

RESEÑA

Pérez-Rodríguez, A., Vizcaíno-Verdú, A., Ramírez-García, A., Bonilla-del-Río, M., Aguaded, I., Delgado-Ponce, A., Jaramillo-Dent, D., Dos-Santos, V., Zeballos, R., Villarrubia, A., González, N., Hernando-Gómez, A., Contreras-Pulido, P., Cívila, S., Matos, A., Tirochi, S., Sandoval, Y., Rivera-Rogel, D., Ávalos, C., ... Machin-Mastromatteo, J.D. (2021). *Currículum AlfaMed de formación de profesores en educación mediática: MIL (Media and Information Literacy) en la era pos-COVID-19*. Octaedro

  **Jorge A. Cortés Montalvo**¹

¹Universidad Autónoma de Chihuahua (México)

Recibido: 2023/02/02

Aceptado para su publicación: 2023/03/27

Publicado: 2023/07/12

Las transformaciones generadas por los vertiginosos desarrollos tecnológicos, también llamada la Revolución 4.0 y las variadas, novedosas e impensadas formas de interacción con la realidad, reclaman la inclusión de actualizaciones en los programas de estudio de los centros educativos. Esta revolución supone también nuevas formas de aprender y enseñar, asimismo, obligan a pensar en las implicaciones que tiene el cómo lo que se hace en el mundo virtual repercute en la realidad física.

Incluir la competencia mediática en los sistemas, modelos y programas educativos, en todos sus niveles es fundamental, pues propicia la adquisición y desarrollo de un conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes, susceptibles de ser movilizados por los actores socioeducativos para la interacción con medios de comunicación, posibilitando el acceso, la expresión, difusión, creación y mediación de contenido.

Por ello, la responsabilidad de los profesionales de la docencia, hoy por hoy, va encaminada a favorecer un proceso de enseñanza-aprendizaje con el adecuado diseño de espacios académicos que orienten una formación, desde una posición de análisis y opinión críticos, que permita al estudiantado recuperar, evaluar, organizar y ser selectivos en el uso de la información a la que acceden según sus intereses y propósitos.

Somos el testimonio vivo de la continua transformación tecnológica y mediática, de la difusión de informaciones en un cosmos temático variadísimo, algunas importantes y muchas más falsas sin control, donde el rol de los usuarios, lejos de la pasividad de antaño ha devenido en múltiple y cambiante, convirtiéndose, por ejemplo, muchos de ellos en personajes protagónicos de las redes sociales, en influencers y generadores de información que se replica exponencialmente, entre otras modalidades creativas. La incursión de las audiencias exige una formación específica que disminuya la brecha existente entre los procesos de enseñanza-aprendizaje y los cambios que se están dando en la sociedad.

La obra que se comenta en esta reseña, el Currículum AlfaMed para profesores, de Pérez-Rodríguez et al. (2021):

constituye una guía teórico-práctica actualizada de las competencias mediáticas e informacionales indispensables en los educadores para afrontar los retos que caracterizan la era post-COVID-19. Es un manual didáctico pensado para este nuevo mundo que ha irrumpido con fuerza, en el cual la virtualización de las interacciones, si bien ha acelerado la innovación educativa a fin de adaptarla al confinamiento global, ha acentuado las desigualdades existentes y ha obligado al sistema educativo a reinventarse de manera urgente (contraportada).

Este documento aborda en menos de 200 páginas, de una forma concreta, didáctica y comprometida, las competencias que cualquier educador, docente o profesor, independientemente del nivel y de la asignatura que imparta, debería dominar para estar en condiciones de formar a sus estudiantes, atendiendo a los retos y desafíos que reclama la sociedad digitalizada, para promover desde el aula su capacidad de desenvolverse eficazmente en ella.

Se trata de una obra colectiva de un grupo nutrido de investigadores de la Red Euroamericana de Educomunicación (AlfaMed), desde múltiples y diversas visiones de la geografía iberoamericana, con el propósito de retomar y actualizar, para los retos pospandémicos, el Currículum de alfabetización mediática e informacional para profesores propuesto por la Unesco en el 2011. En su diseño y elaboración participaron un total de 22 investigadores de 12 países de América y Europa (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, España, Italia, México, Portugal y Venezuela).

