, esforzarse por entrar en su mundo para orientarlo de manera significativa.

Comunicación y educación

En la comunicación y educación escolar, el profesor debe contar con una comunicación asertiva, caracterizada por una enseñanza con relaciones empáticas y cortesía lingüística, que permita la participación de estudiantes en virtud del derecho a la comunicación para todos. También se puede afirmar, que la comunicación y educación es equivalente a emisor y receptor activos, donde el estudiante ante un tema, debate, pregunta y realiza comentarios críticos. Un proceso de comunicación en el que se construye un conocimiento.

La palabra comunicación proviene de la palabra *communis*, que significa común, de tal modo que el comunicarse, es tratar de establecer una comunidad con alguien. A través de símbolos gráficos o verbales se emite un mensaje por medio de un canal hacia un receptor, es un esfuerzo por compartir la información. (Sardiñas, et al., 2020, p.2).

Educación mediática

La educación sobre medios o para los medios, se enfoca en educar para utilizar de manera apropiada la información emitida por los medios de comunicación.

Narváez comenta que “La educación “sobre” medios sería una “(educación para una recepción activa y crítica de los mensajes mediáticos) (p. 16), la cual, agregamos, se puede hacer desde la ética o desde la gramática.” (2019, p.21).

Al aumentar la presencia de los medios en el imaginario y en el día a día de los adolescentes, resulta más trascendente si cabe la educación en medios, es decir, acercar los medios de comunicación a las instituciones educativas para su estudio y análisis crítico. Obviar desde los centros educativos esta cuestión es seguir desligando a las instituciones de enseñanza

de la realidad de los alumnos; crear mundos paralelos que evolucionan a distintas velocidades. Es necesario formar a las nuevas generaciones a desenvolverse en este entorno digital de manera coherente y crítica. (Pablos et al., 2018, p.118).

De lo expresado por los autores anteriores, se infiere que una excelente capacidad de recepción y pensamiento crítico con respecto a la información mediática, debe tener el estudiante de educación primaria y secundaria de la nueva era. Es importante preparar al estudiante para enfrentar los nuevos cambios culturales y sociales en el campo del conocimiento mediático.

La educación mediática favorece la participación activa, concede al estudiante el desarrollo de creatividad, actitud crítica, y creación de contenido de calidad, con la capacidad de entender, y evaluar de manera sensata sus propios contenidos, a partir de la interpretación de la información que consume de los medios. Además, como lo expresa Pablos (2018) es importante en los colegios integrar los medios de comunicación, es decir, una educación por o con los medios. La radio es un medio práctico y apropiado para estos procesos educativos, tema destacado más adelante en el presente documento.

“Se trata de ofrecer una educación que contribuya al uso crítico no solo de los medios de comunicación convencionales, sino también del teléfono móvil y de las videoconsolas antes de que den lugar a comportamientos patológicos” (Pérez. & Iglesias, 2020, p.332).

De los comportamientos patológicos anteriormente mencionados por Pérez & Iglesias (2020), se puede verificar que la conducta más repetitiva es el uso del teléfono móvil, el cual es el principal acceso a internet, ya que permite acercarnos a diferentes ubicaciones geográficas, como también expone a niños y adolescentes, jóvenes o adultos en riesgos o problemas de la red, esto hace que sea pertinente una mediación parental para evitar caer en problemas como: el acoso sexual a niños por parte de una adulto, término conocido como grooming, compartir fotos

y videos íntimos sexuales por medio del celular, sexting, y acoso o persecución por medio de internet o el teléfono móvil, distinguido como cyberbullying o ciberacoso.

Todo agente educativo, profesor, colegio, empresa y administrador de medios de comunicación, tiene el deber y la tarea precisa de implementar la educación mediática, en vista de una sociedad que carece de una perspectiva crítica para acceder a los contenidos mediáticos, es propensa a sufrir acoso en la red y adquirir comportamientos patológicos.

Los medios se ocupan de representaciones y no de realidades; por lo que los significados de los medios no pueden separarse de la forma en que estos se expresan (Masterman, 1996). Este autor defiende la educación en medios ya que implica que los alumnos descubran y analicen dónde se encuentran en ese mundo de representación para poder definir más tarde su relación con el mundo real y poder participar así en su transformación. (López y Espinar, 2022, p.12).

Ante la necesidad de impulsar los medios en la sociedad, es importante progresar en la educación en medios, para que éstos tengan uso positivo, y ayude a los estudiantes a encontrarse con su mundo real a partir de la representación de los medios. La alfabetización mediática debe tomar importancia en el campo de la educación y comunicación, dado que es necesario desde los colegios establecer en el proyecto educativo institucional (PEI) la educación mediática, a través de procesos de alfabetización mediática, con el uso de medios como por ejemplo: La radio, ya que en los colegios la comunicación se limita a comunicación en el aula.

En cuanto a lo mencionado por López y Espinar (2022) de que los medios se preocupan por representaciones y no de realidades, se entiende que esta idea va relacionada con lo referido por Núñez (2018): “ la comunicación convertida en espectáculo premiando los conceptos simples, los titulares engañosos, todo aquello que atrae la del ecosistema de posverdad” (p.207) lo anterior es generado por los medios de comunicación en las redes sociales, cuando

representan noticias o información a través de la difusión masiva de imágenes y títulos llamativos. Dicha representación transforma realidades y no favorece a los adolescentes o jóvenes para pensar desde su contexto, al contrario los aleja de este y los hace pensar en un mundo diferente al que viven, por ello son influenciados de forma negativa por la redes.

Es clara la necesidad de una alfabetización mediática para ayudar a los adolescentes a prepararse como ciudadanos fuera del entorno escolar, definir su mundo real y favorecer la democracia.

La educación mediática, debe incorporar los distintos aspectos de la educación emocional (Ferrés, 2014, p. 20): desde la definición y reconocimiento de cada emoción, hasta las habilidades para gestionarlas, ya que solo conociendo y controlando las propias emociones se puede garantizar el poder sobre uno mismo. (García et al; 2018, p.17).

Según el precedente párrafo, se entiende que la educación mediática gestiona lo emocional, para que el sujeto consumidor y creador de contenido sea ético en la información que emite, y sepa elegir la información de una forma objetiva, ya que como se ha mencionado en los anteriores párrafos, compartir la información desde un modelo emocional y de convicciones propias, es apoyar la información falsa y posverdad, por eso para despejar lo emocional, es necesaria la formación en valores como respeto por la ética de la información, y responsabilidad como sujetos coherentes, amantes del conocimiento integro, que seleccionan y administran la información, es decir, que aprecian el proceso mencionado por Sancho (2018): “El conocimiento es reflexión sobre la información, es capacidad de discernimiento y de discriminación respecto a la información que se tiene, es capacidad de jerarquizar, de ordenar, de maximizar, la información que se recibe”. (et al; p.5).

Esta tarea de formar a la ciudadanía para un consumo y unas prácticas mediáticas más diversas y conscientes tuvo un punto de partida con la Declaración de Grünwald, realizada por Unesco en 1982 (Pérez, 2007), la cual exhorta a los gobiernos a desarrollar la educación en medios, con el fin de que los sujetos sean más críticos de aquellos contenidos que consumen y, a la vez, tengan la capacidad de ser productores y participar en el espacio público constituido por los mensajes mediáticos que circulan. (Valdivia et al; 2018, p7).

De acuerdo con lo expresado por Valdivia (2018) al referir la Declaración de Grünwald realizada por Unesco en 1982, de la necesidad de educación mediática para que los sujetos sean productores de contenido y puedan participar, se puede decir que la participación es menester de la sociedad actual, la cual está inconforme con los medios, ya que estos no los representan por su baja calidad de información, dada por la inmediatez de los medios.

Carias comenta: “es axiomática la presencia de prácticas mediáticas (creación y producción) en “clave de alfabetización” (et al; 2021, p.105).

Ahora bien, se ha habla del término producir contenido, pero este concepto en la nueva sociedad cambia, ahora se refiere a la expresión prosumidor, el cual según García y Contreras: “El término prosumidor, aunque llega ahora con un fuerte impulso, se emplea por primera vez en los años 70 y surge de la unión de los conceptos de productor y consumidor (McLuhan y Nevitt, 1972)”. (2018, p.29).

A continuación se expone a través del siguiente esquema las características del docente prosumidor.

Tabla: 1 El docente Prosumidor

P	Productor de nuevos contenidos a partir de la organización de los recursos necesarios para generar contenido creativo e innovador.
----------	--

R	Revisor de los materiales y contenidos didácticos que utiliza para sus propuestas didácticas, desde una mirada crítica, reflexiva y plural.
O	Observador del proceso de producción y difusión del contenido que transmite y facilita a su alumnado y su impacto, teniendo en cuenta las características, necesidades y preferencias de su audiencia, así como las emociones que en ellos provoca.
S	Seleccionador de contenidos y recursos adaptados a la era tecnológica y a las nuevas formas de aprendizaje asumidas en el currículum actual, enfocadas hacia metodologías activas y participativas.
U	Unificador de criterios de calidad, equidad, inclusión y difusión de los recursos que elabora para el aprendizaje de los contenidos, actitudes y valores establecidos para cada sesión didáctica.
M	Manipulador de herramientas digitales adaptadas a los nuevos medios de comunicación y a las características de los nuevos mensajes y productos mediáticos.
I	Identificador de estereotipos, malas prácticas, abusos y falta de veracidad de algunos mensajes y contenidos que se distribuyen a través de los medios de comunicación y de los materiales didácticos.
D	Dinamizador de la comunicación y la interacción eficaz y responsable que los niños y jóvenes establecen a través de los medios, las redes sociales y las tecnologías, dentro y fuera del contexto educativo.
O	Organizador de los recursos docentes necesarios para la producción de contenidos audiovisuales creativos, críticos y responsables, favoreciendo la participación democrática de docentes y estudiantes en la cibersociedad.
R	Realizador de nuevos mensajes y contenidos, asumiendo la responsabilidad de cuidar la calidad tecnológica, epistemológica, artística, ética y moral del producto final.

Fuente: (García y Contreras, 2018, p.29, 30).

Actualmente el nativo digital aprende por medio de variedad de prácticas, basadas en un carácter prosumidor del docente, el cual desarrolla recursos didácticos, que ayudan a elaborar contenido creativo y de calidad para enseñar a los estudiantes, a fin de que estos sean activos y estén vinculados a las tecnologías nuevas o emergentes y al entorno digital. Pero para lograrlo, el docente debe ser un excelente prosumidor, tener desarrollado competencias mediáticas que le permitan consumir y producir contenido responsable desde una actitud crítica, creativa, ética y según las necesidades de sus estudiantes. Además, el estudiante debe también ser autónomo en su aprendizaje, y poner en práctica los conocimientos adquiridos en el proceso de aprendizaje académico y fuera de este.

La educación de medios en la escuela ayudaría al aumento de información de calidad, al preparar a los estudiantes para saber informar con responsabilidad.

La educación mediática escolar

A medida que el mundo va cambiando, la educación debe transformarse de acuerdo a las necesidades y nuevas problemáticas o fenómenos que se generen, por esto la educación para los medios es pertinente, debido a la era tecnológica y del internet en la que nos encontramos.

Los documentos sobre alfabetización mediática en el ámbito escolar son escasos como también las investigaciones de los efectos de ésta, pese a que la alfabetización mediática es apoyada por numerosos organismos y es parte de la agenda de organizaciones internacionales como la Unesco y la Unión Europea (Núñez et al, 2022).

Lo anterior permite confirmar porque fue dispendioso y difícil para esta presente monografía encontrar experiencias de radio escolar enfocadas en alfabetización mediática, ya

que aunque existan varios artículos de las bondades de esta temática, son pocos los que registran datos que permiten ser objeto de análisis.

La nueva era de internet y sus transformaciones debe servir para formar a niños y jóvenes, en competencias de creación de contenido y uso de la información de medios.

Existe un consenso general entre los investigadores en afirmar que la Educación mediática no ha tenido un papel importante en los currículos escolares, en los planes de estudios universitarios, en los medios de comunicación y en la propia sociedad, a pesar de la fuerte presencia de la comunicación mediática en todos los ámbitos de nuestra vida personal y social. Esta ignorancia y abandono de la educación mediática se manifiesta, en la ausencia de definiciones y, a partir de ahí, de evaluaciones sobre el grado de competencia mediática de las personas (Ferrés, 2011). (Pablos et al; 2018, p.124, 125).

Es importante que el docente o actor educativo considere llevar los medios dentro del aula. Tema que estimula a todo agente educativo a capacitarse en funciones, parte técnica, manejo y uso de medios tradicionales, su adaptación en formatos virtuales y en redes sociales.

En la formación no universitaria, la Educación mediática esté poco o nada integrada en los centros y en la formación de los docentes. El docente de primaria y secundaria está abocado a los mínimos requisitos que plantea la prescripción del currículo, donde se observa que se desarrolla una Educación mediática, por ejemplo, sin ninguna referencia al uso de Internet (en el desarrollo curricular de la LOE) o bien con el de la LOMCE, con el desarrollo de una competencia digital incompleta y si es que se desarrolla para ciertas asignaturas, ya que, en Lengua Extranjera, Educación Física y Valores Sociales y Cívicos ni se menciona (Pablos et al; 2018, p. 25).

Podemos ver lo significativo y el gran campo de acción de los comunicadores sociales formados en alfabetización mediática, pues el estudio en este ámbito en los docentes es indiferente. Hay que trabajar por esto, en formar al profesorado.

De acuerdo a lo que se refiere en el párrafo anterior por Pablos (2018) de la incoherencia en la educación escolar en cuanto a lo que establece la LOMCE, ley orgánica para la mejora de la calidad educativa, esta no es evidenciada dentro de la educación escolar, dado que sus términos son la excelencia y modernidad, en el aspecto excelencia no se cumple, porque la educación mediática está incompleta o no se menciona en los currículos escolares, en cuanto a la modernidad los colegios no adaptan su educación a los nuevos cambios sociales, culturales, tecnológicos y de acceso al información, tema que evita al estudiante desarrollar competencias necesarias para enfrentar las variables de la sociedad.

En consecuencia a lo anterior, la invitación a colegios y actores educativos es ofrecer una formación escolar con espacios donde el estudiante pueda opinar con respecto a su entorno cultural, político y social, además informar a los estudiantes sobre la actualidad, para que el niño, adolescente y joven sea un ciudadano educado, crítico y comprometido.

El reto de la educación actual en los colegios, es involucrar en sus currículos una educación mediática, a través de una materia llamada educación mediática.

Guillermo Orozco, un reconocido académico mexicano, Doctor en Educación por la Universidad de Harvard, coordinador de la Cátedra de Alfabetización Mediática Informativa comenta: Desde los Ministerios de Educación, se pueda trabajar o apoyar un programa de capacitación docente, pero hay que ingresar por ambos sectores en pro de una mejor alfabetización, ya sea por los maestros y también por el Ministerio, para que este modifique los

currículos introduciendo la capacitación en el ámbito mediático e informacional de los estudiantes y ofrecer cursos para que los maestros se capaciten. (González, 2021, p.5, 6).

Si no existe participación y análisis en medios de comunicación desde los colegios, el conocimiento estará estancado, y la educación queda lejos de ser de alta calidad, ya que la sociedad está cambiando, por ello se requiere sujetos que razonen y tengan actitud crítica para producir contenido a través de una formación competente en reglamento y uso de las TICs, y búsqueda de información de calidad, a fin de obtener un nuevo conocimiento que se pueda compartir con responsabilidad.

Por eso se entiende la invitación de González (2021) de trabajar desde el ministerio de educación para capacitar a docentes. La formación en alfabetización mediática debe ser un sentir autónomo por parte de cada agente educativo en busca de mejorar la calidad de la educación.

Ahora bien, en Colombia el derecho a la alfabetización mediática informacional viene aprobado desde el Senado:

De igual modo, el objeto de presente ley es promover en la educación básica y media la alfabetización mediática y digital, así como la enseñanza de herramientas y criterios de veracidad sobre la información contenida y que circula en internet para enfrentar el fenómeno de las noticias falsas. (Muñoz et al; 2020, p.1-2).

Encontramos en el párrafo anterior una idea en común con el autor Pablos (2018), quien menciona el término alfabetización mediática digital, esto permite entender que la alfabetización mediática va de la mano con las competencias digitales, pues es a partir de éstas que se accede al contenido y se analiza.

El Consejo de la Unión Europea 2016 apunta que es fundamental que el personal docente proporcione al alumnado, en todos los niveles, las competencias y valores necesarios

para acceder, interpretar, producir y usar la información, y otros contenidos mediáticos, en un entorno cada vez más digitalizado de forma segura y responsable. (Núñez et al; 2022, p.180).

El rol del docente es importante en el proceso de formación de competencias mediáticas, para lo cual es fundamental pensar o plantear la siguiente pregunta ¿Están capacitados los docentes o entidades educativas en competencias mediáticas?

En relación a la formación para docentes encontramos un déficit pues la mayor parte afirma no haber realizado nada en relación a la alfabetización mediática y quienes sí lo han hecho ha sido por cuenta propia. Lo que pone en evidencia la necesidad de formar a educadores, o docentes competentes en comunicación dentro del ámbito de la educación reglada (Contreras, 2020, p.71).

Una vez comprendido lo anterior, es primordial que docentes y entidades educativas se interesen en capacitarse en alfabetización mediática, dado que los medios de comunicación son ahora los que inciden en la vida personal de la sociedad, de no haber responsabilidad y compromiso por parte de los agentes educativos de formarse y educar en alfabetización mediática, la educación no sería integral y por ende de calidad, porque estaría alejada de la realidad que viven los adolescentes y jóvenes en materia mediática y continuaremos avanzando con una sociedad manipulada en la toma de decisiones políticas, daño en la reputación de empresas o ciudadanos, donde las problemáticas sociales o comportamientos patológicos de los medios de internet como el ciberacoso y entre otros, aumentarían.

Ninguna de las leyes educativas aprobadas hasta ahora (LOGSE, 1990; LOCE, 2002; LOE, 2006; y LOMCE, 2013) ha contemplado abordar directamente una alfabetización mediática que permita trabajar los medios de comunicación en el aula para adquirir conciencia crítica ante la información y desarrollar habilidades lingüísticas. Todas ellas, en mayor o menor

medida, se han centrado más en el aspecto tecnológico a través de las conocidas Tecnologías de la Información y Comunicación, como dotación de ordenadores en los centros escolares, Proyector y pizarras digitales (Pérez. & Iglesias, 2020, p.332).

Según lo planteado por Pérez & Iglesias (2020), se puede analizar que aumentar la tecnología trae riesgos para niños, jóvenes y a la sociedad en general. No se trata de satanizar la tecnología, es hacer ver que el panorama tecnológico expone a los estudiantes en temas de uso inadecuado de las TICs, de la información, consecuencias de la red, comportamientos patológicos: el ciberacoso entre otros, mientras no exista una educación mediática escolar.

La tecnología debe crecer al mismo tiempo de que la educación crece en desarrollar competencias mediáticas en los estudiantes o la sociedad, las cuales le permiten afrontar de manera positiva los cambios tecnológicos, sociales y formas de acceder a los contenidos.

Mateus apoya la idea que se acota en el anterior párrafo:

En cuanto a la transversalidad, es oportuno recordar la alteración cultural que las TICs suponen en la condición humana, lo que las convierte no en herramientas sino en fuerzas ambientales que afectan nuestra identidad, nuestra forma de socializar, nuestra concepción de la realidad y nuestra interacción con esa realidad (Floridi, 2015). En ese sentido, la competencia mediática es compleja y tiene implicaciones éticas, estéticas, políticas y económicas que no pueden pasar desapercibidas en la formación de los futuros formadores, ni menos ser consideradas de forma autónoma unas de otras (et al; 2019, p.13).

Las TICs, son el medio principal para acceder a la información, por ello es importante abordarlas en una educación mediática, además porque todo lo que es un canal de acceso a la información es fundamental analizarlo, y más cuando nos encontramos ante el panorama de comportamientos patológicos dados por la tecnología y el internet.

Es necesario prestar atención desde ya a la educación mediática, antes de que tome fuerza las tecnologías emergentes, las cuales cautivarán y crearán una dependencia en las personas, donde el mundo estaría alejado de su vida diaria, pues pensará que el ciberespacio es más entretenedor o importante que vivir la realidad cotidiana; los niños y jóvenes son más propensos a través de los nuevos juegos del espacio llamado Metaverso.

Competencias mediáticas

Entender qué es la competencia mediática es fundamental para que el tratamiento de la información y el desarrollo de la libertad de expresión no colisionen y la ciudadanía tenga garantizado su derecho a la comunicación competente, libre, crítica y activa. Esto será posible abordando procesos de alfabetización en consonancia con las exigencias que la sociedad actual impone (Delgado & Pérez 2018, p.15).

Lo anterior permite entender que la educación mediática se apoya de una alfabetización mediática, la cual agrupa habilidades y competencias que ayudan a formar ciudadanos idóneos en el mundo mediático.

Pérez comenta: “Una competencia mediática que no enseñe a través de los medios, sino sobre los propios medios de comunicación para prevenir, incluso, el ciberacoso, la radicalización y el discurso de odio entre los jóvenes” (et al; 2020, p.332).

Teniendo en cuenta el aporte del autor Pérez (2020), se entiende la importancia de una competencia mediática que enseñe haciendo uso de los medios, ya que a través de la práctica los estudiantes desarrollan las competencias para saber comunicar por medio de estos, de lo contrario no se forma al sujeto de manera integral con el conjunto de destrezas que engloba la alfabetización. Además los nativos digitales aprenden haciendo, les gusta más lo práctico.

La información consumida de los medios no tiene límites, por consecuencia, evitar la trascendencia de la información falsa o posverdad dependerá de cada sujeto, pues este difunde información impulsado por una emoción de sentirse importante o influyente. El contenido es compartido para visibilizarse ante un amigo, provocar una conversación y aprovechar el tiempo libre para hablar de temas de interés. Es decir, la circulación de noticias falsas también se facilita por los caracteres emocionales de las personas, además de la carencia de actitud crítica y de conocimiento para saber tratar la información de los medios.

De los problemas mencionados por Pérez (2020), se puede decir que estos son causados por aspectos importantes a tratar desde una educación mediática como: carencia de objetividad y capacidad para desenvolverse con coherencia y actitud crítica, personalidades orgullosas que creen tener la razón siempre, irrespeto, trastornos de personalidad, intolerancia a las diferencias, antivalores y falta de compromiso con los deberes y derechos. Por esto la educación mediática es integral, ya que forma individuos en el ser y hacer.

Los indicadores de competencia mediática son importantes para lograr un desarrollo correcto de las competencias mediáticas. Mateus refiere los siguientes: “El lenguaje, la tecnología, procesos de interacción, procesos de producción y difusión, ideología” (et al; 2019, p.4).

Según lo anterior, los indicadores mencionados nos permiten comprender que las competencias mediáticas engloban conductas, métodos y saberes que facultan a las personas para actuar con habilidad en el área comunicativa y tecnológica, en el desarrollo personal y participación en la sociedad. Todo esto permite adquirir el conocimiento.

La alfabetización se desarrolla en diferentes áreas del conocimiento y no se limita a leer y escribir, tiene un sentido amplio en educación. Implica entender lo que se lee, tener habilidades

de pensamiento crítico, expresión verbal, conocimiento cultural, y capacidad de reflexión y formulación de preguntas, para cuestionar y resolver un problema a través de las competencias necesarias, que ayudaran a desenvolvernos dentro de un contexto social, cumplir metas en distintas áreas del saber y lograr crecimiento personal. Con esto es claro, que la alfabetización es el conjunto de competencias necesarias para fortalecer cierta área del conocimiento.

Usar el término alfabetización mediática es preciso, porque integra todas las habilidades y competencias para formar ciudadanos idóneos en el manejo de la información de los medios, dominio del entorno mediático, y evolución del conocimiento en este ámbito, para mejorar la calidad de vida, y no vivir las consecuencias de la cantidad de información mediática que nos invade a diario.

