

Enseña exitosamente las estrategias de resolución de problemas, para que los estudiantes traduzcan la información y la utilicen en situaciones nuevas.

Logra plenamente que los estudiantes reflexionen acerca de sus propios procesos de pensamiento.

El clima de la clase es esencial para el aprendizaje significativo, cuando el estudiante se siente estimulado, motivado y respetado por el docente y por sus pares, es capaz de crear y de pensar propuestas diferentes, tanto para lograr estrategias de comunicación o de marketing y un proyecto de investigación donde puede transferir conocimientos y provocar así grandes cambios.

#### Fuentes digitales

<http://ww2.educarchile.cl/Portal.Base/Web/verContenido.aspx?ID=137141> (consulta el 25/6/2016)

<https://sites.Google.com/site/calidadtotal2014/projectupdates> (consulta mayo 2016)

---

**Abstract:** The climate of the class that we want to achieve is “permanent action”, of change, of realizing dreams of communication and of being able to manage them within the classroom. For this we need a group of students willing “to enter the climate”: because it is known that when students are really motivated to perform the task that is proposed, are more creative and more committed and above all, when there is an institution that support them and us. In this case in the University of Palermo, in the subject of Public Relations III, we can create a “special atmosphere” so that students feel comfortable, and are able to create a communication campaign that interests them and that they can learn from others and with others.

Somehow, solving a communication problem often depends on the environment generated in the class to find possible solutions.

**Keywords:** Meaningful learning - communication - classroom climate - classroom environment - motivation

**Resumo:** O clima da classe que nós queremos conseguir é de “ação permanente”, de mudança, de especificar sonhos de comunicação e gerí-los dentro da sala de aula. Para isso precisamos um grupo de alunos dispostos “a entrar em clima”: porque sabe-se que quando os alunos se encontram motivados realmente para realizar a tarefa que se lhe propõe, são mais criativos e mais comprometidos e sobretudo, quando existe uma instituição que os e “nos” apoie. Neste caso na Universidade de Palermo, na matéria de Relações Públicas III, podemos criar uma “atmosfera especial” para que os estudantes se sentam cómodos, e sejam capazes de criar uma campanha de comunicação que lhes interesse e que possam aprender de outros e com outros.

De algum modo, resolver um problema de comunicação depende, muitas vezes do ambiente que se gera na classe para encontrar as possíveis soluções.

**Palavras chave:** Aprendizagem significativa – comunicação - clima de sala de aula – ambiente de sala de aula – motivação.

(\*) **Mónica Antúnez.** Licenciada en Publicidad (UNLZ, 1993). Especialista en Docencia Universitaria (Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales). Profesora de la Universidad de Palermo en el Área de Comunicación Corporativa y Empresaria de la Facultad de Diseño y Comunicación.

---

## Las pantallas invaden la escuela: pistas hacia la alfabetización mediática

Fecha de recepción: agosto 2016

Fecha de aceptación: noviembre 2016

Versión final: marzo 2017

Mariana Bavoleo (\*)

**Resumen:** La cultura digital y las herramientas de producción social de lectoescritura, están cada vez más presentes en la vida diaria de los jóvenes. Múltiples pantallas invaden los espacios escolares y la alfabetización mediática cobra relevancia para establecer prácticas revitalizadas. La alfabetización mediática no es una simple alfabetización funcional, ni un de juego de herramientas cognitivas que capacita a los alumnos para utilizar los medios; por el contrario es una forma de alfabetización crítica que exige análisis, evaluación, interpretación y la adquisición de un metalenguaje.

**Palabras clave:** alfabetización mediática – educación – comunicación – nuevas tecnologías – medios

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 208]

---

Históricamente, la visión predominante que se ha estructurado en las instituciones educativas con respecto a los medios masivos de comunicación ha sido negativa: las instituciones ven cuestionado su lugar de distribución, su espacio de producción simbólica y su prestigio cultural, mientras que los medios masivos se

posicionan como competidores por la producción y distribución de los conocimientos que las escuelas y universidades tradicionalmente monopolizaban.