En la primera de dos partes, se detalla conceptualmente la noción de competencia mediática y se establecen los fundamentos del currículum, en la segunda se desgranar parte a parte los componentes de los distintos módulos que comprende el desarrollo de la competencia mediática.

El rol pasivo del público receptor, en épocas pasadas, de los usuarios del ecosistema mediático, se ha convertido en el de un emisor simultáneo, creador y generador de contenidos informativos, en muy diversos formatos; en 'prosumidores' que entienden cómo hacer uso de las nuevas modalidades comunicativas, aunque también exige destrezas diferentes y críticas. En una sociedad hiperconectada y sobreinformada, se han abierto espacios de capitalización de contenido de manera que es posible incluso crear riqueza, bien a través de la publicidad o bien a través de la acumulación de seguidores, cuyo volúmen puede ser aprovechado con fines mercantiles, pero desde la otra cara de la moneda, también se posibilita el engaño y la mentira deliberadas (fake news), la desinformación y la conversión de verdades en mentiras y a la inversa (posverdades)

Hay que precisar que, lejos de aquella idea lineal de la comunicación como un mensaje que parte de un emisor, transita por un canal y es decodificado por un receptor, la comunicación ahora se concibe multidimensional, donde participan no solo lenguajes y códigos, sino tecnologías, fórmulas informativas, contextos varios, sistemas de recepción, almacenamiento y difusión, e incluso los factores emocionales, -que en múltiples ocasiones se superponen a lo racional- y éticos, en el intercambio de mensajes en las plataformas de la red (netiqueta). El currículum AlfaMed se posiciona, sin descuidar las demás esferas y dimensiones de la comunicación, en el desarrollo de la competencia mediática.

Pero, ¿por qué un currículo para profesores?

El objetivo cuatro para el desarrollo sostenible de la agenda 2030 planteado por la UNESCO en el 2015, se refiere a la consecución de una educación de calidad, que incluye en la actualidad, competencias ni siquiera previstas iniciando este siglo. No hace falta recordar que el mundo cruzó un período de pandemia con la COVID-19 que obligó la migración de los procesos educativos al contexto tecnológico-digital, cuando antes existía cierta resistencia de parte de los docentes y las instituciones, por apego a las viejas y exitosas formas de educar. El nuevo entorno exige ahora un enfoque diferente en los dominios de la competencia mediática y una comprensión de los fenómenos informativos prevalentes que ya había identificado la versión de Alfabetización Mediática e Informacional (AMI o MIL, por sus siglas en inglés), del anterior currículum de 2011, ya mencionado.

Se identifican al menos siete competencias; resumidamente son las siguientes:

- 1: Entendiendo el papel de los medios y de la información en la democracia.
- 2: Comprensión del contenido de los medios y sus usos.
- 3: Acceso a la Información de una manera eficaz y eficiente.
- 4: Evaluación crítica de la información y sus fuentes.
- 5: Aplicando los formatos tradicionales y nuevos en los medios.
- 6: Situando el contexto sociocultural del contenido de los medios.
- 7: Promover AMI entre el estudiantado y el manejo de los cambios requeridos en los modelos, sistemas y programas educativos.

Largo ha sido el debate en torno a los conceptos clave de alfabetización, formación educativa y desarrollo de capacidades y competencias, usados en ocasiones como sinónimos, así como la tendencia que muchas veces

existe a confundir lo tecnológico con lo digital y estos con lo informacional o lo mediático, no obstante, conviene diferenciarlos. En el Currículum AlfaMed se puntualizan algunos de ellos:

- “Educación: desarrollo de facultades intelectuales o instrucción por medio de la acción docente.
- Alfabetización: acción y efecto de alfabetizar; enseñar a leer y escribir, en nuestro caso con los medios.
- Competencia: entraña una visión holística y contextualizada de los aprendizajes. Podríamos definirla como un conjunto interrelacionado y complejo de conocimientos, habilidades, actitudes y motivaciones que se ponen en práctica para intervenir eficazmente en la solución de situaciones concretas.
- Informacional: integra las habilidades para buscar información, seleccionar la que mejor se adecua a los objetivos de búsqueda, evaluar la fiabilidad y veracidad de la información y transformarla en conocimiento.
- Audiovisual: se relaciona con el conocimiento, la comprensión y la producción del lenguaje audiovisual.
- Digital: se refiere al manejo instrumental de las herramientas y aplicaciones tecnológicas.
- Mediático: recoge las habilidades concretadas en los tres anteriores y se agregaría el uso, consumo o dieta, capacidad de producción y análisis crítico de todo tipo, formato y vía de transmisión de mensajes” (p.17).