Alfabetización mediática

El propósito principal de la alfabetización mediática es desarrollar conciencia acerca de las distintas maneras en que los mensajes de los medios de comunicación incurren en la vida personal de la sociedad, además, incorpora varias capacidades que permiten saber interactuar con los medios y entenderlos, esto desarrolla las competencias para diferenciar la información que aporta de la que no aporta.

Para Núñez: “La alfabetización mediática incluye conocer el uso y funciones de los medios; evaluar de manera crítica su contenido; y emplearlos para expresarse y participar democráticamente” (et al; 2022, p.2).

También López y Espinar refieren que la alfabetización mediática “surge para dar respuesta a cómo interpretar los medios, fuera del aula y asociado” a la participación ciudadana” (2022, p.12).

La alfabetización mediática favorece el desarrollo del derecho a la comunicación y libre expresión, y ayuda a evitar la infoxicación de la información.

La alfabetización mediática está fundamentada como un sistema de competencias según Carias: Las competencias de acceso y uso: referido al cómo se accede a los medios y a los contenidos mediáticos, la comprensión crítica se vincula con las capacidades y habilidades, comprender y evaluar los contenidos mediáticos, la competencia comunicativa: capacidad que tienen los individuos de crear, producir contenidos ,involucra elementos como la creatividad, habilidades técnicas, expresivas, sociales y personales (blandas) (2021, p. 96).

Por lo anterior la alfabetización mediática es un sistema de competencias y habilidades importantes para desenvolvernors a través de los medios y entender la información contenida por de estos, además con el auge de las rede sociales todos tienen posibilidad de participar, y para hacerlo de forma responsable, es importantes estar bien dotado de competencias de acceso y uso, críticas y comunicativas.

La Organización de las Naciones Unidas para la Cultura, las Ciencias y la Educación (Unesco) resalta los elementos importantes de la alfabetización mediática los cuales son: Entender el papel y las funciones de los medios en las sociedades democráticas, entender las condiciones bajo las cuales los medios pueden cumplir sus funciones, evaluar de una manera crítica el contenido de los medios a la luz de las funciones de los medios, comprometerse con los medios para la auto-expresión y la participación democrática, revisar destrezas (incluyendo TICs) necesarias para producir contenido generado por los usuarios (Aguirre et al; 2019, p. 27).

El entender el papel de los medios en la sociedad democrática es indispensable ante la influencia de los medios de comunicación, los cuales tienen una función emocional en los ciudadanos, y pueden hacer ver algo inadecuado como bueno y lo contrario, tanto es su

capacidad que por eso son catalogados como el cuarto poder, y con el auge de las redes sociales toman más fuerza. Además desarrollar la competencia de evaluar de manera crítica el contenido de los medios, ayuda a reducir un poco los fenómenos de noticias falsas, posverdad, ciberacoso, y discurso de odios, entre otras problemáticas, ya que los ciudadanos comparten información, sin cuestionar la fuente.

Además, los medios de comunicación son una empresa y algunos se mueven según las oportunidades económicas, por eso no son imparciales. Una de las funciones de los medios es informar a la ciudadanía, pero también es ser la voz de los entes políticos, y cuando dependen de éstos últimos, la información deja de tener un carácter democrático porque se queda en una sola convicción o ideología.

La cantidad de datos que las personas generan cada día es tan elevada que escapa de la comprensión. El flujo de información es interminable. Las personas se sienten abrumadas con este fenómeno, y existe una dicotomía entre lo que es real y lo que es falso, así como entre la cantidad de información disponible y el uso real y fundamentado de esta por parte del público. Se reconoce ampliamente que los medios de comunicación y la tecnología desempeñan un papel crucial en la promoción de los valores democráticos y las sociedades inclusivas. Sin embargo, los ciudadanos raramente poseen las competencias necesarias en materia de AMI para participar en todos los aspectos de la vida pública y en los procesos democráticos, y tomar decisiones fundamentadas sobre su propia vida (Unesco, 2018, p. 3).

Teniendo en cuenta lo anterior, es importante que las entidades educativas en lugar de pensar en los medios como una competencia, debería concebirlos como parte del contexto educativo, haciendo uso de medios en la escuela, no solo como un instrumento pedagógico sino como un espacio de debate para ayudar a desarrollar competencias en los estudiantes, que

permitan enfrentar los aspectos siguientes que refiere la Unesco: “El del flujo de información en lo mediático, y la dicotomía entre lo que es real y lo que es falso” (2018, p 3).

En América Latina, los docentes consideran que la tecnología no debe ingresar al salón de clase porque es pura diversión y distracción de los alumnos y perjudica el proyecto o currículo que tienen que enseñar, en vez de buscar las maneras de ayudarse de la tecnología o del interés que tienen los alumnos por el celular, sobre todo para cumplir los propósitos de su clase (González, 2021, p.4, 5).

Usar el internet y el móvil facilita el aprendizaje de manera lúdica, además llama la atención de los jóvenes. Nos encontramos en una generación de nativos digital que aprenden más con la práctica que lo teórico.

Los cambios que han surgido en la sociedad han permitido que el estudiante ahora quiera o este impulsado a ser el actor principal de su aprendizaje, lo que lo lleva a tener un sentido crítico sobre su contexto. La escuela tiene el deber y rol de ayudar al estudiante en crear las competencias necesarias para que pueda desarrollar una actitud crítica. En este sentido, las entidades educativas deben idear de manera creativa para que las redes sociales sean un canal inteligente, de conocimiento a través del uso del celular, ya que la generación de nativos digitales creció en el mundo de las nuevas tecnologías, las cuales favorecen el contexto escolar desde el aula. Ya no es solo el área de la economía y cultura, ahora es la tecnología la más importante, pues es a través de ésta que se accede de forma fácil a otras áreas del conocimiento, además, permite adquirir herramientas didácticas para aprender, que favorecen al profesorado en clases con factor diferencia y motivación.

Sharpe Señala los siete principios fundamentales para formar ciudadanos alfabetizados mediáticamente: comprensión del proceso comunicativo, identificar la finalidad de la

comunicación, auto-conciencia, interpretar y entender el mensaje correctamente, entender las características del canal comunicativo, identificar al público objetivo, garantizar la comprensión del mensaje por parte del público (Alarcón, 2020, p. 40).

Las razones antes mencionadas permiten entender que las competencias mediáticas, son importantes porque se enfocan en buscar que los medios de comunicación sean significativos, en donde el público objetivo entienda el mensaje, es decir, logran hacer que los medios sean instrumentos al servicio de la educación, y permiten que estos generen construcción social y cultural, además, las competencias se enfocan en la importancia de los medios de comunicación en un marco de derechos humanos y en favor de una democracia.

Se puede afirmar que la alfabetización mediática incorpora varias capacidades que permiten saber interactuar con los medios y entenderlos.

Seis dimensiones presentadas por Martínez de Toda y Terrero (1999) las cuales son: el sujeto alfabetizado mediáticamente, el sujeto consciente, el sujeto activo, el sujeto crítico, el sujeto social y el sujeto creativo. Desde ellas se desenvuelven distintas perspectivas que caracterizan el desarrollo de la educación para los medios en sus distintos ámbitos (Carias, 2021, p. 26).

Sujetos desarrollados en competencias y habilidades para participar de manera idónea a través de los medios, con capacidad de crear contenido de calidad, es el producto final de un individuo alfabetizado.

Galván refiere: “El término alfabetización digital mediática “implica un cambio en la forma en la que accedemos, analizamos y evaluamos los media, ya que la web ofrece muchas posibilidades para elegir información, complicando el panorama de la media” (González, 2012, p. 22)” (Galván, 2021, p. 89).

Con el internet podemos tener fácil acceso a las redes sociales, o a cualquier medio de comunicación y crear contenido de audio y video, en el caso de la radio la red nos permite adaptarla a los diferentes formatos que brinda internet. Por ello desde los colegios educar para los medios es bastante significativo. Los jóvenes están avanzados en uso de aplicaciones y redes, sin embargo deben trabajar en el aspecto de comunicación y crítica.

En concreto, la alfabetización mediática se compromete a usar la información de los medios y estos de manera responsable y coherente a través de la investigación. También desarrolla habilidades o competencias de acceso, análisis, evaluación, de contenido y papel de los medios, como instrumentos al servicio de la educación y constructo cultural y social, que ayudan a prevenir, el odio, puntos de vista radicales y el ciberacoso. También crea sujetos conscientes, activos, críticos, sociales y creativos que se identifican, tienen una identidad propia, representan, construyen y respetan los derechos humanos y la democracia, empleando la libre expresión, participación democrática, y comunicación de mensajes en una variedad de formas.

La alfabetización mediática incluye los símbolos de los medios de comunicación de masas más tradicionales, de las tecnologías de la información y la comunicación más recientes y de las otras formas de comunicación características de nuestra sociedad». De hecho, la comprensión de las TICs como una vertiente más del sistema mediático contemporáneo y no un ente independiente en el actual panorama comunicativo, marcado por la convergencia mediática, tecnológica y económica (Rius, 2018, et al, p .98).

Es pertinente analizar las tecnologías de la información, como el Whatsapp ya que es una aplicación que todos usamos a través de nuestros celulares, y también es un medio en el que se propician noticias falsas, ejemplo: en el tiempo de pandemia la gente compartió enlaces para acceder a mercados, pero cuando se verificaba estos beneficios en la página de la entidad, esta aclaraba que dicha información era falsa. Un ejemplo más reciente es el informado por el medio de comunicación el Publimetro.

El caso de los allanamientos de los almacenes Tierra Santa cuenta con otro episodio. Ahora cientos creyeron que iban a regalar toda la ropa del almacén, en la sede de Quibdó, Chocó y otras en el departamento de Sucre. Todo por un falso rumor que se regó como pólvora en estas ciudades. Reportan que a través de redes sociales empezaron a compartir publicaciones, imágenes y audios en donde se aseguraba que en Tierra Santa se estaría regalando la ropa por la actual situación que vive dicha empresa y sus establecimientos comerciales. La falsa cadena de Whatsapp fue compartida como arroz y en pocas horas frente a la tienda había cientos de personas, sobre la vía pública y en los andenes las filas no se hicieron esperar. Finalmente, las cientos de personas tuvieron que regresar a sus casas con las manos vacía tras el engaño (Lina Robles, 2022).

Estos fenómenos son importantes abordarlos en la educación escolar, debido a la fuerza que toman las noticias falsas y lo fácil que caen los ciudadanos.

Evaluación del nivel mediático de docentes

Antes de pensar en capacitación a docentes en competencias mediáticas, es importante primero evaluar o conocer el nivel mediático de cada uno de ellos. Galván formula la siguiente pregunta “¿Cuál es el perfil de alfabetización mediática de estudiantes y docentes de educación superior?” (2021, p.91). Para responder a esta pregunta Galván diseña una propuesta de

dimensiones, criterios e indicadores que ayudan a conocer el perfil del profesor, también se puede adaptar para evaluar al estudiante.

Tabla 2: Propuesta de dimensiones, criterios e indicadores de Galván

DIMENSIONES	CRITERIOS	INDICADORES
Política TIC	Responsabilidad	Promover integración de las TIC.
Tecnología	Acceso y uso	Acceso a tecnología y conocer su funcionamiento.
Información	Búsqueda	Buscar información en los distintos medios.
Conocimiento	Análisis	Analizar información de manera crítica.
	Comprensión	Sintetizar la información obtenida.
	Creación	Crear documentos a partir de la reflexión.
Comunicación	Relación	Relacionarse con diferentes individuos por varios medios.
	Participación	Participar a partir de distintos medios.
	Difusión	Compartir contenido de creación propia o educativa a través de los distintos medios.

Fuente: Revista de Investigación Educativa (2021, p. 99).

Cada dimensión propuesta por Galván (2021), debe evaluarse con unas preguntas específicas, de acuerdo a esto, se modifica algunas de ellas, ya que ciertos interrogantes no son puntuales o precisos para evaluar al profesor en su nivel de competencias o conocimiento mediático. Se sugiere modificación para gestionar la evaluación de manera específica, de esta

manera, el docente realiza una autoevaluación con respecto al tipo de dimensión mediática que domina o no.

A continuación se presenta a través del siguiente esquema tres columnas que conforman: la dimensión, preguntas de cada dimensión formuladas por Galván (2021), y la modificación que se sugiere de esas preguntas.

Tabla 3: Cuadro de preguntas de Galván (2021) para evaluar el conocimiento de cada dimensión versus modificación sugerida

Dimensión	Preguntas de Galván	sugerencia de preguntas
Políticas TICs	<ol style="list-style-type: none"> 1. “¿Considera importante el uso de las TICs para compartir su conocimiento con grupos marginados? 2. ¿Considera que el uso de las TICs permite la libertad de expresión? 3. ¿Considera importante promover los derechos de autor? 4. ¿Considera importante usar las TICs para establecer redes de cooperación con el sector privado?” (Galván, 2021.p.108, 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Sabe usted compartir conocimiento a través de las TICs? si/no. ¿A través de que TICs? Comente el proceso de compartir contenido. 2. ¿Cuál estrategia usaría para facilitar la libre expresión por medio de las TICs? 3. ¿Sabe cómo se promueven los derechos de autor? si/no, explique. 4. ¿Cómo establecería redes de cooperación con el sector privado a través de las TICs?

107)

Tecnología	<p>“1. En una escala del 1 al 5, en donde 1 es lo más bajo y 5 es lo más alto, ¿Cuál considera que es su nivel de dominio de las siguientes herramientas (computadora, celular, tableta, internet, cámara fotográfica, cámara de video, software especializado de diseño, plataformas virtuales universitarias)?” (Galván, 2021, p. 102).</p>	<p>1. En una escala del 1 al 5, en donde 1 es lo más bajo y 5 es lo más alto, ¿Cuál considera que es su nivel de dominio de las siguientes elementos tecnológicos y medios (computadora, celular, tableta, internet, cámara fotográfica, cámara de video, plataformas virtuales universitarias, radio, televisión, redes sociales,).</p> <p>2. ¿Cuáles software especializado de diseño sabe manejar?</p>
Información	<p>“1. Al obtener información digital, ¿con qué frecuencia utiliza las siguientes herramientas para almacenarla (computadora, celular, USB, la nube (Google drive, disco duro externo, correo)?</p> <p>2. ¿Con qué frecuencia realiza las siguientes actividades: buscar información en diversas fuentes, analizar sitio web donde aparece, dominio, busca más información del autor y conocer su dominio del tema, buscar el año de la publicación, analizar si es un libro, artículo de revista indexada o blog, lenguaje utilizado, ¿referencias bibliográficas?” (Galván, 2021, p.</p>	<p>1. Al obtener información digital, ¿dónde almacena o guarda esa información?</p> <p>2. Al seleccionar información en Internet para sus proyectos académicos, ¿Cuál de las siguientes actividades realiza: buscar información en diversas fuentes, analizar el sitio web donde aparece, analizar el tipo de dominio (com, edu,org), buscar más información del autor y conocer su dominio del tema, buscar el año de la publicación,</p>

103).

analizar si es un libro, artículo de revista indexada o blog, analizar el tipo de lenguaje utilizado, analizar si tiene referencias bibliográficas?

Conocimiento	<p>1. Para comprender e interpretar la información encontrada para un proyecto académico, ¿con qué frecuencia realiza las siguientes actividades? Analizar el texto, delimitar sus partes y establecer relaciones con el contenido; analizar y comparar lo mencionado por diversos autores; reflexionar sobre la información y generar una crítica personal sobre el tema; ¿analizar la postura del autor de la información?</p> <p>2. ¿Con qué frecuencia realiza las siguientes actividades: estudiar contenidos de las unidades de aprendizaje, hacer presentaciones, elaborar/revisar evidencias de aprendizaje, elaborar materiales didácticos propios, elaborar un libro digital, elaborar una página web, descargar recursos o cargar contenidos en las plataformas universitarias, usando las</p>	<p>1. Para comprender e interpretar la información encontrada para un proyecto académico, ¿Cuál de estos pasos no realiza? Analizar el texto, delimitar sus partes y establecer relaciones con el contenido; analizar y comparar lo mencionado por diversos autores; reflexionar sobre la información y generar una crítica personal sobre el tema; ¿analizar la postura del autor de la información?</p> <p>2. ¿Sabe elaborar, libros digitales, página web, programas radiales o de televisión? Si respondió si comparta este material elaborado.</p>
--------------	---	---

herramientas tecnológicas
mencionadas en el recuadro
(computadora, celular, tableta)?”
(Galván, 2021, p. 104).

Comunicación	<p>1. Al utilizar las siguientes herramientas tecnológicas y dispositivos electrónicos (redes sociales, correo electrónico, grupos de chat, video-llamadas, blog, plataformas educativas), ¿con qué frecuencia realiza las actividades mencionadas en el recuadro? comunicarte con familia y amigos, comunicarte con compañeros y maestros/alumnos, participar en proyectos educativos, compartir tu opinión acerca de un tema, compartir contenido creado por otras personas, compartir contenido de creación propia, apoyar a otras personas, apoyar a un movimiento social, participar en redes colaborativas/educativas, visitar comunidades o foros relacionados con las unidades de aprendizaje, participar en cursos en línea) (Galván, 2021, p. 106).</p>	<p>1. ¿Qué tipo de redes sociales maneja?</p> <p>2. ¿Tiene un blog personal en el cual comparte contenido para sus estudiantes como herramienta para las clases?</p> <p>3. ¿Visita comunidades o foros relacionados con las unidades de aprendizaje, o participa en cursos en línea?</p>
--------------	---	--

Se sugiere modificación en la mayoría de preguntas de la dimensión Política TICs porque lo ideal es conocer el tipo de conocimiento y competencias del docente, no se desea saber la opinión personal de este, en el caso de si es importante para él, además, estas preguntas modificadas dan respuesta del nivel de conocimiento por parte del docente. Preguntar al profesor que explique cómo hacerlo, facilita la evaluación específica del conocimiento.

De acuerdo con la dimensión tecnológica, la primera pregunta se modifica al agregar medios de comunicación, ya que el énfasis de la educación mediática es usar los medios en sí, y también la tecnología, por eso es importante que el docente domine los medios, su aspecto técnico, al menos de uno de ellos como: televisión y radio, este último es el enfoque de la presente monografía, donde más adelante se destaca la importancia de la radio, por ello se considera formular la pregunta con radio, a fin de saber si el docente está preparado para usarla.

El segundo interrogante se transforma porque es importante saber con precisión qué tipo de software maneja el docente, para que de esta manera, busque ampliar el conocimiento en otras herramientas que lo ayuden a mejorar su rol como educador mediático. Los medios como software son uno de los canales importantes y prácticos para producir contenido de calidad; la competencia mediática trata no solo de entender los medios y la información contenida de estos, también es habilidad para producir contenido.

En la dimensión información la primera pregunta se cambia, puesto que es primordial conocer cuál es la acción constante o fija del docente para guardar un conocimiento digital. La segunda varia, ya que es mejor saber la acción que deja de hacer el docente en el momento de seleccionar la información, de esta manera el profesor cuestiona su proceso.

En la dimensión conocimiento se modificó el primer interrogatorio pues es importante cumplir con cada proceso, y es bueno que el docente evalué cual omite. Se modificó la segunda

pregunta ya que es importante manejar varias herramientas digitales y medios, además, si el profesor no es un ejemplo de creador de contenido, no habrá criterio para inspirar a sus estudiantes, el docente debe saber usar material didáctico para guiar al estudiante en el uso de herramientas útiles para publicar contenido propio.

En la dimensión comunicación la primera se cambia debido a que el docente mediático debe manejar varias redes sociales, de esta manera puede orientar a sus estudiantes, conocer el contenido que maneja cada red social, y favorecer el proceso de comprensión de los jóvenes en la red. La segunda pregunta se modifica ya que el docente debe como mínimo crear contenido en canales sencillos como un blog, e incitar a sus estudiantes a hacerlo con el ejemplo, además, esta herramienta es útil para la enseñanza y aprendizaje. La tercera se modifica dado que es más puntual saber si el docente lo hace. Además, involucrar a personas externas relacionadas al contenido, facilitan el aprendizaje. Los docentes no deben dejar de aprovechar la posibilidad que ofrece las herramientas digitales y el internet, como la entrevista a otra persona desde cualquier parte.

Al tener como invitado un actor principal del conocimiento adquirido, motiva a los estudiantes, también la entrevista por radio facilita el proceso, por ejemplo: Radio Unad virtual, en sus programas prepara contenido para los estudiantes, usando el método de entrevista grabada, e invita a personas que tienen relación con el tema del día, creando un producto radiofónico con música que estimula la imaginación y permite captar mejor.

La propuesta de Galván de dimensiones y criterios para evaluar el perfil mediático del docente permite comprender primero: que el profesor de cualquier área del conocimiento debe estar preparado a los cambios de la sociedad en materia de acceso a la información mediática,

segundo: los docentes deben ser los primeros actores alfabetizados en lo mediático, de esta forma están preparados para enseñar a niños y jóvenes en estas competencias.

La educación debe avanzar y no quedarse en el modelo tradicional de comunicación en el aula, la nueva sociedad digital mediática saca al docente de su zona de confort, y lo estimula a capacitarse más, ignorar esto desde las entidades educativas es una desventaja para el estudiante y el docente.

A partir de los planteamientos de Medrano, Cuervo y Martínez (2019), las propuestas sobre alfabetización mediática son consecuencia directa de tres momentos importantes. Primero, un reconocimiento del papel de los medios de comunicación en el contexto de las sociedades democráticas y el marco internacional de los derechos humanos. Segundo, la reflexión sobre el rol de los medios de comunicación como instrumento al servicio de la educación. Tercero, una configuración de los medios de comunicación como constructo cultural y social, donde las personas se representan, identifica y erigen (Carias 2021, p.95).

Alfabetización mediática e informacional

La alfabetización informacional (AI) es un proceso conveniente dentro de la alfabetización mediática (AM), puesto que la alfabetización informacional también organiza y evalúa la información.

En el 2008 se reconoció la importancia del enfoque de la alfabetización mediática e informacional como un concepto compuesto: la alfabetización mediática y la alfabetización informacional se consideran tradicionalmente dos ámbitos distintos e independientes. La estrategia de la UNESCO consistió en reunir estos dos ámbitos como un conjunto combinado de competencias (conocimientos, habilidades y aptitudes) necesarias para la vida laboral y

cotidiana. Mediante este concepto compuesto, la (AMI) engloba todas las formas de medios de comunicación y otros proveedores de información como bibliotecas, archivos, museos, Internet y películas, independientemente de las tecnologías utilizadas (Unesco, 2018, p 2).

El centro significativo del anterior párrafo es que la (AI) tiene un énfasis en la información como instrumento para desenvolverse en la sociedad, por ello clasifica, reúne la información de calidad, para luego tratarla o entenderla. En cambio la (AM) analiza la audiencia, los entes, la información el efecto de los medios, cuestiona y se enfoca en los fenómenos de medios. además, comprende la comunicación como un medio para el derecho a la expresión, estar informado, conocer el pensar del otro, las situaciones del mundo y culturas, y los efectos sociales, abarca más temas gracias a la capacidad que tiene el internet de permitir participación de toda la sociedad para compartir contenido, por ello la información es más extensa.

Existen dos escuelas importantes de pensamiento que emergen de la relación entre estos dos campos de convergencia – alfabetización mediática y alfabetización informacional. Algunos consideran que la alfabetización informacional es un campo de estudio más amplio, donde la alfabetización mediática forma parte de esta, mientras que para otros, la alfabetización informacional es solamente una parte de la alfabetización mediática, la cual se ve como un campo más amplio (Eduarte, 2020, p.27) .

La alfabetización informacional y mediática tiene similitudes como formar sujetos críticos, que comprenden, evalúan, comunican y crean contenido o conocimiento, también las dos se enfocan en respetar los derechos y la ética de la información.

Según Rattray: El propósito de la alfabetización mediática e informacional (AMI) consiste en empoderar a los usuarios de la tecnología, conocimientos de funciones de los medios; los mecanismos

para la creación y distribución de contenidos; los efectos de los medios de comunicación; los derechos de a la información y expresión; responsabilidades de aquellos que controlan los medios de comunicación; y usos éticos de las tecnologías nuevas y emergentes (Naciones Unidas, 2020).