Con la llegada de los nuevos medios y las tecnologías de la información y la comunicación, desde algunas perspectivas se profundizan las operaciones de descalifica-

ción y son percibidos como una amenaza que corrompe el lugar legítimo, tradicional y letrado, lugares inválidos para la construcción del conocimiento.

En un contexto donde el conocimiento y la información juegan un papel central, el entorno de la cultura digital se construye como un espacio de saberes múltiples, descentrados del sistema educativo, dispersos, fragmentados, y que pueden circular por fuera de los lugares sagrados. La escuela ya no es el único lugar de legitimación. Es el fin de la era del saber, entendida como reproducción mecanizada de los conocimientos; con ella los expertos y los portavoces entran en crisis porque el saber es accesible, superabundante y cercano. En este marco, podría sostenerse que uno de los principales obstáculos que se delinear es la creciente competencia de los nuevos medios como productores y distribuidores de conocimientos que la escolaridad tradicionalmente monopolizaba, ya que se abre un interrogante fundamental en torno a la capacidad de las instituciones de incorporar los nuevos medios y lenguajes más allá de la dimensión técnica o instrumental.

En la actualidad las TIC no solo transmiten información sino también posibilitan la expresión de ideas, cosmovisiones, valores, realidades y problemáticas sociales. Entonces, si se asume como supuesto que, como individuos insertos en contextos sociales específicos, los conocimientos se obtienen a través de experiencias de aprendizaje mediado; resulta imprescindible pensar sobre el modo en que las nuevas tecnologías se combinan con las tecnologías de la escritura para hacer posibles nuevas formas de actividades educativas.

Desde otra perspectiva, y en uno de sus conocidos artículos "De lo analógico a lo digital", Daniel Cassany (2000) introduce y problematiza el concepto de alfabetización digital, tratando de abordar los impactos de la tecnología en lo social, y en la escuela. El autor sostiene que hay una necesidad ineludible de añadir una nueva dimensión al concepto de alfabetización: la digital.

De esta manera, distingue tres ámbitos concéntricos, la alfabetización tradicional, centrada en la capacidad de usar la correspondencia habla-escritura; la alfabetización funcional, centrada en las capacidades comunicativas de usar la lectura y la escritura de modo eficaz, y la alfabetización digital, centrada en las capacidades específicas que impone el soporte digital en el uso de la escritura.

El autor considera que estamos asistiendo a una enésima expansión de la capacidad comunicativa humana, la expansión del soporte digital del lenguaje como complemento o sustituto del soporte analógico tradicional. Las nuevas tecnologías, la cultura digital y las herramientas de producción social de lectoescritura, están cada vez más presentes en la vida diaria de los jóvenes y están cambiando la forma de comunicarnos. En definitiva, la llegada del entorno digital también está provocando cambios importantes en el ámbito educativo.

Para Cassany (2000) enseñar a escribir hoy de ninguna manera puede ser igual a como era hace tan solo treinta años, cuando no existían computadoras personales, ni Internet ni emails, y cuando lo más sofisticado era una máquina eléctrica de escribir. Si se quiere que la didáctica de la escritura siga respondiendo a los usos sociales, externos a la escuela, y que el alumno aprenda en

el aula lo que necesita saber hacer en la comunidad, no podemos olvidar este cambio tan trascendental. (p. 11) Según un informe de investigación realizado por Landau, Serra y Gruschetsky (2007) para la Dirección Nacional de Información y Evaluación Educativa del Ministerio de Educación de la Nación, en las últimas décadas, los nuevos estudios sobre la alfabetización (Street, 2003; Gee, 2003, entre otros) y los trabajos sobre la literalidad (Cassany, 2000) han generado una serie de re conceptualizaciones acerca de las formas en que es definido y analizado el proceso de alfabetización.

Entre ellas se destacan:

La alfabetización digital se incluye en el ámbito de la alfabetización general, entendida como los conocimientos y habilidades para el desarrollo pleno del individuo en el medio social y laboral.