Las (AMI) son una herramienta importante para fomentar el acceso equitativo y crítico a la información y al conocimiento, como también para la promoción de medios de comunicación independiente, libre y pluralista. Desde ella se logra reconocer el papel y la importancia de la comunicación y todo aquello que la compone y determina (medios de comunicación, información o semiótica), así como la preponderancia e impacto que estos mismos elementos mediáticos tienen en nuestra vida cotidiana. Esto nos lleva a afirmar que la alfabetización mediática e informacional viene a ofrecernos, como ciudadanos, insumos y facultades para comprender desde una perspectiva reflexiva y crítica las funciones de los medios de comunicación e información, otorgándonos la posibilidad de tomar decisiones pertinentes como usuarios y generadores (productores) de contenido mediático (Pérez Escoda, 2017) (Carias, 2021, p. 94).

De acuerdo con la definición de alfabetización mediática informacional dada por la Unesco (2018,) Naciones Unidas (2020), y Carias (2021), se puede comprender que ésta se interesa en el uso ético de las TICs, la concienciación de los derechos de la comunicación: como el acceso equitativo a la información y libertad de expresión. La alfabetización mediática informacional está compuesta de otros alfabetismos que componen acciones como: acceder, analizar y comunicar la información, participar en un sentido social, democrático y en la toma de decisiones políticas.

Lo informacional busca formar ciudadanos activos, empoderados de la tecnología, sus derechos y deberes, que logran crear un nuevo contenido de valor a través de los medios de comunicación tradicionales, y en los más recientes como las redes sociales.

Después de que los ciudadanos han adquirido conocimiento en mecanismos para la creación y distribución de contenidos, responsabilidad de liderar un medio comunicativo; funciones de los medios, su efecto, y actitud crítica con respecto al impacto de los medios en la vida personal; los sujetos alfabetizados tienen la responsabilidad para elegir, construir y compartir el conocimiento.

El concepto de AMI integra la Alfabetización Informacional (ALFIN), la Alfabetización Multimedial y la Alfabetización Computacional. En otras palabras, la AMI no solo permite definir y articular necesidades de información y evaluar el uso ético de la información, sino que también promueve el uso de las TICs para producir contenidos generados por la propia ciudadanía (Araya-Rivera, 2018) (Araya et al; 2021, p.13).

Por lo anterior se puede decir que un ciudadano alfabetizado en lo mediático no ocurre en poco tiempo, ni de la noche a la mañana, porque es un proceso muy significativo integral con varias aspectos por trabajar, que puede darse desde la etapa escolar para favorecer y garantizar desde temprana edad una calidad de vida en la nueva generación, una educación mediática desarrolla competencias que le permite a los sujetos ser conscientes de sus derechos, estar preparados para desenvolverse ante la sociedad del conocimiento mediático, y tener acceso a oportunidades laborales y sociales.

Según Wolpert Rosa: Para alcanzar la Alfabetización Mediática e Informacional es imprescindible que se respeten las “5 Leyes de la AMI”, que dio a conocer la UNESCO. La información y la comunicación son fundamentales para la participación ciudadana; Todo

ciudadano es un creador de la información; Todo ciudadano tiene derecho a acceder y comprender la nueva información; La alfabetización mediática e informacional no se adquiere de manera inmediata, es un proceso y una experiencia dinámica (Virtual educa, 2021).

Las AMI propenden los valores como respeto, libertad, inclusión y da respuesta a interrogantes de cómo acceder a la información de manera adecuada, sin que afecte en nuestra vida personal de manera negativa y a nuestros derechos y deberes.

Alfabetización informacional versus alfabetización mediática

Docente Curador establece en la siguiente imagen diferencias entre alfabetización informacional y mediática:

Imagen 1: Alfabetización Informacional vs Mediática



Fuente: Website (2022).

De acuerdo con la imagen anterior diseñada por Docente Curador, la alfabetización informacional y la mediática tienen varias diferencias, sin embargo, aunque el autor establece diferencias específicas, se puede decir que no se trata de establecer desigualdades como si las dos

alfabetizaciones no tuvieran relación, al contrario, la alfabetización mediática para cumplir con su objetivo, debe usar ciertas competencias informacionales, es decir, la (AM) busca que el sujeto produzca su propio contenido, y para que este se emita de manera adecuada, el sujeto debe estar consciente de la ética de la información, una habilidad contenida en la alfabetización informacional, la cual usa la información con ética, la evalúa y organiza para solucionar un problema y comunicarlo.

El panorama mediático busca comprender las funciones y condiciones de los medios, evaluar su contenido. Para valorarlo, es importante saber tratar la información, proceso dado desde la alfabetización informacional, la cual evalúa, organiza y usa la información de manera ética, sin embargo, en lo mediático, se debe desarrollar otras competencias, en donde no solo se evalúa la información también se analiza de manera crítica. Finalmente al cumplir con estos procesos, se puede emitir y producir contenido de calidad por los medios, respetando el derecho a la participación y la democracia.

Chartered Institute of Library and Information Professionals del Reino Unido: La alfabetización informacional es la capacidad para pensar críticamente y hacer juicios equilibrados acerca de cualquier información que encontremos y utilicemos. Nos empodera como ciudadanos para obtener y expresar puntos de vista informados e involucrarnos completamente con la sociedad (CILIP, 2018, p. 3) (Cortes, 2019, p.413, 414).

Cortes comenta: “la ALFIN tiene importancia actualmente en la promoción de un uso conveniente de la información, independientemente del medio y del formato en el que esta última se presente” (2019, p. 414).

Radio Educativa

Una educación integral y de calidad debe trabajar en la formación de valores como el respeto por la opinión del otro, paciencia, comprensión, actitud crítica, expresión verbal clara, capacidad de escucha, apoyar la libre expresión, participación y facilitar a los estudiantes los medios para hacerlo, por esto, incluir un medio de comunicación como la radio en los colegios es significativo, ya que permite una educación integral y de calidad.

La radio ofrece mayores posibilidades para enseñar los diferentes valores mencionados anteriormente, y se adapta de forma fácil en el currículo escolar, además, es un medio económico, se puede usar en diferentes formatos que nos ofrece el internet, favorece el trabajo en equipo, y el aprendizaje autónomo y práctico, además, facilita la creatividad a partir de los diferentes productos radiofónicos que la componen: magazine informativo, spot, entrevistas y radionovelas.

La radio educativa es sinónimo de motivación de alumnos, de cambios metodológicos adaptados a los nuevos tiempos, donde priman las tecnologías y la información está al alcance con un solo clic. Y todo ello supone una transmisión más efectiva de la educación en valores, una mayor participación del alumnado y una mejora considerable del ambiente del aula y de las relaciones interpersonales alumno-alumno y alumno-profesor, e incluso profesor-padres (Martin et al, 2020, p.5).

Con el internet la radio logra un mayor impulso y protagonismo gracias a los diferentes formatos virtuales como: Podcasting, el cual tiene una conexión asincrónica y permite aumento de participación de la radio escucha.

González refiere de la Ciberradio lo siguiente: “No se habla de audiencia pasiva sino de usuarios internautas, que entran en contacto directo con el contenido de la radio y ejercen operaciones efectivas y enriquecedoras” (et al; 2022, p. 4).

La ciberradio presenta cuatro características: inmediatez (información actualizada), multimedialidad (texto, imágenes, videos y otros), hipertextualidad (enlaces) y ubicuidad (posibilita la participación de las personas y el acceso continuo, sin que afecte su ubicación geográfica o la temporalidad) (González et al; 2022, p. 29).

Podcast: Es de suscripción gratuita, formato en radio o video digital corto, que se puede compartir en la web y descargar. Radio en línea: No depende de una antena, debe contar con una buena producción radiofónica y planificación. No consiste en hacer de forma simple un audio.

La radio educativa en contextos escolares busca formar estudiantes con una mirada crítica de los medios, ayuda a cimentar una sociedad con identidad y permite defender intereses. El objetivo de la radio educativa es educar en competencias comunicativas y defensa de los derechos o necesidades de la sociedad.

El medio radio con el podcast ha comenzado a reactivarse con un crecimiento del 46% en temas asociados a salud, ciencia, tecnología, vida, moda, arte, literatura, viajes, noticias políticas, hechos internacionales, asuntos sociales y deportes. Este tipo de estrategia busca llegar a una audiencia que ha colocado las pantallas de los dispositivos, smartphone, 83%; computador, 39%; tableta, 7% en un lugar destacado de su consumo mediático (Barrios y Gutiérrez, 2022, p.4).

Los productos radiofónicos promueven el intercambio cultural, brindan oportunidad de construcción de contenido de diferentes áreas, es una herramienta útil de aprendizaje práctico, con este medio el estudiante se capacita bien, asimismo, no entorpece los demás procesos educativos o materias indispensables en la vida escolar, al contrario, los fortalece, y más cuando podemos acceder a este medio en formato podcast desde el celular.

De acuerdo a Perona (2000) en escuelas donde se ha introducido la radio como estrategia se han podido validar su importancia en: Articular el trabajo colaborativo entre alumnos, incrementar la creatividad de los docentes sobre el uso que le dan al recurso, optimizar la expresión oral y escrita de los alumnos, acrecentar la consulta en libros de la biblioteca, integrar al estudiante en su entorno real, establecer nuevas formas de enseñanza: participativas, activas y críticas (Alarcon,2020,p. 46).

La radio da oportunidad al diálogo, es una herramienta útil para realizar procesos de alfabetización mediática, al ser de carácter auditivo permite el debate, la postura crítica, por lo cual facilita el desarrollo de competencias mediáticas que ayudarán a reducir las consecuencias de los fenómenos de la desinformación, junto con las problemáticas de la red y el uso sin sentido de los medios.

La radio es un medio que permite con facilidad que los mismos receptores puedan convertirse en emisores, en el sentido de que formulen sus propios contenidos, elaboren sus discursos y agilicen, de una manera sencilla y apostando por la creatividad, la retroalimentación del medio y sobre todo de la institución escolar (Merayo, 2000) (Iglesias et al; 2020, p. 333).

De acuerdo al párrafo anterior la radio estimula los procesos de enseñanza y aprendizaje. Diseñar productos radiales implica un trabajo en equipo y al asumir un rol en específico prepara al estudiante para enfrentar situaciones particulares de la vida, y lo educa en valores.

Según Pérez. “En Educación Infantil no hay muchas propuestas radiofónicas que se lleven a cabo, la mayor parte son llevadas en la etapa de primaria” (2021, p. 48).

Por lo anterior, se puede decir que el reto de hoy es implementar la radio en una educación mediática escolar, además es importante estudiar cómo realizar estos procesos en la etapa primaria, debido a que el aprendizaje en niños y adolescentes es diferente. Una educación mediática en niños debe estar dirigida a los padres para fortalecer la temática.

Experiencias de radio escolar de alfabetización mediática con uso de la radio

A continuación se expone a través de dos esquemas las características de los colegios Bahía Mansa, Misión San Juan, y Quilacahuin de Chile que cuentan con proyectos de radio orientados en el desarrollo de competencias mediáticas.

Tabla 4: Descripción colegio Bahía Mansa de Chile

País	Chile.
Colegio	Bahía Mansa.
Número de estudiantes	162 en el año 2019.
Edades	5 a 11 años.
Objetivo de uso de la radio	Complementar la formación educativa, no es parte del plan de estudios. Dinámica a través de talleres, asisten solo estudiantes interesados en participar en radio, un promedio 20 estudiantes. De marzo a diciembre el número total de estudiantes que participó fue de 45, un 27,7% del total de alumnos de la escuela.
Mecanismo de recolección de información	Entrevistas a 8 docentes de matemáticas, lenguaje, historia y artes, a la radio. controladora y encargada de la radio, 2 de gestión educativa de la municipalidad de San Juan de la costa, y una investigadora de la radio de la

escuela y entrevistas a 20 estudiantes. Observación participante se realizó una vez a la semana en donde se interactuó en los talleres de radio ofrecidos a estudiantes de básica y media, junto con el monitor responsable de la gestión de la radio. Acompañamiento en la creación de guiones, grabaciones y programas en vivo en la radio comunitaria que existe dentro de la institución. Visita a sitios web de las escuelas, escucha de los materiales producidos por los estudiantes para su posterior análisis, y acompañamiento a docentes en la realización de pequeños talleres para la producción de contenidos radiofónicos.

Fuente: (Carias et al; 2021).

Tabla 5: Descripción de dos colegios Misión San Juan, y Quilacahuin de Chile

País	Chile.
Colegio	Misión San Juan, Colegio Quilacahuin.
Número de estudiantes	Misión San Juan 232 estudiantes. Quilacahuin con 144 estudiantes.
Edades	6 y los 12 años.
Objetivo de uso de la radio	Potenciar los procesos de enseñanza-aprendizaje de los estudiantes de educación básica y media, declarados en vínculo con la cultura mapuche-huilliche, pueblo representativo de la Patagonia chilena. La radio como elemento educativo, dada la tradición histórica de la comuna.
Mecanismo de recolección de información	Entrevista a 7 profesores de asignaturas generales de los dos colegios, encargados de crear y producir el material radiofónico y una entrevista al coordinador académico de ambas instituciones, quien además, es el impulsor y encargado del proyecto que utiliza la radio como recurso docentes. Revisión de 17 archivos de audio en formato de cápsula radial, producto del material radiofónico generado por los docentes. El análisis se centró en la estructura del guion, la pertinencia disciplinar de la información, los recursos

sonoros, duración y creatividad de las propuestas.

Fuente: (Carias et al; 2021).

Carias (2021) analizó las actividades realizadas en los tres colegios de Chile, a partir del diseño propio de unidades de análisis y categorías de competencias, que brinda la alfabetización mediática como: competencias de acceso y uso, comprensión crítica y competencias comunicativas.

El siguiente cuadro destaca las competencias mediáticas que desarrollan los colegios Bahía Mansa, Misión San Juan, y Quilacahuin de Chile.

Tabla 6: Competencias mediáticas de los colegios Bahía Mansa, Misión San Juan, y Quilacahuin de Chile

Competencias	Descripción de cada competencia
Aceso y uso.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estudiantes y profesores usan las TICs: como Smartphones, computadores, televisión, radio e Internet. 2. Nivel básico y medio de los medios de comunicación tradicionales. 3. Los docentes conocen los beneficios de los medios para potenciar áreas de formación de sus estudiantes en lo referente a la lectoescritura, historia y la cultura en términos de interculturalidad. 4. Los estudiantes entienden que la radio es una herramienta para conocer una parte de su esencia cultural mapuche-huilliche y también la radio los ayuda a comprender áreas temáticas vinculadas con sus estudios. 5. Se evidencia elementos de brecha digital, debido a la zona rural, pero esto no afecta el uso constante de las TICs y los mismos medios de comunicación. 6. Docentes están al tanto de los recursos formativos de la radio. 7. Por desconocimiento o desinterés, los profesores no se animaban a producir contenidos para el apoyo de sus estudiantes.
Comprensión	<ol style="list-style-type: none"> 1. No se evidencia elementos que indiquen actitud crítica o reflexiva con

crítica.

respecto a los medios de comunicación.

2. Los docentes, estudiantes, administrativos, dirigencia, educadores tradicionales comentaron sobre la necesidad de crear líneas temáticas que apunten al resguardo y revitalización cultural a partir del trabajo con la radio.
3. Los docentes y los estudiantes debaten con respecto a los medios
4. Docentes y estudiantes elaborar productos mediáticos que dan espacio al debate y sobre el rol de la radio y también se propone acerca de otros medios como la televisión y los medios digitales.
5. En la Escuela Rural de Bahía Mansa, los estudiantes demostraron interés por de tener un papel más activo con respecto a su relación con los medios, sobre todo en el uso de aplicaciones como Instagram, Tik Tok.
6. Los colegios Misión San Juan y Quilacahuin, plantean la necesidad de revisar los significados de los medios de comunicación para que los estudiantes sean conscientes de los efectos negativos que estos pueden tener en temas como valores ciudadanos, formas de vida y relaciones sociales.

Comunicativa.

1. Los estudiantes tienen habilidad para generar contenidos, uso de las TICs, estrategias de difusión mediática y trabajo colaborativo.
2. Los estudiantes poseen habilidades cognitivas para producir contenidos por medio de algunas app o aplicativos insertados en redes sociales, o dentro de los dispositivos como: smartphone o Tablet.
3. El nivel de calidad es aceptable para hacer radio, desde su aspecto técnico edición, montaje de sonido, silencio y efecto.
4. El aprendizaje del uso de dispositivos y herramientas por parte de los estudiantes ha sido autodidacta y no se evidencia, ninguna proceso claro a seguir para la producción.
5. Estudiantes buscan innovar expresarse por medio de la creación de contenidos radiofónicos.
6. Los docentes no poseen competencias en el uso de ciertas tecnologías,

- y buscan apoyo en los estudiantes para generar contenidos radiales.
7. Los docentes han descubierto en la radio una línea de trabajo que facilita la innovación de sus prácticas pedagógicas
 8. Los contenidos radiofónicos creados por los profesores y estudiantes, demuestran una relación con la realidad en que viven inmersos ambos grupos de actores.
 9. Los mensajes están relacionados con la cultura indígena, salud, problemas comunales, territorio y la naturaleza a través de programas en vivo o cápsulas radiales educativas, y mensajes que se adhieren a su cultura.
 10. La mayoría de los programas y producciones de radio en todas las escuelas posee un discurso enfocado en dos mundos, niñas y niños rescatan en sus guiones elementos que muestran el estar en dos realidades.

Fuente: (Carias et al; 2021).

De acuerdo a las experiencias de radio realizadas en colegios rurales en Chile, se puede resaltar algunas competencias de la alfabetización mediática como: creación de contenido propio para los medios, en este caso radio y redes sociales de interés por parte de los estudiantes, también competencias críticas, cuando problematizan sobre los medios o debaten sobre el rol de la radio, reflexionan con respecto a los medios, y son conscientes de sus efectos negativos en temas como valores ciudadanos, formas de vida y relaciones sociales.

El siguiente esquema muestra las características del colegio las Lomas de España que cuenta con proyectos de radio orientados en el desarrollo de competencias mediáticas.

Tabla 7: Descripción colegio las Lomas de España

País	España.
Colegio	Las Lomas.

Número de estudiantes	24.
Edades	17-18 años.
Objetivo de uso de la radio	Ser mediadora para ayudar en el aprendizaje de los usos del móvil en la adolescente.
Mecanismo de recolección de información	<p>La observación participante de los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Los usos del smartphone. -Actitud y participación en la fase preparatoria (debate). -La búsqueda de información. -Desarrollo de habilidades comunicativas. -Organización y trabajo en equipo. -Uso del valenciano como lengua vehicular durante todo el proceso.

Fuente: (Pérez & Iglesias, 2020) .

A continuación se presenta las competencias que desarrolla el colegio las Lomas de España.

Tabla 8: Competencias mediáticas colegio las Lomas de España

Competencias	Descripción de cada competencia
Acceso y uso.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estudiantes y profesores usan las TICS: como Smartphones, computadores, radio e Internet, plataforma podcast, redes sociales. 2. Nivel medio de los medios de comunicación tradicionales. 3. Los docentes conocen los beneficios de los medios para potenciar la escucha activa y formar en habilidades comunicativas.
Comprensión crítica.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los adolescentes debaten sobre su propia experiencia y opinan con respecto a las consecuencias negativas del uso del móvil en niños y jóvenes. 2. Los estudiantes son conscientes de lo dependientes que son respecto al Smartphone. 3. Los estudiantes reflexionan las consecuencias negativas del uso excesivo del celular en su vida diaria y en sus estudios.

4. Los estudiantes exponen el tema de las relaciones sociales entre la gente joven a través del Whatsapp, correo electrónico y redes sociales.
5. Los estudiantes analizan que webs visitan con más asiduidad a través del móvil y la utilidad que obtienen de ello.
6. Conocimientos sobre los orígenes del móvil, que desconocían, y que el cyberbullying lo padecen los más indefensos.
7. Toman conciencia de permanecer conectados al celular en cada momento y se comprometen a observar más a su alrededor.
8. Los docentes lanzan preguntas y provocan una reflexión y una escucha activa de los adolescentes, las preguntas son: ¿Cuál es y cuál debería ser la función de un móvil? después de conocer los orígenes y el desarrollo del móvil hasta nuestros días, ¿De qué manera ha determinado el trabajo y las relaciones sociales, de los ciudadanos? ¿y de la gente joven?, Imaginad que nacéis en 1965 ¿Cómo pensáis que sería vuestra vida? ¿Relación a la familia, trabajo, estudios, sin móvil, ¿Por qué el cibera coso? , ¿Qué es exactamente? y si alguna vez, sin daros cuenta, ¿Habéis hecho o sufrido cyberbullying? Deben hacer un análisis DAFO del móvil. A partir de ahí ¿Quién gana?

-
- Comunicativa.
1. La redacción como la locución se realiza en valenciano, una de las dos lenguas oficiales de la Comunidad Valenciana, ante la necesidad de mejorar su competencia lingüística tanto oral como escrita.
 2. Mejora de la expresión oral habilidades comunicativas, que es el mayor problema que presenta el alumnado.
-

Fuente: (Pérez & Iglesias, 2020).

De acuerdo a la experiencia escolar en España, podemos afirmar que un programa de radio enfocado en una alfabetización mediática y digital que mencione problemáticas de la tecnología como el celular, es preciso para los estudiantes, ya que evidencia un logro en materia de conciencia, como por ejemplo el uso del teléfono móvil.

Marco conceptual

Competencia: Para Villa y Poblete (2007): Es el buen desempeño en contextos diversos y auténticos basado en la integración y activación de conocimientos, normas, técnicas, procedimientos, habilidades y destrezas, actitudes y valores” (pp.23-24). Los autores estiman que las competencias son factores de superación individual y grupal, lo que permite valorar su aplicación en contextos educativos, mediante estrategias didácticas innovadoras (Araya et al; 2018, p.12).

Comunicación intercultural: Es un proyecto de convivencia, de relación, comunicación y aprendizaje entre personas de distintas identidades culturales y raciales, que comparten sus conocimientos, sus formas de vida, valores y tradiciones en espacios comunes. Igualmente es un lugar para saber y conocer del “otro”, mediante conexiones simétricas y de respeto que permitan espacios dialógicos y verdaderamente democráticos (Carias, 2021, p. 97).

Cyberbullying o ciberacoso: “Uso de medios telemáticos a través de internet, telefonía móvil o videojuegos para ejercer el acoso psicológico entre iguales” (Pérez. & Iglesias, 2020, p.332).

Desinformación: “Hace referencia a la distorsión de la información difundiendo noticias falseadas que engañan al receptor final” (Pérez, 2019, p.67).

Grooming: “Prácticas online de ciertos adultos para ganarse la confianza de menores fingiendo empatía con fines de satisfacción sexual” (Pérez. & Iglesias, 2020, p.332).

Inmigrante digital: Según Rosario “son las personas que han nacido anteriormente y se han tenido que ir adaptando a la introducción de las nuevas tecnologías y formándose para conocer su funcionamiento, usos, y demás aspectos digitales” (Economipedia. 2018).

Infoxicación: “Exceso de información, recibir centenares de informaciones cada día, a las que no puedes dedicar tiempo (Cornella, 2003)” (Sánchez, 2019, p. 35)

Nativo digital: “Los que han nacido en pleno boom de las nuevas tecnologías, y se han educado desde su origen”. (Economipedia. 2018)

Noticias falsas: Según Cebrián Se clasifican en: Sensacionalistas: Estrategia en la que la información o noticia se presentan más interesante, extraordinaria y relevantes de lo que podría ser el caso, por lo llamativo de los titulares. Tergiversadas Estrategia para dirigir y controlar la opinión pública, conseguir una actitud determinada en los públicos hacia la institución, dirigentes o hacia sus competidores. No probadas: Cuando en la noticia los datos no son suficientes para apoyar la afirmación (Jiménez-Aleixandre, 2010). Falsas: “cuando la noticia tiene parte del contenido, ya sean pruebas, opiniones, datos, que no sea adecuado a la realidad sucedido. Incompletas: Entendido como un posible rumor (en el que faltan más datos o un contexto y que puede llegar a ser peligroso por la rápida difusión que puede tener en las redes, y el pánico que puede llegar a ocasionar (Starbird, Maddock, Orand, Achterman, & Mason, 2014), (Nguyen, Yan, Thai, & Eidenbenz, 2012) (2019, p.25, 26).

Pensamiento crítico: Conjunto de aptitudes y destrezas que hacen posible que el individuo tome decisiones sobre qué hacer y en qué creer empleando para ello la reflexión y la racionalidad, la calidad de los argumentos de un individuo, la elaboración de su punto de vista y la formulación de sus proposiciones claras y de pertinencia en un contexto, son manifestaciones de una mente abierta y crítica (Cantero et al; 2020, p.85).

“Bertacchini y Alves, 2016) refiere el pensamiento crítico: como habilidades o procesos cognitivos tales como la interpretación, el análisis, la evaluación, la inferencia, la explicación y la autorregulación” (Cantero.et al; 2020, p.85).

Posverdad: Busca reforzar la fuerza apelativa del lenguaje para que, presentando las cosas como hechos, el receptor no pueda formar juicio propio, y acepte la realidad tal y como le ha sido transmitida. Y lo hace apelando al sentimiento, en la esfera de lo instintivo y lo afectivo, cambiantes e influenciables según la dirección de la imaginación (Núñez, 2018, p. 210).

Sexting: “Envió de contenidos de tipo sexual, sobre todo fotografías y videos producidos generalmente por el propio remitente, por medio de teléfonos móviles” (Pérez. & Iglesias, 2020, p.332).

Tecnologías emergentes: Herramientas, conceptos, innovaciones y avances utilizados en diversos contextos educativos al servicio de diversos propósitos relacionados con la educación. Son potencialmente disruptivas, todavía no han sido completamente comprendidas ni tampoco suficientemente investigadas (pp. 3-4). Pueden migrar hacia nuevas versiones (Cantero.et al; 2020, p.86).

TICs: Se conciben como el universo de dos conjuntos, representados por las tradicionales Tecnologías de la Comunicación (TC) constituidas principalmente por la radio, la televisión y la telefonía convencional y por Tecnologías de la Información (TI), (informática, de las comunicaciones, telemática y de las interfaces). Constituyen herramientas teórico conceptual, soportes y canales que procesan, almacenan, sintetizan, recuperan y presentan información de la forma más variada, y ahora en esta era podemos hablar de la computadora y de la Internet (Rosales et al; 2021, p. 259).

Análisis de los datos

A continuación se plantean diferentes tablas que compilan la información de alfabetización mediática, alfabetización mediática informacional, sociedad, información mediática, fenómenos de la información, medios de comunicación, educación escolar y docente mediático para posteriormente analizarlos.

Tabla: 9 Alfabetización Mediática

Elementos de la alfabetización mediática	Definición	Autor
Es clave en la alfabetización mediática.	-Creación y producción.	Carias et al; 2021.
Importancia.	-Facilita la participación ciudadana. -Da respuesta a cómo interpretar los medios fuera del aula.	López y Espinar 2022.
Autores que hablan de competencias críticas que se desarrollan.	-Acceso y uso, comprensión crítica y comunicativa. -“Educación que contribuya al uso crítico no solo de los medios de comunicación convencionales sino también del teléfono móvil y de las videoconsolas antes de que den lugar a comportamientos patológicos”(Pérez. & Iglesias, 2020, p.332). - “La educación “sobre” medios sería una educación para una recepción activa y crítica de los mensajes mediáticos, se puede hacer desde la ética o desde la gramática.” (Narváez, 2019, p.21). - “Acercar los medios de comunicación a las instituciones educativas para su estudio y	Carias 2021. Pérez. & Iglesias, 2020. Narváez 2019. Pablos et al., 2018

análisis crítico” (Pablos et al., 2018, p.118).

- “Declaración de Grünwald, realizada por Unesco en 1982 (Pérez, 2007), la cual exhorta a los gobiernos a desarrollar la educación en medios, con el fin de que los sujetos sean más críticos de aquellos contenidos que consumen” (Valdivia et al; 2018, p.7).
Valdivia et al; 2018.

Competencias.	“Una competencia mediática que enseñe sobre los propios medios de comunicación” (Pérez et al; 2020, p.332).	Pérez et al; 2020, p.332.
Indicadores de competencias mediáticas.	-El Lenguaje. -La Tecnología: TICs. -Procesos de interacción. -Procesos de producción y difusión. -Ideología.	Mateus 2019.
Elementos.	-Conocer el uso y funciones de los medios. -Evaluar de manera crítica su contenido. -Emplear el contenido para expresarse y participar democráticamente. - Entender el papel y las funciones de los medios en las sociedades democráticas. -Entender las condiciones bajo las cuales los medios pueden cumplir sus funciones. -Evaluar de una manera crítica el contenido de los medios a la luz de las funciones de los medios. -Comprometerse con los medios para la auto-expresión y la participación democrática. -Revisar destrezas (incluyendo TICs) necesarias para producir contenido generado por los usuarios. (Aguirre et al; 2019, p. 27)	Núñez 2022. Aguirre et al; 2019.

- Reconocimiento del papel de los medios de comunicación en el contexto de las sociedades democráticas y el marco internacional de los derechos humanos.

-Reflexión sobre el rol de los medios de comunicación como instrumento al servicio de la educación.

Carias 2021.

Configuración de los medios de comunicación como constructo cultural y social, donde las personas se representan, identifica y erigen. (Carias 2021, p.95).

La alfabetización mediática incluye los símbolos de los medios de comunicación de masas más tradicionales, de las tecnologías de la información y la comunicación más recientes y de las otras formas de comunicación características de nuestra sociedad». De hecho, la comprensión de las TICs como una vertiente más del sistema mediático contemporáneo y no un ente independiente en el actual panorama comunicativo, marcado por la convergencia mediática, tecnológica y económica. (Rius,2018,et al, p .98)

Rius et al; 2018.

Principios para formar ciudadanos alfabetizados.

-Comprensión del proceso comunicativo.
 -Identificar la finalidad de la comunicación.
 - Auto-conciencia.
 -Interpretar y entender el mensaje correctamente.
 -Entender las características del canal comunicativo.
 -Identificar al público objetivo.
 - Garantizar la comprensión del mensaje por

Alarcón, 2020.

parte del público. (Alarcón, 2020, p. 40)

Dimensiones en la alfabetización mediática.	<p>-El sujeto alfabetizado mediáticamente</p> <p>-El sujeto consciente</p> <p>-El sujeto activo</p> <p>-El sujeto crítico</p> <p>-El sujeto social</p> <p>-El sujeto creativo.</p> <p>(Carias, 2021, p. 26)</p> <p>En sujetos activos: están los consumidores y productores.</p> <p>Educación en medios con el fin de que los sujetos tengan la capacidad de ser productores y participar en el espacio público constituido por los mensajes mediáticos que circulan</p> <p>Declaración de Grünwald, realizada por Unesco en 1982 (Pérez, 2007) cual exhorta a los gobiernos a desarrollar la. (Valdivia et al; 2018, p.7).</p> <p>- El término prosumidor, aunque llega ahora con un fuerte impulso, se emplea por primera vez en los años 70 y surge de la unión de los conceptos de productor y consumidor (McLuhan y Nevitt, 1972)” (García y Contreras, 2018, p.29).</p>	<p>Carias, 2021.</p> <p>Valdivia et al; 2018.</p> <p>García y Contreras, 2018.</p>
Como involucrarla en la escuela.	<p>Desde los ministerios para que modifiquen los currículos escolares, enfocados en capacitación estudiantes y maestros en educación mediática, es un trabajo político, pero también se puede desde lo docentes.</p>	<p>González, 2021.</p>
Alfabetización mediática digital.	<p>Alfabetización digital mediática implica un cambio en la forma en la que accedemos, analizamos y evaluamos los media, ya que la</p>	<p>Galván, 2021.</p>

web ofrece muchas posibilidades para elegir información, complicando el panorama de los media (González, 2012, p. 22)” (Galván, 2021, p. 89).

Implica.	<p>Los alumnos descubran y analicen dónde se encuentran en ese mundo de representación para poder definir más tarde su relación con el mundo real y poder participar así en su transformación”. (López y Espinar, 2022, p.12).</p> <p>Aspectos de la educación emocional: Definición y reconocimiento de cada emoción, hasta las habilidades para gestionirlas, ya que solo conociendo y controlando las propias emociones se puede garantizar el poder sobre uno mismo” García et al; 2018, p.17).</p>	<p>López y Espinar ,2022.</p> <p>García et al; 2018.</p>
Habilidades para Producir y consumir.	<p>-Suficiencia y decisión para comprender el contenido independientemente de las interferencias del proceso comunicativo.</p> <p>-Entender el alcance e influencia, sobre las audiencias.</p> <p>-Entender los mensajes transmitidos.</p> <p>-Separar emoción y razón, para responder acorde al contenido.</p> <p>-Presentar, entendimiento de las convenciones de género”. (Alarcón, 2020, p. 40)</p>	Alarcón, 2020.
TICs.	<p>TICs son fuerzas ambientales que afectan nuestra identidad, nuestra forma de socializar, nuestra concepción de la realidad y nuestra interacción con esa realidad (Floridi, 2015).”(Mateus et al; 2019, p.13).</p> <p>La saturación informativa, los modelos de</p>	<p>Mateus et al; 2019.</p> <p>Lotero et al.,</p>

	comunicación de muchos a muchos desde la perspectiva prosumidor potenciados por las TICs. (Loterio et al., 2018, p.297).	2018.
Tiene un alcance.	Ético, estético, político y económico que no pueden pasar desapercibidas en la formación de los futuros formadores, ni menos ser consideradas de forma autónoma unas de otras (Mateus et al; 2019, p.13).	Mateus et al; 2019.
Conciencia mediática.	En nuestros días supone estar alfabetizado mediáticamente, lo que también se ha denominado conciencia mediática, mecanismo que permitiría el acceso y la apropiación de las tecnologías, así como de los instrumentos, lenguajes y códigos que permitirían procesar la información, producirla, difundirla y la participación de los individuos, las instituciones y colectivos de toda índole” (Pérez Tornero & Varis, Pérez Tornero & Varis, 2012) (Carias, 2021, p.95).	Carias, 2021.

Fuente: Aguirre et al; (2019), Alarcón, (2020), Carias (2021), Galván (2021), García et al; (2018), García y Contreras, (2018), González, (2021), López y Espinar (2022), Lotero et al., (2018), Mateus (2019), Narváez (2019), Núñez (2022), Pablos et al., (2018), Pérez et al; (2020), Pérez. & Iglesias, (2020), Rius et al; (2018), Valdivia et al; (2018).

Nota. Esta tabla muestra los elementos y características de la alfabetización mediática de acuerdo a cada autor.

Del cuadro anterior se puede decir que la esencia de la alfabetización mediática es la creación y producción de contenido, su importancia está relacionada en que facilita la participación ciudadana y da respuesta a cómo interpretar los medios fuera del aula. También en

este ámbito se desarrollan habilidades para producir y consumir contenido: como la capacidad para comprender el contenido sin importar las alteraciones en proceso de comunicación, entender el alcance y poder en la audiencia, entender los mensajes transmitidos, actuar separando la emoción de la razón para responder acorde al contenido, presentar entendimiento de los géneros narrativos (Alarcón, 2020).

Conforme al esquema, se encuentra cinco autores con ideas en común de desarrollo de competencias críticas, los autores que defienden esta noción son: Carias (2021), Pérez & Iglesias (2020), Valdivia (2018), Narváez (2019) y Pablos (2018).

Diferencias en sus posturas: para Carias (2021) debe haber acceso y uso de los medios, Pérez & Iglesias refiere uso crítico no solo de los medios de comunicación convencionales, sino también del teléfono móvil y de las videoconsolas, Narváez (2019) habla de que la crítica de los mensajes se puede hacer desde la ética o desde la gramática, y Pablos (2018) asegura que se debe acercar los medios de comunicación a las instituciones educativas para su estudio. Además, Pérez (2020) habla de una competencia mediática que enseñe sobre los propios medios de comunicación.

Dentro de los indicadores de competencias mediáticas se encuentra el lenguaje, la tecnología, TICs, procesos de interacción, procesos de producción y difusión y la ideología (Mateus, 2019).

Aguirre (2019) y Carias (2021) hablan de identificar el papel de los medios como elemento de la alfabetización mediática. Diferencias encontradas entre estos dos autores: Aguirre expone el identificar las funciones de los medios, y Carias habla desde un reconocimiento de los medios en un contexto internacional de derechos humanos, los dos autores concuerdan en que se debe entender el papel de los medios en un contexto de sociedad democrática. Otras diferencias

encontradas en el tema de medios de comunicación: Aguirre habla de entender las condiciones para que los medios cumplan su función, y evaluar el contenido de estos de acuerdo a sus funciones, Carias tiene una idea más enfocada en la educación, comenta que se debe reflexionar sobre los medios para que estén al servicio de la educación.

Los dos autores anteriores apoyan la participación democrática, lo expresan de distintas maneras pero la idea final es común, en donde están de acuerdo en que se le permita a la sociedad participar, por ejemplo Aguirre (2019) comenta: apoyar por medio de los medios la participación democrática, y Carias (2021) dice que los medios de comunicación deben reunir varios elementos de construcción cultural y social, donde las personas se representan, identifican y se constituyen.

Rius (2018) agrega elementos como los símbolos de las TICs, y de otros medios o formas de comunicación modernas. Se puede comprender que este autor se refiere a los medios alternativos como redes sociales.

El manejo de las TICs como elemento de la alfabetización mediática, solo lo menciona Aguirre y Rius , Aguirre comenta que se debe verificar la capacidad de manejo de las TICs necesarias para producir contenido, y que sea generado por los usuarios, es decir, Aguirre apoya la idea del término actual que hoy se emplea: el prosumidor, quien es el sujeto que consume y a la vez produce, mientras que Rius habla de comprender las TICs como parte del sistema mediático, y no un ente independiente, en el que el actual paisaje comunicativo está caracterizado por la confluencia mediática tecnológica y económica.

Algunos autores como Galván (2021), refieren el término de alfabetización digital mediática, como una transformación en la forma como se accede, analiza y evalúa todos los medios, ya que el mundo actual, cuenta con varios herramientas para acceder a la información,

y esto complica el panorama de los media, de acuerdo con esto, se puede decir que los medios han crecido con el avance de las TICs, ya que éstas ponen a disposición de la sociedad nuevos software y dispositivos que permiten acceder a la información con facilidad, aumentando la información. Lotero afirma esta idea “La saturación informativa, los modelos de comunicación de muchos a muchos desde la perspectiva prosumidor potenciados por las TICs,” (Lotero et al., 2018, p.297). Además las TICs no solo aumentan la información, también influyen en la sociedad. Las TICs afectan la identidad personal, la figura de socialización, la noción personal y la relación con la realidad (Mateus, 2019). Por esto dentro de las competencias mediáticas se debe involucrar uso y dominio de las TICs al tiempo que se da la competencia crítica.

Formar ciudadanos mediáticos requiere de varios principios como el conocimiento del proceso de comunicación, reconocer el objetivo de la comunicación, autoconciencia, entender y deducir el mensaje de manera correcta, asimilar las características del canal comunicativo, reconocer al público objetivo y asegurar la comprensión del mensaje en el público (Alarcón, 2020).

De las dimensiones en la alfabetización mediática, se puede decir que éstas determinan al sujeto que queremos llegar a crear, por eso se habla de sujeto consciente, activo, crítico, social y creativo.

El aporte de Valdivia (2018) en que la educación en medios debe desarrollar personas con competencias de producción y de participación pública, permite entender que esto es dado desde las dimensiones, ejemplo: la dimensión sujeto activo se da cuando la persona produce sus contenidos y participa, además se conceden otras dimensiones, ya que para producir contenido y participar, es importante enfocarlo desde un sujeto consciente de los mensajes que emite, también la participación se da por un sujeto que es social, y la producción de contenido se

proporciona por un sujeto creativo que busca nuevas formas de expresarse de manera auténtica en los mensajes.

González (2021) afirma que para involucrar la educación mediática en los colegios es importante tratarlo desde lo político, en los ministerios, pero también a partir de los docentes, esta idea es lógica, ya que desde un ente regulador se puede favorecer los procesos para que los colegios tomen compromiso de éste tipo de educación y no como una opción, sin embargo, por temas de procesos políticos de espera y aprobación, es importante concienciar a los docentes y entidades educativas escolares, para que se esfuercen por implementar, capacitar de manera autónoma a los docentes.

Lo mediático según Mateus “tiene un alcance ético, estético, político y económico que no pueden pasar desapercibido en la formación de los futuros formadores, ni menos ser consideradas de forma autónoma unas de otras” (et al; 2019, p.13).

Mateus da peso a la idea de tomar como prioridad la educación mediática, desde la escuela, no esperando el apoyo político y en cambio debe darse por un trabajo autónomo, de conciencia por una educación de calidad, que no esté fuera de las realidades sociales mediáticas, y la cantidad de información que hoy nos invade .No solo Mateus da peso de la necesidad de alfabetización mediática, también Carias refiere:

En nuestros días supone estar alfabetizado mediáticamente, lo que también se ha denominado conciencia mediática, mecanismo que permitiría el acceso y la apropiación de las tecnologías, así como de los instrumentos, lenguajes y códigos que permitirían procesar la información, producirla, difundirla y la participación de los individuos, las instituciones y colectivos de toda índole (Pérez Tornero & Varis, Pérez Tornero & Varis, 2012) (2021, p.95).

En la alfabetización mediática se descubre y se analiza dónde nos encontramos en el mundo de representación y poder resolver la relación con nuestro mundo real para buscar soluciones y transformaciones (López y Espinar, 2022).

Para entender mejor el concepto de representación y analizar lo que dice el autor, es importante traer la definición de representación social, Villarroel (2007):

La noción de representación social tiene una naturaleza abierta que permite la integración de las experiencias subjetivas individuales y de los sistemas de interacción social. Su estudio atañe, en consecuencia, tanto a los procesos de producción y transformación” del conocimiento común respecto a diferentes objetos sociales, como a los campos cognoscitivos estructurados que contienen los sistemas de representación (p.452).

A partir de lo planteado por López y Espinar (2022) y del concepto de representación se puede decir. El mundo de representación está dado por opiniones, convicciones, sentires de cada persona, conferido por un aspecto subjetivo, y desde ahí los sujetos deben interpretar el mundo real, escoger lo útil ,significativo y racional para sus vidas, pero también en ese mundo de representación, encontramos lo emocional que juega un papel muy importante en la educación mediática, porque cuando las personas comparten contenido o acceden a la información de los medios, pueden ser influenciados en sus decisiones personales. Un tema en el que participa las emociones, por eso se deben controlarlas.

García (2018) comenta que desde la alfabetización mediática exista una educación emocional para que ayude a garantizar el dominio propio, pero también se puede añadir, que la educación emocional también ayuda a proceder con responsabilidad en el momento de acceder a la información y producir contenido.

Entre los aspectos que se deben tratar en la educación emocional, están el concepto y descubrimiento de cada emoción y las habilidades para tratar las emociones (García et al; 2018).

El esquema siguiente muestra la importancia, propósito, leyes y los elementos de la alfabetización mediática informativa.

Tabla: 10 Alfabetización mediática informativa

Conceptos de AMI	Definición	Autores
Definición.	Conjunto combinado de competencias conocimientos, habilidades y aptitudes necesarias para la vida laboral y cotidiana. Engloba todas las formas de medios de comunicación y otros proveedores de información como bibliotecas, archivos, museos, Internet y películas, independientemente de las tecnologías utilizadas (Unesco, 2018, p 2).	Unesco, 2018.
Propósito.	Empoderar a los usuarios en: <ul style="list-style-type: none"> -Tecnología. - Funciones de los medios de comunicación. -Mecanismos para la creación y distribución de contenidos. -Efectos de los medios de comunicación. -Derechos de las personas a la información y de expresión. -Responsabilidades de aquellos que utilizan, arbitran y controlan los medios de comunicación y en diseño de tecnologías nuevas y emergentes. -Uso éticos de las tecnologías nuevas y emergentes. (Naciones Unidas, 2020).	Naciones Unidas, 2020.
Importancia.	-Fomenta el acceso equitativo y crítico a la información y al conocimiento. <ul style="list-style-type: none"> -Promueve medios de comunicación independiente, 	Carias, 2021.

libre y pluralista.

-Ayuda a reconocer el papel de la comunicación.

-Ayuda a reconocer la importancia de la comunicación y todo aquello que la compone.

-Determina medios de comunicación, información o semiótica.

-Determina la preponderancia e impacto en nuestra vida cotidiana de los elementos mediáticos.

-Ofrece insumos y facultades para comprender desde una perspectiva reflexiva y crítica las funciones de los medios de comunicación e información.

-Otorga la posibilidad de tomar decisiones pertinentes como usuarios y generadores productores de contenido mediático (Pérez Escoda, 2017).(Carias, 2021, p. 94)

Araya et al; 2021, p.13.

-“Permite definir y articular necesidades de información

-Permite evaluar el uso ético de la información

-Promueve el uso de las TICs para producir contenidos generados por la propia ciudadanía. (Araya-Rivera, 2018)” (Araya et al; 2021, p.13).

Cortes, 2019.

-Promoción de un uso conveniente de la información, independiente del medio y del formato en el que esta última se presente (Cortes 2019, p. 414).

Leyes de AMI.

-La información y la comunicación son fundamentales para la participación ciudadana y el desarrollo sostenible en todas sus formas

Virtual educa, 2021.

-Todo ciudadano es un creador de la información y/o conocimiento.

-Los mensajes de información, los medios de comunicación no conllevan siempre un valor neutro y por lo que la verdad debe hacerse comprensible.

-Todos los ciudadanos tienen derecho a acceder y

comprender la nueva información / conocimiento / mensajes.

- La alfabetización mediática e informacional no se adquiere de manera inmediata, es un proceso vivo y una experiencia dinámica” (Virtual educa, 2021)

Aprobado desde el Senado.	El objeto de presente ley es promover en la educación básica y media la alfabetización mediática y digital, así como la enseñanza de herramientas y criterios de veracidad sobre la información contenida y que circula en internet para enfrentar el fenómeno de las noticias falsas (Muñoz et al; 2020, p.1-2).	Muñoz et al; 2020.
Integra.	<ul style="list-style-type: none"> -Alfabetización Informacional. -Alfabetización Multimedial. -Alfabetización Computacional. <p>Entre otras, con el fin de facilitarle a la ciudadanía la comprensión de las funciones de los proveedores de información (bibliotecas, medios de comunicación, Internet) (Araya et al; 2021, p.13).</p>	Araya et al; 2021.

Fuente: Araya et al; (2021), Carias (2021), Cortes (2019), Muñoz et al (2020), Naciones Unidas (2020), Unesco (2018), Virtual educa, (2021).

Nota. Esta tabla muestra los elementos y características de la alfabetización mediática informacional de acuerdo a cada autor.

Araya tiene en común con la Unesco de que las (AMI) comprenden varios medios y canales de información: bibliotecas, medios de comunicación, Internet.

Propósito de la alfabetización mediática informacional: fortalecer la sociedad en tecnología, conocimiento del uso de medios de comunicación, y mecanismos para la creación y distribución de contenidos, efectos de los medios de comunicación, derechos de las personas a la información y de expresión responsabilidades de aquellos que utilizan, arbitran y controlan los

medios de comunicación, diseño tecnologías nuevas y emergentes y uso éticos de las tecnologías nuevas y emergentes (Naciones unidas, 2020).