La alfabetización deja de vincularse exclusivamente con las nociones básicas de lectura, escritura y cálculo. La comunicación en las sociedades mediatizadas no se reduce a los modos orales y escritos de la lengua sino que incluye toda otra serie de signos, como fotografías, diagramas, gráficos, sonidos, movimientos corporales, entre otros.

La lectura y la escritura de textos verbales, icónicos o audiovisuales, ya no son vistas como habilidades generales vacías de contenido. La comprensión de distintos tipos de textos se vincula fuertemente con la práctica social a la que este texto este asociado.

La alfabetización es considerada como "múltiple" porque se vincula con distintos espacios de actuación o ámbitos semióticos. Se distinguen distintos tipos de alfabetizaciones como la inicial, la informacional y la audiovisual, entre otras.

En esta línea, los autores sostienen que una definición restringida vinculada el concepto de alfabetización al dominio de las herramientas de procesamiento de textos, planillas de cálculo e Internet.

Landau, Serra y Gruschetsky (2007) explican que la distinción entre "nativos digitales" (los que han crecido rodeados por el uso de las herramientas de la era digital) e "inmigrantes digitales" (los no nacidos en el mundo digital), intenta dar cuenta de las modalidades de pensamiento atravesadas por las gramáticas tecnológicas y los consumos mediáticos.

En este punto, los autores mencionan que si el interrogante es sobre "qué tiene que transmitir la escuela si los niños ya vienen alfabetizados"; la pregunta está mal enunciada. Si la escuela solo se centra en el "dominio" de las herramientas informáticas es probable que poco tenga que hacer en el campo de la alfabetización digital. Por el contrario, si orienta sus sentidos hacia el proyecto pedagógico y social, pueden establecerse prácticas revitalizadas.

En consecuencia, la alfabetización digital debe ser definida desde la complejidad: por un lado incluye una diversidad de capacidades vinculadas al análisis, al uso y a la producción de herramientas e información en soportes digitales; y por el otro incorpora múltiples dimensiones, una instrumental vinculada al dominio de herramientas, una ética que se relaciona con los usos públicos y privados de la información, y una social centrada en las necesidades contextuales del acceso y la producción de información. (Landau, Serra y Gruschetsky, 2007)

Entonces, se habla de “alfabetizaciones” como un conjunto plural de prácticas sociales en las que la lectura, la escritura y la oralidad participan en diferentes formas. Podría pensarse en las alfabetizaciones digitales y mediáticas como alfabetizaciones amplias, definidas desde la apropiación de una serie de prácticas de lectura, escritura y producción en los que los individuos participan cuando utilizan tecnologías y medios.

En esta misma línea, Manuel Area Moreira (2012) sostiene que la cultura del siglo XXI es multimodal y demanda la necesidad de que se incorporen nuevas alfabetizaciones al sistema educativo. La cultura se expresa, produce y distribuye a través de múltiples tipos de soportes (papel, pantalla), mediante diversas tecnologías (libros, televisión, ordenadores, móviles, Internet, DVD...) y emplea distintos formatos y lenguajes representacionales (texto escrito, gráficos, lenguaje audiovisual, hipertextos, etc.).

En palabras del autor:

Alfabetizaciones centradas bien en la adquisición de las competencias de producción y análisis del lenguaje audiovisual, en el dominio del uso de los recursos y lenguajes informáticos o en el desarrollo de habilidades de búsqueda, selección y reconstrucción de la información. Por ello, muchos expertos han empezado a proponer nuevas alfabetizaciones: alfabetización audiovisual, alfabetización digital, alfabetización informacional y alfabetización mediática, entre otras. (...)