Tres autores mencionan su importancia, dentro de los cuales esta Carias (2021), Araya (2021) y Cortes (2019). Para Carias ayuda al acceso de la información de manera justa y crítica, promueve otros medios de comunicación independientes, ayuda a reconocer el papel y la importancia de la comunicación y sus componentes, establece los medios de comunicación, información o semiótica, señala el impacto de los medios en la vida personal, ofrece insumos y facultades para comprender desde una perspectiva reflexiva y crítica las funciones de los medios de comunicación y la información, confiere capacidad para tomar decisiones pertinentes como usuarios y productores de contenido mediático.

Carias (2021) y Araya (2021) tienen la idea en común de que la importancia de las (AMI) está dada porque ayuda a definir la información y la importancia de ésta. Por otro lado Araya afirma que es importante porque promueve el uso de las TICs, Cortes refiere que ayuda a los ciudadanos para expresarse después de estar bien informados, y que las AMI favorecen en el estar conectado con la sociedad. Cortes y Araya comparten la idea de que ayuda al uso ético de la información.

De acuerdo con la definición de la (AMI) dada por la Unesco (2018), Naciones Unidas (2020), y Carias (2021), se puede comprender que ésta se interesa en el uso ético de las TICs, la concienciación de los derechos de la comunicación: como el acceso equitativo a la información y libertad de expresión.

La alfabetización mediática informacional busca formar ciudadanos activos, empoderados de la tecnología, sus derechos y deberes, que logran crear un nuevo contenido de valor a través de los medios de comunicación tradicionales, y en los más recientes como las

redes sociales, después de que los ciudadanos han adquirido conocimiento en mecanismos para la creación y distribución de contenidos, responsabilidad de liderar un medio comunicativo; funciones de los medios, su efecto, y actitud crítica con respecto al impacto de los medios en la vida personal. Los sujetos alfabetizados tienen la responsabilidad para elegir, construir y compartir el conocimiento.

Para comprender mejor la importancia de la alfabetización mediática es importante tener presente el panorama mediático de la sociedad, información, fenómenos de la información, los medios de comunicación, la educación escolar y los docentes. A continuación se presenta las características de la sociedad.

Tabla: 11 La sociedad

Características	Significado	Autor
La sociedad solicita. ➡	Participación rompe el esquema funcional unidireccional de la industria mediática a la que se le plantea la urgente necesidad de repensar, reinventar y redefinir las rutinas productivas y los contenidos para mantenerse en el imaginario colectivo como un referente validador de la información (Romero-Rodríguez; Tejedor, 2020) (Barrios y Gutiérrez, 2022, p.2).	Barrios y Gutiérrez, 2022.
En la sociedad encontramos los Nativos digitales. ➡	“Crecieron con la tecnología, conociendo el lenguaje de los ordenadores, las dinámicas virtuales, las redes sociales, video juegos y viven de forma interconectada”. (Ureña, 2021, P.21)	Ureña, 2021.
En la sociedad se debe prevenir. ➡	“Ciberacoso, la radicalización y el discurso de odio entre los jóvenes” (et al; 2020, p.332).	Pérez et al; 2020.
Problemáticas	-Expuesta a cantidad de información :“La	Araya et al; 2021.

en la sociedad. sociedad está expuesto a gran cantidad de información, por lo que debería estar preparado para elegir información de calidad, de manera que ésta influya Positivamente en su toma de decisiones” (Araya et al; 2021, p.4)

-Carencia de competencias (AMI).
 “Los ciudadanos raramente poseen las competencias necesarias en materia de AMI para participar en todos los aspectos de la vida pública y en los procesos democráticos, y tomar decisiones fundamentadas sobre su propia vida” (Unesco, 2018, p. 3). Unesco, 2018.

Fuente: Araya et al; (2021), Barrios y Gutiérrez, (2022), Pérez et al; (2020), Unesco, (2018), Ureña, (2021).

Nota. Esta tabla comprende la problemática de la sociedad mediática, su demanda y las características de los nativos digitales.

La sociedad solicita participación ante la necesidad de repensar, reinventar, redefinir las rutinas productivas, y los contenidos de los medios para que sean un referente de información (Barrios y Gutiérrez, 2022). Los nativos digitales están expuestos a problemas de la red, trayendo consigo comportamientos patológicos, los cuales deben tratar en una educación mediática.

El siguiente esquema es una compilación de la problemática de la información de los medios.

Tabla: 12 Información mediática

Problemas	Descripción	Autor
La información es dada por subjetividades	Nunca han existido tantas posibilidades de acceso a la información, todas al servicio de reforzar las propias ideas, potenciando el sesgo de la confirmación, en el que se presta atención y credibilidad a la información que alimenta las creencias propias” (Núñez 2018, p. 212).	Núñez, 2018.
Cantidad de información se escapa de la comprensión. Oposición de lo real a lo falso.	“La cantidad de datos que las personas generan cada día es tan elevada que escapa a la comprensión” Unesco, 2018, p. 3).	Unesco, 2018.
Crear que tener acceso a mucha información va a desarrollar la razón.	“Existe una dicotomía entre lo que es real y lo que es falso, así como entre la cantidad de información disponible y el uso real y fundamentado de esta por parte del público. Unesco, 2018, p. 3). “La suposición de que lo racional es estar bien informado es uno de los problemas de nuestra época, en la que se considera que tener acceso a mucha información va a desarrollar la razón”. (Sancho et al; 2018, p.5).	Sancho et al; 2018.
Conocimiento.	. “La información es útil precisamente para quien tiene una razón desarrollada”. (Sancho et al; 2018, p.5). - El conocimiento es reflexión sobre la información. -Capacidad de discernimiento y de discriminación respecto a la información que se tiene. -Capacidad de jerarquizar, de ordenar, de maximizar, la	

información que se recibe.

-El conocimiento que nos permite aprovechar la información Savater (1998)” (Sancho et al; 2018, p.5)

Fuente: Núñez, (2018), Sancho et al; (2018), Unesco, (2018).

Nota. Esta tabla muestra los problemas de la información mediática de acuerdo a cada autor.

Se puede analizar que la información emitida por los medios está dada por subjetividades.

La cantidad de información se escapa de la comprensión y la información es beneficiosa para quien tiene una razón desarrollada.

Existe un pensamiento equivocado de que tener acceso a mucha información va a desarrollar la razón. Núñez agrega: “Nunca han existido tantas posibilidades de acceso a la información, todas al servicio de reforzar las propias ideas, potenciando el sesgo de la confirmación, en el que se presta atención y credibilidad a la información que alimenta las creencias propias” (Núñez 2018, p. 212).

¿Qué es el conocimiento?: “Es reflexión sobre la información, capacidad de discernimiento y de discriminación respecto a la información que se tiene, capacidad de jerarquizar, de ordenar, de maximizar, la información que se recibe. El conocimiento que nos permite aprovechar la información Savater (1998)” (Sancho et al; 2018, p.5).

Al compartir la información, los sujetos publican ideas o noticias que aprueban sus convicciones o potencian sesgos, y aquellas que van en contra de sus pensamientos las omiten, porque la idea es parecer que no están equivocados. Un mundo de fantasías en lo mediático, donde las personas escapan de sus realidades, y a su vez desahogan expresiones de odio y crítica. En esa era de la fascinación que nombra García (2018) olvidamos el conocimiento y la capacidad de pensar.

El primer actor en tener un cambio de mentalidad es el docente, el cual debe enfocarse en escoger y clasificar la información útil para sus estudiantes, y ayudar al adolescente o joven en saber elegir la información mediática indispensable para su vida en el rol como ciudadano mediático fuera de la escuela, por esto el docente debe contar con discernimiento, y ser sensible ante las necesidades de los estudiantes.

Para facilitar la comprensión de los fenómenos de la información se expone el siguiente esquema.

Tabla: 13 Fenómenos de la información

Fenómenos	Criterios	Significado	Autor
Fake News.	Significado.	“Imágenes masivas han contribuido al éxito de las «fake news», al dar una apariencia de fiabilidad a la información” Núñez, 2018, p.207).	Núñez, 2018.
	Caracterizada.	“Por premiar los conceptos simples, los titulares engañosos, todo aquello que atrae la atención (el clickbait) aunque pueda resultar simple” (Núñez, 2018, p.207).	Núñez, 2018.
Posverdad.	Significado.	“Presenta las cosas como hechos, para que el receptor no pueda formar juicio propio y acepte la realidad tal y como le ha sido transmitida. Recurriendo al sentimiento, lo afectivo según la dirección de la imaginación”	Núñez, 2018.

		(Núñez, 2018, p. 210).	Núñez, 2018.
Predomina.		-“Forma sobre fondo. -Imágenes sobre las ideas. -Búsqueda de respuestas simples que dividen el mundo en blanco o negro, en sí o no, y no admiten matices” (Núñez, 2018, p.207).	
Causa		- “La saturación informativa. -Los modelos de comunicación de perspectiva prosumidor potenciados por las TICs. Incidencia de las fake news en los procesos electorales” (Loterio et al,2018, p.297).	Loterio et al., 2018.
Fake news y las posverdades.	Dimensiones.	“Producción: donde importa desde conocer que existen códigos de regulación de los medios hasta saber cómo se viralizan los mensajes” (Mateus et al; 2019, p.13). “Procesos de interacción: para comprender por qué creemos relatos dudosos cuando cumplen una función emocional” (Mateus et al; 2019, p.13).	Mateus et al; 2019.

Fuente: Loterio et al;(2018), Mateus et al; (2019), Núñez, (2018).

Nota. Esta tabla muestra el significado, características y causas de cada fenómeno de la información.

Según lo anterior, el término posverdad se refiere a una verdad maquillada, podemos ver que esta se esconde a través de titulares llamativos con imágenes sensacionales, que captan la atención del cibernauta. En redes sociales los medios de comunicación como periódicos digitales y revistas, titulan una noticia de forma vistosa para que sea leída. También es la transformación de una verdad manipulada según intereses políticos, económicos, sociales o personales, para influir en las decisiones de un grupo determinado de personas.

La circulación de noticias falsas también se facilita por los caracteres emocionales de las personas, además de la carencia de actitud crítica y de conocimiento para saber tratar la información de los medios.

A continuación se presenta un cuadro que relaciona el papel y las problemáticas de los medios de comunicación.

Tabla: 14 Medios de comunicación

Papel de los medios	Problemáticas	Autores
Los medios se ocupan de representaciones y no de realidades; por lo que los significados de los medios no pueden separarse de la forma en que estos se expresan”. (López y Espinar, 2022, p.12)	Los medios de comunicación se ocupaban de informar, entretener y educar” (García et al; 2018, p.15). “Hemos pasado de la era de la información a la era de la fascinación en la que predomina la estimulación para ganarse la atención del espectador. Todo vale para persuadir y cautivar a los receptores” (García et al; 2018, p.15).	López y Espinar, 2022.
“Los medios de comunicación y la tecnología desempeñan un papel importante en la promoción de los valores democráticos y las sociedades	“Bajo la presión de la inmediatez, se delinea una crisis de representación	

inclusivas” (Unesco 2018).	de la realidad y de las personas que no se sienten simbolizadas ni reconocidas por los medios” (Barrios y Gutiérrez, 2022, p.2).	Unesco, 2018.
	“Sin duda, el excesivo volumen de información que circula por el ecosistema digital golpea la fidelización, el reconocimiento, la confianza y la credibilidad del periodismo y los medios de comunicación frente a las nuevas audiencias” (Barrios y Gutiérrez, 2022, p.2).	
<hr/>		
	“Los medios de comunicación se ocupaban de informar, entretener y educar” (García et al; 2018, p.15).	García et al; 2018.
	“Hemos pasado de la era de la información a la era de la fascinación en la que predomina la estimulación para ganarse la atención del espectador. Todo vale para persuadir y cautivar a los receptores” (García et al; 2018, p.15).	
	“Bajo la presión de la inmediatez, se delinea una crisis de representación de la realidad y de las personas que no se sienten simbolizadas ni reconocidas por los medios” (Barrios y Gutiérrez, 2022, p.2).	
	“Sin duda, el excesivo volumen de información que circula por el	

ecosistema digital golpea la fidelización, el reconocimiento, la confianza y la credibilidad del periodismo y los medios de comunicación frente a las nuevas audiencias” (Barrios y Gutiérrez, 2022, p.2).

Fuente: García et al; (2018), Barrios y Gutiérrez (2022). López y Espinar, (2022), Unesco, (2018).

Nota. Esta tabla muestra el papel de los medios y sus problemáticas, de acuerdo a cada autor.

En cuanto a lo mencionado por López y Espinar (2022), de que los medios se preocupan por representaciones y no de realidades, se entiende que esta idea va relacionada con lo referido por Núñez (2018): “la comunicación convertida en espectáculo premiando los conceptos simples, los titulares engañosos, todo aquello que atrae el ecosistema de posverdad” (p. 207).

La representación transforma realidades y no favorece a los adolescentes o jóvenes para pensar desde su contexto, al contrario los aleja de este y los hace pensar en un mundo diferente al que viven, por ello los jóvenes son influenciados por modas y retos que dañan y transforman sus vidas en comportamientos negativos.

Según lo anterior es clara la necesidad de una alfabetización mediática para ayudar a los adolescentes a prepararse como ciudadanos fuera del entorno escolar, definir su mundo real y favorecer la democracia.

El entender el papel de los medios en la sociedad democrática es indispensable ante la influencia de los medios de comunicación, los cuales tienen una función emocional en los ciudadanos, y pueden hacer ver algo inadecuado como bueno y lo contrario, tanto es su capacidad que por eso son catalogados como el cuarto poder, y con el auge de las redes sociales toman más fuerza. Además, desarrollar la competencia de evaluar de manera crítica el contenido

de los medios, ayuda a reducir un poco los fenómenos de noticias falsas, posverdad, ciber-acoso, y discurso de odios, entre otras problemáticas, ya que los ciudadanos comparten información, sin cuestionar la fuente.

La calidad de la noticia o problema emitido por los medios es afectada cuando solo se mira de una perspectiva, los medios tienen el poder para dar a entender a la sociedad de que están siendo bien informados, por esto Núñez (2018) habla de que el receptor no puede dar juicios propios y acepta la realidad.

Se puede decir que la participación es una necesidad de la sociedad actual, así lo indica los autores Barrios y Gutiérrez (2022), quien definen a una sociedad inconforme con los medios, ya que estos no los representan por su baja calidad de información, la cual es ignorada debido a la necesidad de los medios de ser inmediatos.

En el siguiente esquema se expone las problemáticas de la educación escolar en cuanto a lo mediático.

Tabla: 15 Educación escolar

Problemática	Teoría	Autores
Carencia alfabetización mediática en el aula.	“Ninguna de las leyes educativas aprobadas hasta Ahora, han contemplado abordar directamente una alfabetización mediática que permita trabajar los medios de comunicación en el aula para adquirir conciencia crítica ante la información y desarrollar habilidades lingüísticas.” (Pérez. & Iglesias, 2020, p.332).	Pérez. & Iglesias, 2020.

	<p>“En mayor o menor medida, se han centrado más en el aspecto tecnológico a través de las conocidas Tecnologías de la Información y Comunicación, como dotación de ordenadores en los centros escolares, Proyector y pizarras digitales” (Pérez. & Iglesias, 2020, p.332).</p>	<p>Pérez. & Iglesias, 2020.</p>
<p>La educación se ha centrado en las TICs.</p>	<p>“Los documentos sobre alfabetización mediática en el ámbito escolar son escasos como también las investigaciones de los efectos de ésta, pese a que la alfabetización mediática es apoyada por numerosos organismos y es parte de la agenda de organizaciones internacionales como la Unesco y la Unión Europea” (Núñez et al, 2022).</p>	<p>Núñez et al, 2022.</p>
<p>Escases de documentos sobre alfabetización mediática escolar.</p>	<p>Existe un consenso general entre los investigadores en afirmar que la Educación mediática no ha tenido un papel importante en los currículos escolares, en los planes de estudios universitarios, en los medios de comunicación y en la propia sociedad, a pesar de la fuerte presencia de la comunicación mediática en todos los ámbitos de nuestra vida personal y social. Esta ignorancia y abandono de la educación mediática se manifiesta, entre otras cosas, en la ausencia de definiciones y, a partir de ahí, de</p>	<p>Pablos et al; 2018, p.124, 125.</p>
<p>Educación mediática no ha tenido un papel importante en currículos</p>	<p>abandono de la educación mediática se manifiesta, entre otras cosas, en la ausencia de definiciones y, a partir de ahí, de</p>	

escolares.	<p>evaluaciones sobre el grado de competencia mediática de las personas (Ferrés, 2011)”. (Pablos et al; 2018, p.124, 125).</p> <p>“En la formación no universitaria, la</p>	Pablos et al; 2018.
Educación mediática escolar mediocre.	<p>Educación mediática es poco integrada en los centros y en la formación de los docentes. El docente de primaria y secundaria está abocado a mínimos requisitos que plantea la prescripción del currículo, donde se observa que se desarrolla una Educación mediática, por ejemplo, sin ninguna referencia al uso de Internet (en el desarrollo curricular de la LOE) o bien con el de la LOMCE, con el desarrollo de una competencia digital incompleta y si es que se desarrolla para ciertas asignaturas, ya que, en Lengua Extranjera, Educación Física y Valores Sociales y Cívicos ni se menciona”. (Pablos et al; 2018, p. 25).</p>	
Instituciones educativas desvinculadas de las realidades sociales.	<p>“Obviar desde los centros educativos la educación mediática es seguir desvinculando a las instituciones de enseñanza de la realidad de los alumnos; crear mundos paralelos que evolucionan a distintas velocidades”.(Pablos et al., 2018, p.118)</p>	

Fuente: Pablos et al; (2018), Núñez et al, (2022), Pérez. & Iglesias, (2020).

Nota. Esta tabla muestra la problemática de la educación escolar de acuerdo a cada autor. Pablos (2018) y Pérez & Iglesias (2020) comparten la idea de que las (AMI) no han sido importantes en los currículos escolares, y lo más contradictorio del tema, es aun cuando existe una fuerte presencia de la comunicación mediática en todos los ámbitos de nuestra vida personal

y social Pablos (2018). Núñez (2022) refiere que la alfabetización mediática es parte de la agenda de organizaciones internacionales como la Unesco y la Unión Europea, además es apoyada por numerosos organismos.

Una idea diferente de Pérez & Iglesias (2020) con respecto a la postura de Pablos (2018), es que “En mayor o menor medida los colegios, se han centrado más en el aspecto tecnológico a través de las conocidas Tecnologías de la Información y Comunicación, como dotación de ordenadores en los centros escolares, Proyector y pizarras digitales” (p.332).

Además, Pablos (2018) refiere que la educación mediática es insignificante en la educación primaria y secundaria.

Es importante que el docente considere llevar los medios dentro del aula. Tema que estimula a todo agente educativo a capacitarse en cómo usar los medios tradicionales, y los nuevos como las redes sociales, en su aspecto técnico y funciones. Es significativo y el gran formar en alfabetización mediática, pues el estudio en este ámbito en los docentes es indiferente.

De acuerdo con Pablos (2018) de la incoherencia en la educación escolar en cuanto a lo que establece la LOMCE, ley orgánica para la mejora de calidad educativa, esta no es evidenciada dentro de la educación escolar, dado que sus términos son la excelencia y modernidad, en excelencia no se cumple, porque la educación mediática está incompleta o ni se menciona en los currículos escolares, en cuanto a la modernidad, los colegios no adaptan su educación a los nuevos cambios sociales, culturales, tecnológicos y de acceso a la información, tema que evita al estudiante desarrollar competencias necesarias para enfrentar las variables de la sociedad.

El siguiente cuadro resalta el perfil, problemáticas y retos de un docente mediático.

Tabla: 16 El docente mediático

Perfil	Problemáticas	Retos
<p>Prosumidor:</p> <p>-Productor de nuevos contenidos a partir de la organización de los recursos necesarios para generar contenido creativo e innovador.</p> <p>-Revisor de los materiales y contenidos didácticos que utiliza para sus propuestas didácticas, desde una mirada crítica, reflexiva y plural.</p> <p>-Observador del proceso de producción y difusión del contenido que transmite y facilita a su alumnado y su impacto, teniendo en cuenta las características, necesidades y preferencias de su audiencia, así como las emociones que en ellos provoca.</p> <p>-Seleccionador de contenidos y recursos adaptados a la era tecnológica y a las nuevas formas de aprendizaje asumidas en el currículum actual, enfocadas hacia metodologías activas y participativas.</p> <p>-Unificador de criterios de calidad, equidad, inclusión y difusión de los recursos que elabora para el aprendizaje de los contenidos, actitudes y valores establecidos para cada sesión didáctica.</p> <p>-Manipulador de herramientas digitales adaptadas a los nuevos medios de comunicación y a las características de los nuevos mensajes y productos mediáticos.</p> <p>-Identificador de estereotipos, malas prácticas, abusos y falta de veracidad de algunos mensajes y</p>	<p>-Los docentes afirman no haber realizado nada en relación a la alfabetización mediática y quienes sí lo han hecho ha sido por cuenta propia. Lo que pone en evidencia la necesidad de formar a educadores, o docentes competentes en comunicación dentro del ámbito de la educación reglada”. (Contreras, 2020, p. 71).</p> <p>-En América Latina, los docentes consideran que la tecnología no debe ingresar al salón de clase porque es pura diversión y distracción de los alumnos y perjudica el proyecto o currículum que tienen que enseñar, en vez de buscar las maneras de ayudarse de la tecnología o del interés que tienen los alumnos</p>	<p>Los profesores han tenido que adaptarse en diferentes épocas, y ahora no es la excepción, la generación entre los 35 y 55 años que no crecieron con las TICs son los llamados inmigrantes digitales quienes tuvieron que adaptarse a medida que estas se desarrollaron. (Ureña, 2021, P.21).</p>

contenidos que se distribuyen a través de los medios de comunicación y de los materiales didácticos.

-Dinamizador de la comunicación y la interacción eficaz y responsable que los niños y jóvenes establecen a través de los medios, las redes sociales y las tecnologías, dentro y fuera del contexto educativo.

-Organizador de los recursos docentes necesarios para la producción de contenidos audiovisuales creativos, críticos y responsables, favoreciendo la participación democrática de docentes y estudiantes en la cibernsiedad.

-Realizador de nuevos mensajes y contenidos, asumiendo la responsabilidad de cuidar la calidad tecnológica, epistemológica, artística, ética y moral del producto final”.

(García y Contreras, 2018, p.29, 30)

por el celular, sobre todo para cumplir los propósitos de su clase (González, 2021, p.4, 5).

Fuente: Contreras, (2020), García y Contreras (2018), González, (2021), Núñez et al; (2022).

Nota. Este esquema contiene el perfil, problemas y retos del docente mediático.

Cinco autores refieren diferentes temas importantes en el docente en materia de educación mediática que complementan características del profesor actual: La Unión Europea comenta de los deberes del docente de ayudar al estudiante a desarrollar competencias mediáticas que le permitan tener conocimiento de uso y producción de la información de los medios de forma positiva y responsable. García y Contreras hablan del carácter prosumidor del docente. y se puede analizar que antes de enseñar, el docente debe ser alfabetizado de manera mediática para que desarrolle competencias de prosumidor, como: productor de nuevos contenidos, revisor reflexivo y crítico de sus propios materiales didácticos, observador del

proceso de producción y difusión del contenido que transmite de acuerdo a necesidades de su audiencia, seleccionador de contenidos y recursos adaptados a la era tecnológica y a las nuevas formas de aprendizaje, unificador de criterios de calidad, manipulador de herramientas digitales, identificador de aspectos negativos de los mensajes emitidos, dinamizador de la comunicación y organizador de los recursos docentes necesarios para la producción de contenidos audiovisuales creativos, críticos y responsables, realizador de nuevos mensajes y contenidos (García y Contreras 2018).

Según Contreras falta educación mediática en los docentes, pues estos no están preparados para educar a los estudiantes en competencias mediáticas. Gonzales dice que el pensamiento de los docentes es un poco equivocado en el sentido de los celulares, en cambio de verlo como un distractor debe ser usado como un recurso de estrategia de enseñanza mediática

Los retos del docente según Ureña (2021) es adaptarse a la generación de nativos digitales y comprenderlos para saber orientarlos.

Compilación de las competencias de la Alfabetización Mediática Informativa

Como resultado del análisis de datos se compila las siguientes cincuenta y dos (52) competencias de la Alfabetización mediática informativa (AMI) de acuerdo a los autores: Alarcón, (2020), Carias, (2021), Cortes, (2019), Galván, (2021), García, (2018), López y Espinar, (2022), Mateus, (2019), Naciones Unidas, (2020) Narváez, (2019) Núñez, (2022), Pérez, (2020), Pérez & Iglesias, (2020) Rius, (2018), Valdivia. (2018).

1. Acceso y uso de las tecnologías (Carias, 2021).
2. Apropiación de las tecnologías (Carias, 2021).
3. Autoconciencia (Alarcón, 2020).
4. Competencias mediáticas: ideología (Mateus 2019).
5. Competencias mediáticas: Lenguaje (Mateus 2019).

6. Competencias mediáticas: procesos de interacción (Mateus 2019).
7. Comprensión de las Tics (Rius 2018).
8. Comprensión del proceso comunicativo (Alarcón, 2020).
9. Conocen las responsabilidades de aquellos que utilizan, arbitran y controlan los medios de comunicación. (Naciones Unidas 2020).
10. Conocen los derechos de la comunicación: la información y de expresión (Naciones Unidas 2020).
11. Conocen parte técnica de los medios (Mateus et al; 2019).
12. Conocimiento de comportamientos patológicos o consecuencias del internet: ciberacoso, la radicalización y el discurso de odio entre los jóvenes. (Pérez et al; 2020,).
13. Conocimiento de diseño tecnologías nuevas y emergentes (Naciones Unidas 2020).
14. Conocimiento en publicidad de mensajes (contenido viral) (Mateus et al; 2019).
15. Definen la información o semiótica, (Carias 2021).
16. Definen los medios de comunicación, (Carias 2021).
17. Definen y articular necesidades de información (Carias, 2021).
18. Definición y reconocimiento de cada emoción (García et al; 2018).
19. Desarrollan habilidades para consumir contenido (Alarcón, 2020).
20. Desarrollan habilidades para gestionar las emociones (García et al; 2018).
21. Determinan la preponderancia e impacto en nuestra vida cotidiana de los elementos mediáticos (Carias 2021).
22. Entendimiento de las convenciones de género (Alarcón, 2020).
23. Entienden el alcance e influencia de los medios sobre las audiencias. (Alarcón, 2020).
24. Entienden las características del canal comunicativo (Alarcón, 2020).
25. Entienden los mensajes transmitidos. (Alarcón, 2020).
26. Evalúan de manera crítica el contenido de los medios (Rius 2018), (Narváez, 2019).
27. Evalúan el uso ético de la información (Carias, 2021).
28. Existen elementos de alfabetización mediática como conocer el uso o rol de los medios (Núñez 2022).
29. Existen elementos de alfabetización mediática: como conocer las funciones de los medios. (Núñez 2022).
30. Garantizan la comprensión del mensaje por parte del público (Alarcón, 2020).

31. Identifican al público objetivo. (Alarcón, 2020).
32. Identifican la finalidad de la comunicación (Alarcón, 2020).
33. Interpretan los medios de comunicación (López y Espinar 2022)
34. Interpretan o entienden el mensaje de manera correcta (Alarcón, 2020).
35. Los estudiantes descubren y analizan dónde se encuentran en ese mundo de representación para poder definir su relación con el mundo real y poder participar así en su transformación (López y Espinar, 2022).
36. Participación ciudadana (López y Espinar 2022).
37. Participación en el espacio público (Valdivia et al; 2018).
38. Promueven medios de comunicación independiente, libre y pluralista (Carias 2021)
39. Realizan creación y producción de contenido a partir de la reflexión y comprensión de los contenidos obtenidos con propuestas y posturas personales (Carias et al; 2021), (Galván 2021).
40. Reconocen el papel de la comunicación (Carias 2021).
41. Reconocen la importancia de la comunicación (Carias 2021).
42. Reconocen los componentes de la comunicación (Carias 2021).
43. Reconocimiento del papel de los medios de comunicación en el contexto de las sociedades democráticas (Carias 2021).
44. Reconocimiento del papel de los medios de comunicación en el marco internacional de los derechos humanos. (Carias 2021).
45. Reflexión de los medios como constructo cultural y social, donde las personas se representan, identifica y erigen (Carias 2021).
46. Reflexión sobre el rol de los medios de comunicación como instrumento al servicio de la educación (Carias 2021).
47. Separan emoción y razón, para responder acorde al contenido (Alarcón, 2020).
48. Sintetizan la información obtenida (Galván 2021).
49. Uso conveniente de la información, independientemente del medio y del formato en el que esta última se presente. (Cortes 2019).
50. Uso crítico de las videoconsolas (Pérez. & Iglesias, 2020).
51. Uso crítico de teléfono móvil (Pérez. & Iglesias, 2020).

52. Uso ético de las tecnologías nuevas y emergentes (Naciones Unidas, 2020).

Análisis de experiencias de radio escolar enfocadas en alfabetización mediática

Análisis colegios rurales Bahía Mansa, Misión San Juan, y Quilacahuin de Chile

De las cincuenta y dos competencias halladas de la alfabetización mediática se evidencian solo trece de ellas en los tres colegios rurales. A continuación se expone las competencias identificadas:

Primera competencia: Acceso y uso de las tecnologías (Carias, 2021). El colegio evidencia uso de Smartphone, computadores, televisión, radio e internet, y existe un nivel básico y medio de estudiantes en los medios de comunicación tradicionales.

Segunda competencia: Entienden el alcance e influencia de los medios sobre las audiencias (Alarcón, 2020). Se encontró que los docentes conocen los beneficios de los medios, para potenciar áreas de formación de sus estudiantes en lo referente a la lectoescritura, historia y la cultura en términos de interculturalidad, en este caso los docentes reflexionan de la importancia de los medios de comunicación como la radio, para influir en temas educativos en sus estudiantes.

Tercera competencia: Reflexión sobre el rol de los medios de comunicación como instrumento al servicio de la educación (Carias 2021). Los docentes reconocen los beneficios de los medios para potenciar áreas de formación de sus estudiantes.

Cuarta competencia: Reflexión de los medios como constructo cultural y social, donde las personas se representan, identifica y erigen (Carias 2021). Se evidencia cuando los docentes comentan sobre la necesidad de crear líneas temáticas que apunten al resguardo y revitalización cultural a partir del trabajo con la radio, La mayoría de los programas y producciones de radio en

todas las escuelas posee un discurso enfocado en dos mundos, niñas y niños rescatan en sus guiones elementos que muestran el estar en dos realidades.

Quinta y sexta competencia: Realizan creación y producción de contenido a partir de la reflexión y comprensión de los contenidos obtenidos con propuestas y posturas personales (Carias et al; 2021), determinan los medios de comunicación (Carias 2021). Se ve reflejado en el momento en que los docentes y estudiantes elaboran productos mediáticos que dan espacio al debate sobre el rol de la radio, también se propone acerca de otros medios como la televisión y los medios digitales, los cuales están más dados por parte de los estudiantes en su gusto por las redes sociales, en la Escuela Rural de Bahía Mansa, los estudiantes demostraron interés por tener un papel más activo con respecto a su relación con los medios, sobre todo en el uso de aplicaciones como Instagram, TikTok.

Séptima competencia: Presencia de indicadores de competencias mediáticas como el lenguaje (Mateus 2019). Reflejada cuando los estudiantes buscan innovar para expresarse por medio de la creación de contenidos radiofónicos.

Octava competencia: Los estudiantes descubren y analizan dónde se encuentran en ese mundo de representación para poder definir su relación con el mundo real y poder participar así en su transformación. (López y Espinar, 2022). Los contenidos radiofónicos creados por los profesores y estudiantes, demuestran una relación con la realidad en que viven inmersos ambos grupos de actores.

Novena competencia: Existen elementos de alfabetización mediática como conocer el uso o rol de los medios (Núñez 2022). Docentes y estudiantes elaboran productos mediáticos que dan espacio al debate y sobre el rol de la radio y también se propone acerca de otros medios como la televisión y los medios digitales.

Décima primera competencia: Autoconciencia (Alarcón, 2020), determinan la preponderancia e impacto en nuestra vida cotidiana de los elementos mediáticos (Carias 2021). Los colegios Misión San Juan y Quilacahuin, plantean la necesidad de revisar los significados de los medios de comunicación para que los estudiantes sean conscientes de los efectos negativos que estos pueden tener en temas como valores ciudadanos, formas de vida y relaciones sociales.

Décimo segunda y décimo tercera competencia: Apropriación de las tecnologías (Carias, 2021). Comprensión de las TICs (Rius 2018): Los estudiantes tienen habilidad para generar contenidos, uso de las TICs, estrategias de difusión mediática y trabajo colaborativo.

En la competencia de acceso y uso se evidencia dos debilidades, la primera :elementos de brecha digital, debido a la zona rural, por tanto hay momento de desconexión con el internet, la segunda, los docentes por desconocimiento o desinterés, no se animaban a producir contenidos para el apoyo de sus estudiantes, esto es una problemática que se evidencia desde la teoría, la cual a través de autores como se habla de la falta de formación docente en AMI, donde es preciso destacar la labor del comunicador social tan importante en la educación, otras debilidades en la parte de competencias comunicativas es que no se evidencia elementos que indiquen actitud crítica o reflexiva con respecto a los medios de comunicación.

El nivel de calidad es aceptable para hacer radio, desde su aspecto técnico edición, montaje de sonido, silencio y efecto. Los docentes no poseen competencias en el uso de ciertas tecnologías, y buscan apoyo en los estudiantes para generar contenidos radiales. Es por esto, que a autores como comentan de que los docentes deben adaptarse a los nuevos cambios, en este caso a los nativos digitales para poder orientarlos.

Competencias carentes en los colegios rurales Bahía Mansa, Misión San Juan, y Quilacahuin de Chile

Las siguientes enumeraciones son las competencias carentes en los colegios rurales Bahía Mansa, Misión San Juan, y Quilacahuin de Chile:

1. Comprensión del proceso comunicativo (Alarcón, 2020).
2. Conocen las responsabilidades de aquellos que utilizan, arbitran y controlan los medios de comunicación. (Naciones Unidas 2020).
3. Conocen los derechos de la comunicación: la información y de expresión (Naciones Unidas 2020).
4. Conocen parte técnica de los medios (Mateus, 2019).
5. Conocimiento de comportamientos patológicos y consecuencias del internet: ciberacoso, la radicalización y el discurso de odio entre los jóvenes. (Pérez et al; 2020,).
6. Conocimiento de diseño tecnologías nuevas y emergentes (Naciones Unidas 2020).
7. Conocimiento en publicidad de mensajes (contenido viral) (Mateus et al; 2019).
8. Definen y articular necesidades de información (Carias, 2021).
9. Definición y reconocimiento de cada emoción (García et al; 2018).
10. Desarrollan habilidades para consumir contenido (Alarcón, 2020).
11. Desarrollan habilidades para gestionar las emociones (García et al; 2018).
12. Determinan la información o semiótica, (Carias 2021)
13. Entienden las características del canal comunicativo (Alarcón, 2020).
14. Entienden los mensajes transmitidos. (Alarcón, 2020).
15. Evalúan de manera crítica el contenido de los medios (Rius 2018), (Narváez, 2019).
16. Evalúan el uso ético de la información (Carias, 2021).
17. Existen elementos de alfabetización mediática: como conocer las funciones de los medios. (Núñez 2022)
18. Garantizan la comprensión del mensaje por parte del público (Alarcón, 2020).
19. Identifican al público objetivo. (Alarcón, 2020).
20. Identifican la finalidad de la comunicación (Alarcón, 2020).
21. Interpretan los medios de comunicación (López y Espinar 2022).
22. Interpretan o entienden el mensaje de manera correcta (Alarcón, 2020).
23. Participación ciudadana (López y Espinar 2022).

24. Participación en el espacio público (Valdivia et al; 2018).
25. Presencia de Indicadores de competencias mediáticas: ideología (Mateus 2019).
26. Presencia de Indicadores de competencias mediáticas: procesos de interacción (Mateus 2019).
27. Presentan, entendimiento de las convenciones de género (Alarcón, 2020).
28. Promueven medios de comunicación independiente, libre y pluralista. (Carias 2021).
29. Reconocen el papel de la comunicación (Carias 2021).
30. Reconocen la importancia de la comunicación (Carias 2021).
31. Reconocen los componentes de la comunicación (Carias 2021).
32. Reconocimiento del papel de los medios de comunicación en el contexto de las sociedades democráticas (Carias 2021).
33. Reconocimiento del papel de los medios de comunicación en el marco internacional de los derechos humanos. (Carias 2021).
34. Separan emoción y razón, para responder acorde al contenido (Alarcón, 2020).
35. Sintetizan la información obtenida (Galván 2021).
36. Uso conveniente de la información, independientemente del medio y del formato en el que esta última se presente. (Cortes 2019).
37. Uso crítico de las videoconsolas (Pérez. & Iglesias, 2020).
38. Uso crítico de teléfono móvil (Pérez. & Iglesias, 2020).
39. Uso ético de las tecnologías nuevas y emergentes (Naciones Unidas, 2020).

Análisis colegio las Lomas de España

De las cincuenta y dos competencias encontradas de la alfabetización mediática se evidencian solo doce en este colegio. Se expondrá a continuación las competencias:

Primera, segunda y tercer competencia: Acceso y uso de las tecnologías (Carias, 2021), Comprensión de las Tics (Rius 2018), apropiación de las tecnologías (Carias, 2021). Estudiantes y profesores usan las TICS: como Smartphones, computadores, radio e Internet, plataforma podcast, redes sociales, Nivel medio de los medios de comunicación tradicionales.

Cuarta competencia: Reconocimiento del papel de los medios de comunicación en el contexto de las sociedades democráticas y el marco internacional de los derechos humanos. (Carias 2021). Los docentes conocen los beneficios de los medios para potenciar la escucha activa y formar en habilidades comunicativas.

Quinta y sexta competencia: Autoconciencia (Alarcón, 2020), Uso crítico del teléfono móvil (Pérez. & Iglesias, 2020). Los adolescentes debaten sobre su propia experiencia y opinan con respecto a las consecuencias negativas del uso del móvil en niños y jóvenes. Los estudiantes son conscientes de lo dependientes que son respecto al Smartphone. Los estudiantes reflexionan las consecuencias negativas del uso excesivo del celular en su vida diaria y en sus estudios.

Séptima competencia: Determinan la preponderancia e impacto de los medios en nuestra vida cotidiana de los elementos mediáticos (Carias 2021). Se evidencia que los estudiantes exponen el tema de las relaciones sociales entre la gente joven a través del whatsapp, correo electrónico y redes sociales.

Octava, novena y décima competencia: Los estudiantes descubren y analizan dónde se encuentran en ese mundo de representación para poder definir su relación con el mundo real y poder participar así en su transformación. (López y Espinar, 2022), evalúan de manera crítica el contenido de los medios (Rius 2018), (Narváez, 2019), conocimiento de comportamientos patológicos y consecuencias del internet: cibera coso, la radicalización y el discurso de odio entre los jóvenes. (Pérez et al; 2020,). Se ve reflejado cuando los estudiantes analizan la webs, visitan con más asiduidad a través del móvil y la utilidad que obtienen de ello, conocimientos sobre los orígenes del móvil y del ciberbullying, toman conciencia de permanecer conectados al celular en cada momento y se comprometen a observar más a su alrededor, Los docentes lanzan preguntas y provocan una reflexión y una escucha activa de los adolescentes.

Décimo primera competencia: Determinan la información o semiótica, (Carias 2021). La redacción como la locución se realiza en valenciano, una de las dos lenguas oficiales de la Comunidad Valenciana, ante la necesidad de mejorar su competencia lingüística tanto oral como escrita.

Décimo segunda competencia: Presencia de Indicadores de competencias mediáticas: Lenguaje, (Mateus 2019). Mejora de la expresión oral habilidades comunicativas, que es el mayor problema que presenta el alumnado.

Competencias carentes en colegio las Lomas de España

Las siguientes enumeraciones son las competencias carentes en el colegio las Lomas de España.

1. Comprensión del proceso comunicativo (Alarcón, 2020).
2. Conocen las responsabilidades de aquellos que utilizan, arbitran y controlan los medios de comunicación. (Naciones Unidas 2020).
3. Conocen los derechos de la comunicación: la información y de expresión (Naciones Unidas 2020).
4. Conocen parte técnica de los medios (Mateus 2019).
5. Conocimiento de diseño tecnologías nuevas y emergentes (Naciones Unidas 2020).
6. Conocimiento en publicidad de mensajes (contenido viral) (Mateus et al; 2019).
7. Definen y articular necesidades de información (Carias, 2021).
8. Definición y reconocimiento de cada emoción (García et al; 2018).
9. Desarrollan habilidades para consumir contenido (Alarcón, 2020).
10. Desarrollan habilidades para gestionar las emociones (García et al; 2018).
11. Determinan los medios de comunicación, (Carias 2021).
12. Entienden el alcance e influencia de los medios sobre las audiencias. (Alarcón, 2020).
13. Entienden las características del canal comunicativo (Alarcón, 2020).
14. Entienden los mensajes transmitidos. (Alarcón, 2020).
15. Evalúan de manera crítica el contenido de los medios (Rius 2018), (Narváez, 2019).

16. Evalúan el uso ético de la información (Carias, 2021).
17. Existen elementos de alfabetización mediática como conocer el uso o rol de los medios. (Núñez 2022).
18. Existen elementos de alfabetización mediática: como conocer las funciones de los medios. (Núñez 2022).
19. Garantizan la comprensión del mensaje por parte del público (Alarcón, 2020).
20. Identifican al público objetivo. (Alarcón, 2020).
21. Identifican la finalidad de la comunicación (Alarcón, 2020).
22. Interpretan los medios de comunicación (López y Espinar 2022).
23. Interpretan o entienden el mensaje de manera correcta (Alarcón, 2020).
24. Participación ciudadana (López y Espinar 2022).
25. Participación en el espacio público (Valdivia et al; 2018).
26. Presencia de Indicadores de competencias mediáticas: ideología (Mateus 2019).
27. Presencia de Indicadores de competencias mediáticas: procesos de interacción (Mateus 2019).
28. Presentan, entendimiento de las convenciones de género (Alarcón, 2020).
29. Promueven medios de comunicación independiente, libre y pluralista. (Carias 2021).
30. Realizan creación y producción (Carias et al; 2021).
31. Reconocen el papel de la comunicación (Carias 2021).
32. Reconocen la importancia de la comunicación (Carias 2021).
33. Reconocen los componentes de la comunicación (Carias 2021).
34. Reconocimiento del papel de los medios de comunicación en el marco internacional de los derechos humanos. (Carias 2021).
35. Reflexión de los medios como constructo cultural y social, donde las personas se representan, identifica y erigen (Carias 2021).
36. Reflexión sobre el rol de los medios de comunicación como instrumento al servicio de la educación (Carias 2021).
37. Separan emoción y razón, para responder acorde al contenido (Alarcón, 2020).
38. Sintetizan la información obtenida (Galván 2021).
39. Uso conveniente de la información, independientemente del medio y del formato en el que esta última se presente. (Cortes 2019).

40. Uso crítico de las videoconsolas (Pérez. & Iglesias, 2020).

41. Uso ético de las tecnologías nuevas y emergentes (Naciones Unidas, 2020).

Comparación entre experiencias escolares de alfabetización mediática con uso de la radio

Colegios rurales Bahía Mansa, Misión San Juan, y Quilacahuin de Chile y colegio Las Lomas de España

Al comparar los tres colegios Bahía Mansa, Misión San Juan, Quilacahuin de Chile y colegio Las Lomas de España, se puede decir que los colegios de Chile solo están cumpliendo el 25% de los cincuenta y dos competencias de la alfabetización mediática, es decir, la alfabetización mediática en estos colegios es de nivel muy bajo y el colegio Las Lomas de España solo cumple el 23%, también cuenta con niveles mediáticos mínimos. Según esta pequeña muestra, los colegios de Chile tienen un poco más de nivel mediático que el de España.

Pero según Núñez: “Un estudio reveló que los estudiantes de Ecuador, Brasil y Perú muestran unos índices de alfabetización mediática mucho más bajos que los de España, Colombia y Portugal (García-Ruiz, et al., 2020)” (et al; 2022, p.180).

Según lo anterior, pude decir que si España es interpretada como un país que no tienen tan bajos niveles de alfabetización mediática entonces, ¿Cuáles son los porcentajes mínimos de alfabetización mediática de países como Ecuador, Brasil y Perú? Si el colegio Las Lomas de España analizado no alcanza a tener el 50% de las cincuenta y dos competencias de alfabetización mediática compiladas en la presente monografía.

Los colegios rurales Bahía Mansa, Misión San Juan, y Quilacahuin de Chile a pesar de estar en lo rural y contar con profesores empíricos en el tema, muestran tener algunos componentes de alfabetización mediática, sin embargo, hay falta de conocimiento, formación, e interés por parte de los docentes con el uso de los medios, de manera que, teniendo presente

las recomendaciones en este presente documento podrían conseguir un logro significativo en materia de alfabetización mediática con radio.

De las experiencia de radio escolares analizadas, se encontró que Chile no usa el celular como herramienta de alfabetización, pero España si la uso en el Colegio las Lomas: El cual lleva a cabo actividades radiofónicas de alfabetización mediática con el objetivo de que jóvenes de 17-18 años conozcan y mejoren el uso del smartphone, y dando como resultado, la conciencia sobre el uso del móvil y de la problemática del ciberbullying. Esto es apropiado tenerlo presente en todos los colegios, porque es un tema que está vigente en nuestros días, y no solo en los jóvenes, es un tema mundial que se puede empezar a tratar desde la educación escolar como lo aplica el Colegio las Lomas de España.

Metodología

En el estudio de esta monografía se aplicó el método cualitativo, por medio de un trabajo de revisión documental, para analizar y dar unas recomendaciones. Con relación al enfoque cualitativo, Urbina (2020) realiza los siguientes aportes: La investigación cualitativa por definición se orienta a la producción de datos descriptivos, como son las palabras y los discursos de las personas, quienes los expresan de forma hablada y escrita, además, de la conducta observable (Taylor, S.J. y Bogdan R., 1986). (p.1).

Tipo de investigación exploratoria

La presente monografía se desarrolló con un estudio exploratorio, en el que se investiga la teoría y conceptos, para analizarlos, brindar unos resultados y dar recomendaciones, se cita a Esteban (2018) para explicar la investigación exploratoria: Los estudios exploratorios sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados (p.2).

Fases de la investigación

Para establecer la importancia, aspectos de la alfabetización mediática en la educación escolar, problemáticas, retos de la sociedad mediática y la radio como herramienta útil de alfabetización mediática, se propuso como fases del trabajo la revisión bibliográfica, la determinación de categorías de análisis, a partir de cuadros comparativos que compilan la información de cada concepto, y de acuerdo a los aportes de cada autor se construye las ideas, para luego dar unos resultados finales, propuestas y recomendaciones.

La monografía se inicia con búsqueda de fuentes bibliográficas con relación a experiencias de alfabetización mediática en Latinoamérica con radio. La lectura de estas referencias facultó la selección de conceptos base, los cuales fueron indagados de manera específica para profundizar la investigación. Esto permitió construir una idea clara y avanzada del tema, y dar un hilo conductor en el documento, donde se narra aspectos como el panorama mediático en general y de la educación escolar mediática, significado de comunicación y educación, alfabetización mediática, alfabetización mediática informacional, alfabetización informacional versus mediática y por último radio educativa.

Los artículos de investigación indagados son tesis de grado y revistas de los últimos cuatro años 2018-2022. En la búsqueda de experiencias de radio escolar de alfabetización mediática, se utilizó Google académico y como descriptor: experiencias de alfabetización mediática con radio en colegios de Latinoamérica. De los treinta y cinco (35) documentos localizados que abordaban la temática, se eligió trece (13) documentos los cuales contenían experiencias escolares con radio, luego se abordaron para la presente investigación dos (2) documentos que contenían experiencias de alfabetización mediática con radio, que servían para analizar y apoyar esta investigación.