Cada tipo de alfabetismo centra su atención en un modo de representación, de acceso y uso de la información codificada simbólicamente. Aunque cada una de estas propuestas tiene su razón de ser y justificación, todas ellas representan una forma parcial de la complejidad de la comunicación en nuestra cultura actual. La alfabetización debe ser un aprendizaje múltiple, global e integrado de las distintas formas y lenguajes de representación y de comunicación –textuales, sonoras, icónicas, audiovisuales, hipertextuales, tridimensionales– mediante el uso de las diferentes tecnologías –impresas, digitales o audiovisuales en distintos contextos y situaciones de interacción social–. (Área Moreira, 2012, pp. 24-26)

Si bien lo expuesto intenta evidenciar que las tecnologías mediatizan el proceso de enseñanza y aprendizaje (y sus relaciones subjetivas); suele pasarse “por alto” que a su vez las tecnologías como herramientas son producto de una cultura determinada, y los medios masivos “re-presetan” al mundo. Las formas en que se seleccionan, jerarquizan y tematizan los contenidos no son nunca ni neutrales, ni objetivas.

Es por esto que, marcando algunas diferencias con estas posturas, David Buckingham (2005, 2008b), sostiene que la alfabetización mediática es tan importante para los jóvenes como la alfabetización más tradicional que les capacita para leer la letra impresa. Plantea que la nueva brecha digital consiste en la separación que hay entre las prácticas que los estudiantes realizan en la escuela y las actividades que realizan en la casa o en otros ámbitos extraescolares. Fuera de la escuela, los alumnos

viven saturados por los medios, con un acceso a estos cada vez más independiente y en el contexto de una cultura mediática cada vez más diversa y cada vez más comercial, que muchos adultos encuentran difícil de comprender y de controlar. (p.28)

Por lo tanto, para el autor, es prioritario y necesario determinar qué necesitan saber los estudiantes sobre esos medios que consumen: más allá de cuestiones de habilidades técnicas o funcionales, los niños necesitan tener una forma de alfabetización crítica que les permita comprender cómo se produce la información, cómo circula y cómo se consume, y cómo llega a tener sentido.

Entonces, ¿por qué hablar específicamente de alfabetización mediática? Porque en la actualidad toda alfabetización es inevitablemente multimediática. Para Buckingham (2005) la alfabetización en medios refiere generalmente al desarrollo de una actitud crítica sobre los mensajes transmitidos por los medios de comunicación de masas: la televisión, la radio y la prensa gráfica. Excede, barca y expande el concepto de alfabetización digital. El autor explica que usualmente se reduce la expresión alfabetización mediática al conocimiento, las habilidades y las competencias que se requieren para utilizar e interpretar los medios; y en consecuencia “parecería implicar que, de alguna manera, los medios emplean ciertas formas de lenguaje, y que nosotros estamos en condiciones de estudiar y enseñar los lenguajes visuales y audiovisuales de manera parecida a cómo los hacemos con el lenguaje escrito” (p.71)

Así, se opone a pensar que alfabetizar en medios es una simple alfabetización funcional, cómo podría ser la habilidad de descifrar las claves de un programa de televisión o de una campaña publicitaria. No es un juego de herramientas cognitivas que capacita a las personas para comprender y utilizar los medios.

La educación mediática y la alfabetización cómo su resultado es: “(...) algo más que una especie de curso de entrenamiento o prueba de competencia en las habilidades relacionadas con los medios. A falta de una designación mejor, la alfabetización mediática es una forma de alfabetización crítica. (...) Exige análisis, evaluación e interpretación. Supone la adquisición de un metalenguaje e implica una comprensión amplia de los contextos sociales, económicos e institucionales de comunicación, y cómo estos afectan a las prácticas de los sujetos” (Buckingham, 2005, p.73).

Debería empezar a reconocerse que los medios (ya sean tradicionales, emergentes, analógicos, digitales, viejos o nuevos) forman parte de la vida de los jóvenes y niños, están entramados en todas las relaciones y arraigados en las funciones social.

Al mismo tiempo el escenario global actual, caracterizado por el contexto de convergencia y los procesos de hipermediación ya mencionados, impulsa la revisión de la alfabetización mediática. Se requieren competencias y habilidades que involucren a todos los lenguajes que se utilizan en las múltiples pantallas que interactúan de forma exponencial. Sin embargo, en la enseñanza persisten serias resistencias para el acceso, la utilización y la formación que requiere la sociedad digital; las escuelas aún prohíben el acceso a entornos virtuales que no han sido, o no pueden ser, controlados previa y rígidamente.