A partir del análisis de la lectura teórica, se compiló cincuenta y dos (52) competencias importantes de la alfabetización mediática agrupados en tres dimensiones. Los cuales sirvieron de categorías de análisis para evaluar las experiencias escolares encontradas, dar resultados, y proponer un instrumento para alfabetizar en los colegios, que serán de interés para el lector, el cual tendrá a la mano un resumen y compilación de los elementos importantes de la alfabetización mediática, que le pueden tener a bien en próximas investigaciones o en su rol educativo.

Finalmente, esta monografía responde a la línea de investigación contexto y desarrollo y las sublíneas comunicación educación y tecnología de la Universidad Nacional Abierta y A Distancia UNAD.

Resultados

La alfabetización mediática informacional (AMI) es un término complejo y también integral, aborda ámbitos como lo informacional y TICs, ésta última es el medio principal para acceder a la información, por eso es planteada dentro de la temática, ya que todo lo que es un canal de acceso a la información es fundamental analizarlo, y más cuando nos encontramos ante el panorama de comportamientos patológicos dados por la tecnología y la internet, los cuales deben tratarse desde una educación mediática. Pero si no se aborda desde ahora en los colegios, encontraremos la educación a un lado de la tecnología, donde la sociedad estará más propensa a caer en problemas o riesgos de la red.

La esencia de la alfabetización mediática es la creación y producción de contenido, su importancia está relacionada en que facilita la participación ciudadana y da respuesta a cómo interpretar los medios fuera del aula para lograr beneficios y aspectos positivos de la tecnología, también ayuda a elegir información de calidad y prevenir las consecuencias negativas de la red como los comportamientos patológicos y fenómenos de la información.

Galván (2021) propone cinco categorías: políticas TICs, tecnología, Información, conocimiento y comunicación, y Carias (2021) tres: acceso y uso, comprensión crítica, y comunicativa. De acuerdo a esto, para diseñar un instrumento útil de alfabetización mediática en los colegios, se escoge la dimensión política TICs de Galván (2021), porque es un término comprensible para el lector, y hace referencia a las competencias de acceso-uso y tecnología. Se selecciona la dimensión de comprensión crítica de Carias (2021), la cual reúne la información y conocimiento, por último la comunicativa, dimensión que comparte en común los dos autores.

Las cincuenta y dos (52) competencias identificadas como resultado de la compilación y análisis de la información de la alfabetización mediática informacional, se agrupan dentro de las

tres categorías elegidas: políticas TICs, comprensión crítica, y comunicativa. La dimensión Política TICs es importante porque aborda todo lo relacionado con tecnología, disponibilidad, así como el conocimiento, funcionamiento y manejo, a su vez la comprensión crítica encierra habilidades de lectura, comprensión, reflexión, evaluación de información a partir del mensaje, emisor, línea editorial, análisis de mensajes y reflexión del rol de medios, por lo que esta dimensión es parte central y fundamental dentro de una alfabetización, y la comunicativa: involucra elementos como: creatividad, habilidades técnicas, expresivas, sociales, personales, capacidad para producir, difundir, participación y coparticipación en diferentes medios electrónicos o redes sociales (Carias 2021).

Las tres dimensiones políticas TICs, comprensión crítica, y comunicativa trabajan de manera conjunta, se inicia con el desarrollo y conocimiento de las TICs, para posteriormente analizar los mensajes transmitidos, a través de la comprensión crítica, que permite hacer uso de la razón para analizar, reflexionar y adquirir el conocimiento, a fin de lograr desarrollar la última dimensión comunicativa, en la cual el sujeto produce y difunde contenido.

El siguiente esquema es el diseño propio de un instrumento para alfabetizar en los colegios, el cual contiene las tres categorías anteriormente explicadas, cada una de ellas comprende una serie de competencias las cuales se compilaron a partir de varios autores.

Tabla 17: Instrumento para alfabetizar en temática mediática

Categorías	Competencias
Políticas TICs (Galván 2021).	1. Acceso y uso de las
✓ Disponibilidad de tecnología	tecnologías (Carias, 2021).
✓ Conocimiento del funcionamiento y manejo de TICs (Carias 2021).	2. Apropiación de las tecnologías (Carias, 2021).
	3. Comprensión de las TICs (Rius

2018).

4. Conocen parte técnica de los medios (Mateus 2019).
5. Conocimiento de diseño tecnologías nuevas y emergentes (Naciones Unidas 2020).
6. Definen los medios de comunicación (Carias 2021).

Comprensión crítica:

Habilidades de:

- ✓ Lectura.
- ✓ Comprensión.
- ✓ Reflexión.

Evaluación de información a partir del:

- ✓ Mensaje.
- ✓ Emisor.
- ✓ Línea editorial.

Análisis mensajes.

Reflexión rol de medios (Carias 2021).

1. Autoconciencia (Alarcón, 2020).
2. Conocen las responsabilidades de aquellos que utilizan, arbitran y controlan los medios de comunicación. (Naciones Unidas 2020).
3. Conocen los derechos de la comunicación: la información y de expresión (Naciones Unidas 2020).
4. Conocimiento en publicidad de mensajes (contenido viral) (Mateus et al; 2019).
5. Definen la información o semiótica, (Carias 2021).
6. Definen y articulan necesidades de información (Carias, 2021).
7. Definición y reconocimiento

- de cada emoción (García et al; 2018).
8. Desarrollan habilidades para consumir contenido (Alarcón, 2020).
 9. Desarrollan habilidades para gestionar las emociones (García et al; 2018).
 10. Determinan la preponderancia e impacto en nuestra vida cotidiana de los elementos mediáticos (Carias 2021).
 11. Entendimiento de las convenciones de género (Alarcón, 2020).
 12. Entienden el alcance e influencia de los medios sobre las audiencias. (Alarcón, 2020).
 13. Evalúan de manera crítica el contenido de los medios (Rius 2018), (Narváez, 2019).
 14. Evalúan el uso ético de la información (Carias, 2021).
 15. Existen elementos de alfabetización mediática como conocer el uso o rol de los medios. (Núñez 2022).
 16. Existen elementos de alfabetización mediática: como conocer las funciones de los

- medios. (Núñez 2022).
17. Interpretan los medios de comunicación (López y Espinar 2022).
 18. Interpretan o entienden el mensaje de manera correcta (Alarcón, 2020).
 19. Los estudiantes descubren y analizan dónde se encuentran en ese mundo de representación para poder definir su relación con el mundo real y poder participar así en su transformación. (López y Espinar, 2022).
 20. Reconocen el papel de la comunicación (Carias 2021).
 21. Reconocen la importancia de la comunicación (Carias 2021).
 22. Reconocen los componentes de la comunicación (Carias 2021).
 23. Reconocimiento del papel de los medios de comunicación en el contexto de las sociedades democráticas (Carias 2021).
 24. Reconocimiento del papel de los medios de comunicación en el marco internacional de los derechos humanos. (Carias 2021).
 25. Reflexión de los medios como

constructo cultural y social,
donde las personas se
representan, identifica y erigen
(Carias 2021).

26. Reflexión sobre el rol de los
medios de comunicación como
instrumento al servicio de la
educación (Carias 2021).
 27. Sintetizan la información
obtenida (Galván 2021).
 28. Uso crítico de las
videoconsolas (Pérez. &
Iglesias, 2020).
 29. Uso crítico de teléfono
móvil (Pérez. &
Iglesias, 2020).
 30. Uso ético de las tecnologías
nuevas y emergentes (Naciones
Unidas, 2020).
-

Comunicativa:

Se involucran elementos como:

La creatividad,

✓ Habilidades

✓ Técnicas,

✓ Expresivas,

✓ Sociales

✓ Personales

Capacidad para producir y difundir

Participación y coparticipación en diferentes medios electrónicos: redes sociales (Carias 2021).

1. Conocimiento de comportamientos patológicos y consecuencias del internet: cibera coso, la radicalización y el discurso de odio entre los jóvenes. (Pérez et al; 2020,).
 2. Competencias mediáticas: ideología (Mateus 2019)
 3. Competencias mediáticas: Lenguaje (Mateus 2019).
 4. Competencias mediáticas: procesos de interacción (Mateus 2019).
 5. Comprensión del proceso comunicativo (Alarcón, 2020).
 6. Entienden las características del canal comunicativo (Alarcón, 2020).
 7. Entienden los mensajes transmitidos. (Alarcón, 2020).
 8. Garantizan la comprensión del mensaje por parte del público (Alarcón, 2020).
 9. Identifican al público objetivo. (Alarcón, 2020).
 10. Identifican la finalidad de la comunicación (Alarcón, 2020).
 11. Participación ciudadana (López y Espinar 2022).
 12. Participación en el espacio público (Valdivia et al; 2018).
 13. Promueven medios de
-

comunicación independiente,
libre y pluralista.

(Carias 2021).

14. Realizan creación y producción de contenido a partir de la reflexión y comprensión de los contenidos obtenidos con propuestas y posturas personales (Carias et al; 2021), (Galván 2021).
15. Separan emoción y razón, para responder acorde al contenido (Alarcón, 2020).
16. Uso conveniente de la información, independientemente del medio y del formato en el que esta última se presente. (Cortes 2019).

Fuente: Alarcón, (2020), Carias, (2021), Cortes, (2019), Galván, (2021), García, (2018), López y Espinar, (2022), Mateus, (2019), Naciones Unidas, (2020) Narváez, (2019) Núñez, (2022), Pérez, (2020), Pérez & Iglesias, (2020) Rius, (2018), Valdivia (2018).

Diseño propio.

Nota. Esta tabla representa tres categorías de (AMI) con una serie de competencias que corresponden a la temática de cada una de ellas.

Sobre la alfabetización mediática informacional (AMI), se evidencia que esta comprende la alfabetización mediática y alfabetización informacional como un conjunto unido, que guarda relación, puesto que la alfabetización mediática para cumplir con su objetivo, debe valerse de ciertas competencias de la alfabetización informacional, es decir, la alfabetización mediática

busca que el sujeto produzca su propio contenido, y para que éste se emita de manera adecuada, el sujeto debe estar consciente de la ética de la información; una habilidad contenida en la alfabetización informacional, la cual usa la información con ética, evalúa y organiza la información para solucionar un problema y comunicarlo. Además esta conexión o relación la determino la UNESCO.

El Propósito de la alfabetización mediática informacional es conformar o reunir diversas habilidades que ayudan a fortalecer la sociedad en tres dimensiones: políticas TICs, competencias de comprensión crítica, y competencias comunicativas, las cuales están agrupadas por otras habilidades, conformando un conjunto integral y complejo de habilidades que ayudan a formar ciudadanos activos, conscientes, creativos, críticos con valores y responsabilidad para consumir información, y producir contenidos en los medios, además, favorece en minimizar los comportamientos patológicos en sujetos a causa del entorno mediático, y la propagación de fenómenos de la información como noticias falsas y pos verdad. Por esto la educación mediática es integral, ya que forma individuos en el ser y hacer.

La sociedad se encuentra invadida por variedad de información, pero no está preparada o alfabetizada mediáticamente en competencias (AMI) para poder elegir el contenido de una manera correcta, sin embargo, está interesada en participar debido a la inconformidad con los contenidos de los medios, ya que estos emiten información con intereses propios y necesidad de inmediatez, sin importar la calidad o pertinencia del contenido.

En el mundo mediático encontramos dos generaciones: los nativos digitales, los cuales crecieron con la tecnología, y los inmigrantes digitales, generación de 35 y 55 años en adelante, que no crecieron con las TICs. Por esto, los actores educativos deben idear y discernir como enseñar a los nativos digitales, los cuales a pesar de ser hábiles en tecnología, no poseen competencias mediáticas suficientes para asimilar el mundo mediático, al contrario, están

expuestos a los problemas sociales de la red, de ahí que los docentes deben esforzarse por comprender al nativo digital, y entrar en su mundo para orientarlos de manera significativa.

Los fenómenos de la información como posverdad, noticias falsas, son dados por varios aspectos: los medios de comunicación, la necesidad de una inmediatez, la actitud del cibernauta dada por el ego, radicalismo, defensa de convicciones, falta de valores y las emociones personales.

Según hallazgos teóricos, se encontraron autores con idea en común de la reducida educación mediática en el ámbito escolar, pues se enfoca en una pequeña dimensión de la alfabetización mediática la cual es políticas TICs, donde solo se centran en el acceso y uso de la tecnología, pero no se da importancia a la educación mediática en todas sus dimensiones, aun cuando existe la LOMCE, ley orgánica para la mejora de calidad educativa, y formamos parte de una sociedad mediática en el ámbito personal y social, además de contar con el apoyo de grandes organizaciones como la UNESCO en el aspecto mediático.

De los documentos indagados se observó varios con literatura sobre las bondades de la alfabetización mediática, pero encontrar experiencias escolares registradas de alfabetización mediática específicas con radio fue difícil, no hay presencia de muchas investigaciones al respecto, por lo tanto en la búsqueda de experiencias escolares de alfabetización mediática con radio en latinoamérica, solo se encontró tres colegios rurales de Chile, y uno de España, los cuales contenían aspectos que son objeto de análisis.

Las experiencias escolares analizadas cumplen con las tres dimensiones: políticas TICs, comprensión crítica y comunicación, pero no acatan el 50% de los elementos compilados de la alfabetización mediática informacional, por lo que en recomendaciones se nombra de manera específica las competencias carentes en los colegios indagados.

Durante la búsqueda de experiencias escolares de alfabetización mediática con radio, se

encontró investigadores que llevan propuestas de alfabetización mediática con radio a varios colegios, poniendo a disposición talleres para preparar a los estudiantes y realizar un producto radial final, sin embargo, no se logra llevar a cabo estas estrategias porque para las instituciones educativas no es una prelación en la agenda de calificaciones de promoción de curso, por ello queda en segundo plano. De acuerdo a esto es importante implementar la educación mediática dentro de los currículos escolares.

Es fundamental que las entidades y docentes se esfuercen en activar la alfabetización mediática en los colegios, con la modificación de los currículos escolares enfocados en alfabetización mediática, involucrando los medios o un medio como herramienta útil para llevar a cabo este proceso de alfabetización, además implementar la materia de educación mediática en todo los cursos escolares.

Alfabetizar sujetos o estudiantes no se logra de la noche a la mañana, es un proceso complejo, completo e integral, que engloba varias competencias y habilidades para lograr formar ciudadanos activos, consientes, responsables e idóneos en el campo mediático, y lo más importante, que no afecte los medios a su vida personal. Los primeros alfabetizados deben ser los docentes, los cuales tienen grandes retos en materia de educación mediática, estos se expondrán en recomendaciones.

Los docentes no cuentan con un nivel de educación mediática óptimo para enseñar a sus estudiantes, hay que empezar a evaluarlos, por ello es preciso tener presente la evaluación de competencias que plantea Galván (2020), (Tabla 3: Cuadro de preguntas de Galván (2021) para evaluar el conocimiento de cada dimensión versus modificación sugerida) en el marco referencial de esta monografía.

Cada dimensión expuesta por Galván debe evaluarse con unas preguntas específicas. Sin embargo, se modifican varios interrogantes, ya que algunos de ellos no se consideran puntuales o

precisos para evaluar al profesor en su nivel de competencias o conocimiento mediático, pues no se trata de conocer el pensamiento personal del docente de lo que considera conveniente o no, por esto se adecua las preguntas para que den respuesta con respecto al conocimiento, y capacidad para manejar cada dimensión mediática, de esta manera, el docente realiza una autoevaluación con respecto al tipo de dimensión mediática que domina o no, además se enfocan las preguntas con el término la radio.

La alfabetización mediática informacional desarrolla competencias mediáticas que ayudan a crear nuevos contenidos dentro y fuera de la escuela a través de varias actividades, las cuales son materia reto del docente por proponer, para que la enseñanza dentro del aula tenga un acceso responsable de la información, por eso el docente debe ser un prosumidor, sujeto que sabe consumir y producir contenido con responsabilidad. Por esto se propone tener presente el cuadro de características del prosumidor, (Tabla: 1 El docente prosumidor) en el capítulo de marco referencial del presente documento.

La radio es importante porque da oportunidad al diálogo y es una herramienta útil para realizar procesos de alfabetización mediática, al ser de carácter auditivo permite el debate, la postura crítica, por lo cual facilita el desarrollo de competencias mediáticas que ayudarán a reducir las consecuencias de los fenómenos de la desinformación, junto con las problemáticas de la red y el uso sin sentido de los medios.

De las experiencias escolares analizadas de alfabetización mediática con radio, se encontró en común, carencia de treinta y tres (33) competencias, las cuales corresponden dos (2) de dimensión política TICs, veinte cuatro (24) en la dimensión comprensión crítica y siete (7) en la comunicativa. Esto significa que la dimensión por reforzar es la comprensión crítica, dicho análisis compagina con la teoría acerca de los nativos digitales, la cual comenta que estos cuentan con habilidades tecnológicas para consumir y crear contenido, y que las entidades

educativas se han centrado más en implementar las TICs. Por lo anterior es evidente de la carencia de competencias críticas, las cuales ayuda a desarrollar la razón y enfrentar información de los medios de manera coherente.

A continuación se representa a través del siguiente esquema las competencias que faltan por desarrollar en los cuatro colegios analizados, teniendo como base el instrumento diseñado para alfabetizar, expuesto al principio del capítulo resultados (Tabla 17: Instrumento para alfabetizar en temática mediática).

Tabla 18: Cuadro de competencias carentes en las experiencias escolares analizadas Colegios Bahía Mansa, Misión San Juan, Quilacahuin de Chile y las Lomas de España

Dimensiones	Competencias
Políticas TICs (Galván 2021). ✓ Disponibilidad de tecnología. ✓ Conocimiento del funcionamiento y manejo de Tics (Carias 2021).	1. Conocen parte técnica de los medios (Mateus 2019). 2. Conocimiento de diseño tecnologías nuevas y emergentes (Naciones Unidas 2020).
Comprensión crítica: Habilidades de: ✓ Lectura. ✓ Comprensión. ✓ Reflexión.	1. Conocen los derechos de la comunicación: la información y de expresión (Naciones Unidas 2020). 2. Conocimiento de las funciones de los medios. (Núñez 2022).
Evaluación de información a partir del: ✓ Mensaje. ✓ Emisor.	3. Conocimiento de las responsabilidades de aquellos que utilizan, arbitran y controlan

✓ Línea editorial.	los medios de comunicación. (Naciones Unidas 2020).
Análisis mensajes.	4. Conocimiento en publicidad de mensajes (contenido viral) (Mateus et al; 2019).
Reflexión rol de medios (Carias 2021).	5. Comprensión del proceso comunicativo (Alarcón, 2020).
Alberga el conocimiento.	6. Definen y articular necesidades de información (Carias, 2021).
	7. Definición y reconocimiento de cada emoción (García et al; 2018).
	8. Desarrollan habilidades para consumir contenido (Alarcón, 2020).
	9. Desarrollan habilidades para gestionar las emociones (García et al; 2018).
	10. Entendimiento de las convenciones de género (Alarcón, 2020).
	11. Entienden las características del canal comunicativo (Alarcón, 2020).
	12. Entienden los mensajes transmitidos. (Alarcón, 2020).
	13. Evalúan el uso ético de la información (Carias, 2021).
	14. Identifican la finalidad de la comunicación (Alarcón, 2020).
	15. Interpretan los medios de comunicación (López y Espinar

2022).

16. Interpretan o entienden el mensaje de manera correcta (Alarcón, 2020).
17. Presencia de ideología (Mateus et al; 2019).
18. Reconocen el papel de la comunicación (Carias 2021).
19. Reconocen la importancia de la comunicación (Carias 2021).
20. Reconocen los componentes de la comunicación (Carias 2021).
21. Reconocimiento del papel de los medios de comunicación en el marco internacional de los derechos humanos. (Carias 2021).
22. Sintetizan la información obtenida (Galván 2021).
23. Uso crítico de las videoconsolas (Pérez. & Iglesias, 2020).
24. Uso ético de las tecnologías nuevas y emergentes (Naciones Unidas, 2020).

Comunicativa:

Se involucran elementos como:

La creatividad,

- ✓ Habilidades.
 - ✓ Técnicas.
 - ✓ Expresivas.
-

1. Garantizan la comprensión del mensaje por parte del público (Alarcón, 2020).
2. Identifican al público objetivo. (Alarcón, 2020).
3. Participación ciudadana (López

<p>✓ Sociales.</p> <p>✓ Personales.</p> <p>Capacidad para producir y difundir</p> <p>Participación y coparticipación en diferentes</p> <p>medios electrónicos: redes</p> <p>sociales (Carias 2021)</p>	<p>y Espinar 2022)</p> <p>4. Participación en el espacio público (Valdivia et al; 2018).</p> <p>5. Promueven medios de comunicación independiente, libre y pluralista. (Carias 2021).</p> <p>6. Separan emoción y razón, para responder acorde al contenido (Alarcón, 2020).</p> <p>7. Uso conveniente de la información, (Cortes 2019).</p>
--	--

Fuente: Alarcón, (2020), Carias, (2021), Cortes, (2019), Galván, (2021), García, (2018), López y Espinar, (2022), Mateus, (2019), Naciones Unidas, (2020) Narváez, (2019) Núñez, (2022), Pérez, (2020), Pérez & Iglesias, (2020) Rius, (2018), Valdivia (2018).

Diseño propio.

Nota. Este cuadro representa las categorías y competencias que faltan por trabajar en las experiencias escolares analizadas, los cuales son Bahía Mansa, Misión San Juan, Quilacahuinde Chile y colegio las Lomas de España.

Retos y recomendaciones

En base a los resultados de la presente investigación y al aporte bibliográfico de este texto monográfico, se recomienda a entidades educativas, docentes y comunicadores sociales, involucrar en el proyecto educativo institucional (PEI), las (AMI) por medio de una materia de educación mediática que se desarrolle en conjunto con la radio, como escenario de enseñanza y aprendizaje, de esta manera los estudiantes estarán comprometidos con la educación mediática, ya que formaría parte de la malla curricular, y tendría la misma importancia que otras materias para promover al siguiente curso.

Los colegios o entidades educativas, profesores y comunicadores en su ejercicio educativo, tienen el deber de acoger los medios como parte de la enseñanza escolar “desde un enfoque multidireccional crítico y creativo en sus prácticas curriculares, como indica el autor Mártir Barbero” (Causado; et al 2018.p.4).

Las entidades educativas tienen el compromiso de realizar procesos de alfabetización a través de las redes sociales, aprovechar el gusto que tienen los jóvenes con estas, para ayudarlos a desarrollar competencias mediáticas que formen estudiantes consumidores, y creadores de contenido responsable; los jóvenes están avanzados en uso de aplicaciones y redes, por lo que es necesario trabajar en ellos aspectos de comunicación y crítica.

Se invita a las entidades educativas hacer que las redes sociales sean un canal inteligente de conocimiento a través del uso del celular, ya que la generación de nativos digitales creció en el mundo de las nuevas tecnologías, las cuales favorecen el contexto escolar directamente desde el aula. Ya no es solo el área de la economía y cultura, ahora es la tecnología la más importante, pues es a través de esta que se accede de forma fácil a otras áreas del conocimiento, además, permite adquirir herramientas didácticas para aprender, que favorecen al profesorado en clases con factor diferencia y motivación.

El llamado es a una alfabetización mediática escolar que se preocupe por abordar los fenómenos de noticias falsas, desinformación y pos verdad, debido a la fuerza que toman estos fenómenos y lo fácil que caen los ciudadanos en mentiras.

Se recomienda a los sujetos educativos, capacitarse en alfabetización mediática para ejercer con profesionalismo el campo de la educación y comunicación. Y ver la tecnología en el sentido de los celulares, no como un distractor, al contrario como un recurso de estrategia de enseñanza mediática.

A los docentes y entidades educativas se sugiere, tener presente el cuadro de alfabetización mediática (Tabla 17: Instrumento para alfabetizar en temática mediática) expuesto al principio de los resultados de esta investigación, este lo pueden adaptar de acuerdo a las necesidades de cada institución educativa.

Es pertinente que docentes y entidades educativas, antes de la práctica de alfabetización mediática apliquen la (Tabla 3: Cuadro de preguntas de Galván (2021) para evaluar el conocimiento de cada dimensión versus modificación sugerida), planteada en marco referencial de esta monografía, para valorar las condiciones en las que se encuentra el docente y estudiante, de esta manera, se inicia un proceso de alfabetización de acuerdo al nivel de mediático de cada a sujeto, y garantiza la calidad el proceso mediático .

Se propone a los actores educativos formar a las nuevas generaciones para que puedan desenvolverse en el entorno digital de manera coherente y crítica.

Importante abordar las tres dimensiones: políticas TICs, comprensión crítica y comunicativa, sin embargo, es pertinente trabajar más la dimensión de comprensión crítica, ya que ésta es el centro de la alfabetización mediática, porque aborda análisis y el conocimiento para posteriormente poderlo aplicar de manera correcta en la dimensión comunicativa, de la

mano de un buen uso de las TICs, que dará como resultado un individuo capaz de generar contenido responsable.

La educación mediática mejorar la calidad de la enseñanza y aprendizaje, sin embargo, no se debe ignorar los riesgos o problemas de la internet, por esto es importante educar desde la escuela brindando conocimiento al estudiante con respecto a comportamientos patológicos consecuencias de la internet como el ciberbullying y ciberacoso entre otros.

El docente debe ser consciente del poder que tienen los medios de comunicación, usando estos de manera inteligente, enfocándolos de manera educativa, es decir, desarrollar la competencia que aborda la alfabetización mediática la cual es: reflexionar sobre los medios como un constructo educativo.

Se aconseja emplear la radio educativa como herramienta de alfabetización mediática; puesto que la radio cuenta con la facilidad para permitir el desarrollo de competencias comunicativas: oralidad, lectura, escucha, dicción, escritura, ortografía, la integración de todos los miembros de la comunidad educativa y favorece el debate.

Según Pérez la radio es un medio interesante para los jóvenes nativos digitales, porque les permite expresarse mejor, trae aumento del uso de la biblioteca, visibiliza a los estudiantes y desarrollar otra forma de educar, es decir, de una manera más activa, abierta, democrática, con crítica y empática (Pérez,2021, p.23).

La radio educativa infantil es carente, esto es una oportunidad y reto para los agentes educativos de capacitarse en alfabetización mediática y radio enfocada en niños.

La invitación a colegios y actores educativos es ofrecer una formación escolar con espacios donde el estudiante pueda opinar con respecto a su entorno cultural, político y social,

además de informar a los estudiantes sobre la actualidad, para que el adolescente y joven esté formado como ciudadano educado, crítico y comprometido.

Se recomienda una educación mediática que gestiona lo emocional, para que el sujeto consumidor y creador de contenido sea ético en la información que emite, y sepa elegir la información de una forma objetiva, pues como se ha logrado interpretar en la bibliografía de esta monografía ,compartir la información desde un modelo emocional y de convicciones propias, implica seguir apoyando información falsa y pos verdad, por esto para despejar lo emocional, es necesario formar en valores de respeto por la ética de la información, y responsabilidad como sujetos coherentes, amantes del conocimiento integro, que seleccionan y administran la información, es decir, que aprecian el proceso mencionado por Sancho (2018) : “El conocimiento es reflexión sobre la información, es capacidad de discernimiento y de discriminación respecto a la información que se tiene, es capacidad de jerarquizar, de ordenar, de maximizar, la información que se recibe” (et al; p.5).

Varios aspectos importantes se proponen tratar desde una educación mediática: desarrollo de objetividad, coherencia y actitud crítica, trabajo de la personalidad radical, formación de valores, conocimiento de ética y derechos y deberes de la comunicación.

No es momento de limitarse a una educación y comunicación en el aula, es primordial una educación y comunicación por o con y a través de los medios.

Es importante tener presente que a medida que lo mediático va cambiando, los procesos de alfabetización mediática deben transformarse de acuerdo a las necesidades y nuevas problemáticas o fenómenos que se generen.

Recomendaciones para futuras investigaciones

De acuerdo a las experiencias de radio escolar analizadas, es necesario continuar con la línea investigativa de alfabetización mediática escolar con radio, para analizar si solo se está presentando niveles muy bajos de alfabetización en los colegios: Bahía Mansa, Misión San Juan, Quilacahuin de Chile y las Lomas de España, comparando con otros colegios de España y Chile, y así saber si es característico de estos países. Ya que según González:

Países como España han trabajado más y tienen un trabajo más avanzado en las escuelas, con planes de estudios más detallados para cada año de primaria o secundaria, lo que significa una diferencia muy grande con Latinoamérica, en lo que respecta a la inserción de medios dentro de la escuela y su aprovechamiento como un potencial recurso para mejorar la formación de cada uno de los estudiantes en congruencia con el entorno donde se desenvuelven (2021, p.8).

Para futuras investigaciones se propone analizar el instrumento diseñado de alfabetización mediática, con el fin de formular las actividades específicas o la manera como se desarrollaría cada competencia con su respectiva dimensión. Un trabajo muy dispendioso pero de gran utilidad porque facilitaría el desarrollo de la educación mediática en los colegios.

Conclusiones

La Unesco en el 2008 reconoció la importancia del enfoque de la alfabetización mediática e informacional (AMI) como un concepto compuesto, la estrategia consistió en reunir el ámbito informacional y mediático como un conjunto combinado de competencias necesarias para la vida laboral y cotidiana. De acuerdo con la Unesco y otros autores, las (AMI) son un sistema de competencias y habilidades que permiten empoderar a los usuarios en tecnología para la creación y distribución de contenidos, brinda conocimiento de uso, efectos, funciones importancia, impacto en nuestra vida cotidiana de los medios de comunicación para evaluar de manera crítica su contenido; y emplearlos para expresarse y participar democráticamente, además permite entender los derechos de la información y usos ético de las tecnologías nuevas y emergentes. Incluye medios de comunicación tradicionales, las TICs y todo lo que es un canal de acceso a la información.

La alfabetización mediática informacional (AMI) contiene varios elementos en forma de competencias, habilidades y capacidades, las cuales están integradas dentro de tres categorías: políticas TICs, comprensión crítica, y comunicativa.

El uso adecuado de la información conlleva a la investigación, y es el objetivo principal de la (AMI), la cual es importante porque permite crear o difundir contenido con responsabilidad. Además conciencia mediática se denomina también a la alfabetización mediática.

Según análisis realizado a los cuatro colegios indagados, la categoría de comprensión crítica es carente, esto concuerda con la teoría la cual habla del nativo digital como un sujeto hábil para tecnología, pero no sabe procesar la información de los medios.

La categoría crítica de la alfabetización mediática contiene más competencias y habilidades que las otras dos categorías como políticas TICs, y comunicativa. Esta el grueso o

tema central de la alfabetización mediática porque prepara al sujeto en teoría, conocimiento, análisis, reflexión de la información, le enseña acerca de los derechos de la comunicación para que pueda consumir y compartir contenido de forma responsable, creativa y ética.

La comunicación y educación es fundamental dentro de los colegios, y no solo es aquella que está contemplada dentro del aula por un docente que transmite conocimiento, usando una comunicación efectiva con diálogo, crítica, participación del estudiante y sin tecnología, también es una comunicación y educación para medios y por los medios, que requiere de una educación mediática, la cual se vale de la alfabetización mediática, para formar sujetos s idóneos.

Los directivos de los colegios deben ofrecer cursos para que sus maestros se capaciten en alfabetización mediática. El ministerio de educación tiene el compromiso de ser el ente rector que tome la iniciativa de capacitar a docentes en estos temas.

No involucrar los medios en la educación escolar, implica vulnerar los derechos de la comunicación, y estar detrás de una educación de calidad. La educación debe avanzar y no quedarse en el modelo tradicional de comunicación en el aula, de dictado en cuadernos, exposiciones en cartulina; la nueva sociedad digital mediática saca al docente de su zona de confort, y lo estimula a capacitarse más, ignorar esto desde las entidades educativas es una desventaja para el estudiante y el docente.

La falta de compromiso y responsabilidad por parte de los agentes educativos de formarse y educar en alfabetización mediática, hará que la educación este lejos de ser de calidad, porque estaría alejada de la realidad que viven los adolescentes y jóvenes en materia mediática, donde continuaremos avanzando con una sociedad manipulada en la toma de decisiones políticas o de cualquier otra área, que a daña la reputación de ciertas empresas o ciudadanos, aumenta en comportamientos patológicos y apoya fenómenos de la información.

Existe una incoherencia en la educación escolar en cuanto a lo que establece la LOMCE,

ley orgánica para la mejora de calidad educativa, pues esta no es evidenciada dentro de la educación escolar, dado que sus términos son la excelencia y modernidad, en excelencia no se cumple, porque la educación mediática está abordada de manera mínima en aspectos de acceso y uso de las tecnologías y en cuanto a la modernidad, los colegios no adaptan su educación a la nueva sociedad mediática, tema que evita al estudiante desarrollar competencias necesarias para enfrentar las variables de la sociedad.

El profesor de cualquier área del conocimiento debe estar preparado según los cambios de la sociedad en materia de acceso a la información mediática, y ser el primer alfabetizado en lo mediático, de esta forma está preparado para enseñar a niños y jóvenes en estas competencias.

La educación de medios crea usuarios activos críticos, consientes, sociales para que puedan desenvolverse de manera significativa en el campo mediático.

Un recurso de mayor fuerza educativa, económico, de fomento de valores y oportunidades educativas, que favorece el trabajo colaborativo entre profesores y estudiantes, permite repasar de manera repetida y ayuda a memorizar los temas propuestos, es la radio, además, esta se adapta de forma fácil a los nuevos formatos de la internet, y permite la realización de varios productos como radionovelas que ayudan a motivar a los estudiantes.

El sentido de la radio es el lenguaje oral, por esto, resulta ser un medio considerable para implementar en los colegios como herramienta educativa que ayude a mejorar las competencias comunicativas: práctica de leer, escuchar, escribir y hablar.

Poner en práctica la alfabetización mediática en los colegios a través de la radio vale la pena, porque estimula la imaginación de la audiencia, además quien hace radio debe ser muy creativo. Es decir, la radio en su esencia misma porta componentes de alfabetización mediática como: creatividad, democracia debate y ayuda al desarrollo de habilidades comunicativas.

La búsqueda de experiencias de radio escolar de alfabetización mediática fue dispendiosa, ya que en ese proceso no se encontraron varios documentos significativos de objeto de análisis de la temática, solo se halló dos artículos que contenían experiencias escolares, uno de Chile en edades de 5 a 12 años y otro de España de 5 a 18 años.

Es necesario atender desde ya con educación mediática, antes de que tome fuerza las tecnologías emergentes, las cuales cautivarán y crearán una dependencia en las personas, pues su prospecto es hacer sentir en los sujetos el mundo que se recrea por el ciberespacio, y esto traería como consecuencia alejar más a las personas de sus contextos cotidianos, donde el mundo digital puede llegar a ser considerado más entretenedor o importante, que vivir la realidad cotidiana; los niños y jóvenes son más propensos a residir en esto.

Referencias Bibliográficas

- Aguilar Zumbado, S. D. C. (2020). Radio en línea para la Biblioteca Pública de Goicoechea.
- Aguaded, I., Gutiérrez, I. M., & Pedreira, M. C. C. (2018). Desarrollo de la competencia mediática en el contexto iberoamericano. *Revista Letral*, (20), p.156-182.
- Aguirre, N., Bernal, A. K. & Parejo, Y. A. (2019). Las prácticas de enseñanza y alfabetización en los procesos de lectura y escritura de las escuelas radiofónicas de ACPO {Tesis de tipo de grado, Universidad Pedagógica Nacional}. Repositorio institucional UPN. <http://hdl.handle.net/20.500.12209/11788>.
- Alarcón, E. V., & Martín, J. L. T. (2020). Usos y recursos de TikTok como herramienta de comunicación. In *La narrativa audiovisual: del concepto a la alfabetización mediática* (pp. 259-269). Fragua.
- Apaza Escobedo, Y. D. El desarrollo de la competencia comunicativa y la radio escolar digital en estudiantes de secundaria de una Institución Educativa Pública de Lima.
- Araya Rivera, C., & Gil Calderón, M. (2018). La radio estudiantil como una estrategia didáctica promovida desde la biblioteca o el centro de recursos para el aprendizaje.
- Arcila, W, Loaiza, Z, Castaño, G (19 Febrero 2018), Alfabetización mediática y aprendizaje. Aporte conceptual en el campo de la comunicación-educación. *Revista Electrónica Educare*, vol. 22, núm. 2, p. 125-140
- Araya Rivera, C., Gil Calderón, M., & Fonseca Hidalgo, J. A. (2021). Evaluación de competencias de Alfabetización Mediática e Informativa promovidas desde bibliotecas educativas por medio de radio estudiantil. {Proyecto de investigación Universidad Costa Rica} repositorio <http://163.178.164.154/handle/123456789/544>.
- Barrios-Rubio, A., & Gutiérrez-García, M. (2022). Comunicación mediática y social en el entorno de crisis, polarización e inconformismo colombiano. *Profesional de la información*, 31(3).
- Carias, F, Hernando, A, Marín, I. (2021). La radio educativa como herramienta de alfabetización mediática en contextos de interculturalidad. *Revista de Comunicación*, 20(2), 93-112.
- Causado, R., & Pacheco, M. (2020). La radio escolar como herramienta pedagógica para la educación sexual y la salud reproductiva. *Revista Cedotic*, 5(1), 59-78.

- Cebrián Robles, D. (2019). Identificación de noticias falsas sobre ciencia y tecnología por estudiantes del grado de Primaria. *Pixel-Bit*.
- Contreras Blancas, V. (2020). El proyecto " La prensa en mi mochila": alfabetización mediática en educación primaria en entornos de exclusión social en Málaga (Master's thesis, Universidad Internacional de Andalucía).
- Cortés-Vera, J. (2019). La alfabetización informacional, bastión en tiempos de la posverdad. *Bibliotecas. Anales de Investigación*; 15(3), 412-420
- Delgado-Ponce, A., & Pérez-Rodríguez, M. A. (2018). La competencia mediática. R. García-Ruiz, R., Pérez-Rodríguez, MA, & Torres-Toukoumidis, A. (Eds.), *Educación para los nuevos medios. Claves para el desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital*. Cuenca, Ecuador: Abya-Yala.
- Docente Curador. Carlos Godoy Rodríguez. Recuperado el 25 de junio de 2022
<https://docentecurador.com/alfabetizacion-informacional-vs-mediatica-mira-aqui-las-diferencias>.
- Economipedia.com, Rosario Peiró, 11 de mayo, 2018 *Nativo digital*.
<https://economipedia.com/definiciones/nativo-digital.html>
- Eduarte Salazar, J. P. (2020). Propuesta de un Plan de Alfabetización Mediática e Informacional dirigido a los docentes de Ciencias, Estudios Sociales y Educación Cívica de I y II Ciclo de la Escuela San Blas de Moravia impartido por el BiblioCRA escolar.
- Esteban Nieto, N. (2018). Tipos de investigación.
- Galván, S. G. A. (2021). Perfil de alfabetización mediática de estudiantes y docentes de educación superior. *Revista CPU-e*, (32), 88-110.
- García-Ruiz, R., & Contreras-Pulido, P. (2018). La escuela prosumidora: del recurso didáctico al contenido curricular. *Educación para los nuevos medios. Claves para el desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital*.
- García-Ruiz, R., Pérez-Rodríguez, A., Torres, Á., Delgado-Ponce, Á., Contreras-Pulido, P., Pérez-Escoda, A.,... & del Pino, M. S. (2018). *Educación para los nuevos medios. Claves para el desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital*.
<https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/17049>

- González, E. (2021). La alfabetización mediática e informacional: injerencia y perspectiva en América Latina. Entrevista con Guillermo Orozco, investigador en comunicación. *Bellaterra Journal of Teaching & Learning Language & Literature*, 14(3), e941-e941.
- Goya, E. D. (2019). Medios de comunicación masiva. http://190.57.147.202:90/jspui/bitstream/123456789/684/1/Medios_de_comunicacion_masiva.pdf
- José, Salazar (2020) Propuesta de un plan de alfabetización mediática e informacional dirigido a los docentes de ciencias, estudios sociales y educación cívica de i y ii ciclo de la escuela san blas de moravia impartido por el bibliocra escolar ciudad universitaria Rodrigo Facio, Costa Rica <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/81318>
- La comunicación educativa: su desarrollo en el profesor de secundaria básica. Varona. *Revista Científico Metodológica*, (71), 18-24.
- Lotero-Echeverri, G., Romero-Rodríguez, L. M., & Pérez-Rodríguez, M. A. (2018). Fact-checking vs. Fake news: Periodismo de confirmación como componente de la competencia mediática contra la desinformación. *Revista científica de indexación* 8(2), 295-316. <https://212.128.240.21/handle/10115/15563>
- Llontop, L. R. A. (2020). La Radio y la Televisión en “Aprendo en Casa”, Análisis Comunicacional y Evaluación Cualitativa Desde los Actores Centrales de la Estrategia (Doctoral dissertation, { Tesis para optar el licenciado en comunicación social, Lima}. Repositorio. <http://www.concortv.gob.pe/wp-content/uploads/2021/01/Estudio-Cualitativo-AeC-Completo.Pdf>).
- Martín-Pena, D., Cuellar, M. P., & Moreno, A. V. (2020). Irrupción de radio y divulgación en el aula para promover las vocaciones científicas en primaria. *Revista Eureka sobre Enseñanza y Divulgación de las Ciencias*, 17(3), 320501-320514.
- Martínez, A. (2019). Radio comunitaria infantil y juvenil en dinámicas de conflicto. Bogotá {Trabajo de grado para optar por el título de Comunicación Social Pontificia Universidad Javeriana} repositorio <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/52785>.
- Mateus, J. C., Hernández-Breña, W., & Figueras-Maz, M. (2019). Validación de un instrumento de autopercepción de competencia mediática para docentes en formación. *Cultura y Educación*, 31(2), 450-464.

- Mora Arias, S. 2019 Experiencia de radio escolar en el Colegio María Auxiliadora Casa Centra.l Bogotá {Trabajo de Grado para optar al título de Comunicador Social Pontificia Universidad Javeriana} repositorio <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/55507>
- Muñoz. L, Lopera, H.R, Pizarro. M. Ortiz 2020 Educación Digital y Alfabetización Mediática .Artículo 190 de la Ley 5° de 1992 y en concordancia con lo preceptuado en el Art 375de la Constitución Política.
- Naciones Unidad Rattray Courtenay. Recuperado el 3 diciembre de 2020. <https://www.un.org/es/cr%C3%B3nica-onu/alfabetizaci%C3%B3n-medi%C3%A1tica-e-informacional-en-la-era-de-la-incertidumbre>
- Narváez-Montoya, A. (2019). Comunicación educativa, educomunicación y educación mediática: una propuesta de investigación y formación desde un enfoque culturalista. Palabra Clave, 22(3).
- Núñez Fernández, V., Aceituno-Aceituno, P., Lanza Escobedo, D., & Sánchez Fernández, A. (2022). La radio escolar como recurso para el desarrollo de la competencia mediática. Estudios sobre el Mensaje Periodístico 28 (1), 621-637. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.77511>.
- Núñez, R. R. (2018). Los efectos de la posverdad en la democracia. Revista de Derecho Político, (103), 191-228.
- Pablos Pons, J. D., & Ballesta Pagán, F. J. (2018). La educación mediática en nuestro entorno: realidades y posibles mejoras. Revista interuniversitaria de formación del profesorado, p. 132.
- Paisig M. (2019). Una voz aliada: La radio como recurso pedagógico Lima. {Proyecto de Grado universidad Peruana Unión} repositorio <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/2380>
- Pastorela, M. (2021). La radio como proyecto escolar. La implementación y sostenibilidad de las radios Escolares en educación media. {Tesis de maestría. Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina}. Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/3056>

- Pedrozo, N. y Trigos, Ana (2019). La experiencia juvenil en el programa radial, zona escolar como proceso transformador de narrativas. {Proyecto final Universidad Distrital Francisco José De Caldas} repositorio <https://repository.udistrital.edu.co/handle/11349/23258>.
- Pérez Achurra, N. (2021). La radio: una propuesta educativa para Educación Infantil. {Trabajo de grado Universidad De Cantabria} repositorio <https://repositorio.unican.es/xmlui/handle/10902/2341>.
- Pérez, C. R. (2019). No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación*, (40), 65-74.
- Pérez-E, & Iglesias-García, M. (2020). La radio escolar como mediadora en el aprendizaje del uso del móvil en la adolescencia. {Trabajo de investigación, Universitat d'Alacant}. Repositorio Institucional Alicante <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/107410>.
- Pérez, F., Gómez, H, Ángel, & -Gutiérrez M, (2021). La radio educativa como herramienta de alfabetización mediática en contextos de interculturalidad. *Revista De Comunicación*, (20), p. 93-112
- Perez-Maillo, aurora; Sánchez Serrano, Chelo y Pedrero esteban, Luis Miguel. (2018) Viaje al Centro de la Radio. Diseño de una experiencia de alfabetización transmedia para promover la cultura radiofónica entre los jóvenes. *Revista SCIELO* (33), p.171-201.
- Publimetro. Lina Robles. Recuperado el 8 de septiembre de 2022 <https://www.publimetro.co/noticias/2022/09/08/tierra-santa-cientos-creyeron-que-iban-a-regalar-toda-la-rop>
- Ramírez. V 2020. Tejido de conocimiento y diálogo sobre experiencias con la radio escolar en tres instituciones educativas de básica y media en El Espinal, Tolima. {Trabajo de grado Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD} repositorio institucional <https://repository.unad.edu.co/jspui/bitstream/10596/36647/3/vhramirezm.pdf>
- Rius, N. I., Roca, J. B., & Martí, F. M. (2018). Encrucijadas de la competencia mediática y la ciudadanía: Uso y consumo de aplicaciones educativas. *Prisma Social: Revista de investigación social*, (20), 92-113.
- Rocha, C. C., Cuevas, K. D. S., Hernández, V. Y. P., & Noh, J. C. M. (2021). Una experiencia entre lo institucional y lo propio: programa de radio La cuchara. *Mediaciones, Artículo De Investigación* 17(26), 98-115. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=799636>

- Rodríguez, M. V. (2018). La radio como herramienta para mejorar la expresión oral del alumnado en la enseñanza secundaria. *Revista de Educación de la Universidad de Granada*, (25), 149-166.
- Rodríguez Arocho, W. C. (2019). La alfabetización desde una perspectiva crítica: Los aportes de Vygotski, Freire y Martín Baró. *Actualidades Investigativas en Educación*, 19(1), 786-812. https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-47032019000100786
- Rosales, L. L. R., Galán, R. F. J., & Sánchez, J. C. M. (2021). ¿Nativos digitales o usuarios incautos? *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*, 12(22), 255-272.
- Sancho-Gil, J. M., & Hernández-Hernández, F. (2018). La profesión docente en la era del exceso de información y la falta de sentido. *Revista de Educación a Distancia (RED)*, (56).
- Sánchez Pastor, Á. (2019). Evitando la Infoxicación: Pensamiento Crítico
- Sardiñas González, Yumar, Domínguez García, Ileana, & Reinoso Cápiro, Carmen Bárbara. (2020).
- Unesco alfabetización <https://es.unesco.org/themes/alfabetizacion> Unesco. (2018) alfabetización mediática e informacional https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265509_spa
- 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), 125-140.
- Villarroel, G. E. (2007). Las representaciones sociales: una nueva relación entre el individuo y la sociedad. *Fermentum. Revista Venezolana de Sociología y Antropología*, 17(49), 434-454.
- Virtual educa. Rosa Wolpert. Recuperado el 23 de diciembre de 2021 <https://virtualeduca.org/mediacenter/rosa-wolpert-la-alfabetizacion-mediatica-e-informacional-es-un-proceso-vivo-y-una-experien>