Más que nunca es crucial abordar la inclusión tecnológica en los escenarios educativos, con el desafío de abordar de forma reflexiva y profunda las nuevas formas de producción, recepción y circulación de los lenguajes y discursos que tanto los medios como hipermedios articulan.

### Referencias bibliográficas

- Aparici, R., (2010). *Educomunicación: Más Allá Del 2.0*. Barcelona: Gedisa.
- Area Moreira, M., (2004). *Cap. Los medios de enseñanza o materiales didácticos. Caracterización y tipos*. En *Los medios y las tecnologías en educación*. Madrid: Pirámide.
- Area, M. (2004). *Los medios y las tecnologías en la educación*. Madrid: Pirámide.
- Area Moreira, M., (2012). *Alfabetización digital y competencias informacionales*. Barcelona: Ariel.
- Buckingham, D., (2005). *Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. España: Paidós Comunicación.
- Buckingham, D., (2008). *Más allá de la tecnología*. Buenos Aires: Manantial.
- Buckingham, D., (2008b). *Repensar el aprendizaje en la era de la cultura digital*. *El Monitor de la Educación*, (5) 18. Disponible en: <http://www.me.gov.ar/monitor/nro0/pdf/monitor18.pdf> (última consulta: abril de 2012).
- Castañeda, L., y Adell, J. (2013). *La anatomía de los PLEs*. En L. Castañeda y J. Adell (Eds.). *Entornos Personales de Aprendizaje: Claves para el ecosistema educativo en red* (pp. 11-27). Alcoy: Marfil.
- Cassany, D. (Junio, 2000) *De lo analógico a lo digital*. *Revista Latinoamericana de Lectura*.
- Dussel, I., (2009). *Los nuevos alfabetismos en el siglo XXI*. Desafíos para la escuela, conferencia en *Virtualeduca 2009*. Disponible en: [http://www.virtualeduca.info/Documentos/veBA09%20\\_confDussel.pdf](http://www.virtualeduca.info/Documentos/veBA09%20_confDussel.pdf) (última consulta: abril de 2012).
- Dussel, I., (2011) *Enseñar y aprender en la cultura digital*. VII Foro Latinoamericano de Educación: Tic y Edu-

cación: Experiencias y aplicaciones en el aula. Documento básico. Buenos Aires: Fundación Santillana.

- Landau, M., Serra, J., y Gruschetsky, M.,(2007). *Acceso universal a la alfabetización digital: Políticas, problemas y desafíos en el contexto argentino*. Dirección Nacional de Información y Evaluación Educativa del Ministerio de Educación de la Nación.

---

**Abstract:** Digital culture and the tools of social production of literacy are increasingly present in the daily life of young people. Multiple screens invade school spaces and media literacy becomes relevant to establish revitalized practices. Media literacy is not a simple functional literacy, nor a set of cognitive tools that enables students to use the media; On the contrary it is a form of critical literacy that requires analysis, evaluation, interpretation and the acquisition of a metalanguage.

**Keywords:** media literacy - education - communication - new technologies - media

**Resumo:** A cultura digital e as ferramentas de produção social de lectoescritura, estão a cada vez mais presentes na vida diária dos jovens. Múltiplos telas invadem os espaços escolares e a alfabetização mediática cobra relevância para estabelecer práticas revigoradas. A alfabetização mediática não é uma simples alfabetização funcional, nem um de jogo de ferramentas cognitivas que capacita aos alunos para utilizar os meios; pelo contrário é uma forma de alfabetização crítica que exige análise, avaliação, interpretação e a aquisição de um metalinguagem.

**Palavras chave:** alfabetização mediática - educação - comunicação - novas tecnologias - media

(\*) **Mariana Bavoleo**. Lic. en Ciencias de la Comunicación Social y Prof. en Ciencias de la Comunicación Social (Universidad de Buenos Aires). Especialista y Magister en Tecnología Educativa (tesis en curso, Universidad de Buenos Aires). Docente de Introducción a la Investigación en la Universidad de Palermo.