El currículum AlfaMed para profesores nos presenta un documento teórico que, si bien se ha elaborado teniendo en cuenta diversos escenarios y las posibles necesidades de los docentes en función de evaluaciones realizadas a partir de la investigación, requiere de un diagnóstico previo, a fin de calibrar una adaptación o adecuación al contexto concreto de implementación.

Esta propuesta formativa presenta un andamiaje compuesto por 10 módulos, la estructura de cada módulo comprende el título, su fundamentación y justificación, las unidades que los componen -regularmente tres en cada módulo, con excepción del cuatro y el nueve, que tienen cuatro unidades-, cada una de las cuales especifica duración, temas clave, objetivos, enfoques didácticos, actividades de aprendizaje, recomendaciones de evaluación, y desde luego recursos y soporte documental.

En suma, los módulos del Currículum AlfaMed abarcan aspectos relacionados con los contextos y roles, el funcionamiento de los medios, los riesgos y claves, y el aprendizaje y desarrollo de la competencia mediática e informacional, todo ello, diseñado para el desarrollo de las siete competencias señaladas. Los módulos se puntualizan enseguida:

Módulo uno: Alfabetización mediática e informacional (AMI)

El primer módulo se orienta a la identificación y conocimiento de las características y la importancia de la AMI en la sociedad contemporánea, así como su historia. Comprende tres unidades en las cuales se explican las dimensiones que según investigadores y especialistas reconocidos en el tema, se asignan a la competencia mediática, y cómo es posible ponerla en práctica en los contextos de la educación formal, no formal e informal.

De manera específica, la alfabetización mediática destaca la habilidad del ciudadano para entender lo que hacen los medios de comunicación, cómo lo hacen y las condiciones bajo las cuales pueden cumplir sus funciones; además de evaluar de manera crítica sus contenidos e implicarse en estos para la autoexpresión y la participación democrática por medio del uso y producción de contenidos digitales. Por su parte, la alfabetización informacional enfatiza la capacidad para definir y articular necesidades informativas, localizar y acceder a la información, evaluarla, organizarla, usarla éticamente, procesarla, comunicarla y dar un buen uso a las TIC [tecnologías de la información y comunicación] (Pérez-Rodríguez et al., 2021, p. 23).

Módulo dos: De los medios tradicionales a los medios emergentes

Este módulo del currículum AlfaMed, identifica y explica los medios de comunicación como tradicionales, digitales y emergentes. Desde una perspectiva reflexiva y crítica, se propone una visión general del tránsito de los medios tradicionales tales como la radio, el cine, la prensa escrita y la televisión a los medios emergentes interactivos, como las redes sociales, a través de la convergencia digital, profundizando en su aporte para la construcción de ciudadanía a través de sus “misiones fundacionales” declaradas como proveedores de la

información, el entretenimiento y la educación. Asimismo, se plantean aspectos que deben ser dominados por los docentes, como la seguridad, el derecho a la privacidad y el manejo de los datos por gobiernos y corporaciones; la propiedad y sus riesgos en tanto mecanismos de manipulación y afectación en la diversidad y pluralidad de medios, y también, claro, la función pública en la regulación de los servicios.

Los medios han tenido una evolución que no solo responde a los avances tecnológicos, sino también a la apropiación que las audiencias realizan de ellos. El desarrollo de los medios de comunicación analógicos, desde la imprenta a la televisión, ha tenido un tránsito lento, condicionado por las posibilidades de acceso a las tecnologías en cada país. Aun así, en el contexto de la digitalización su funcionalidad –en este caso la reproducción de imágenes– permanece. Una de las premisas en el contexto de la convergencia es que los medios no desaparecen, sino que se integran y, en tanto se trata de un campo dinámico, surgen nuevos medios que permiten construir conocimientos colaborativamente en red o compartir con otros vínculos profesionales y personales (Pérez-Rodríguez et al., 2021, p. 39).

Módulo tres: Cultura participativa y prosumidores en la era de compartir

No bien iniciada la tercera década de este siglo, la comunicación digital se ha convertido en herramienta práctica indispensable en las actividades cotidianas de los ciudadanos. Las funciones de la comunicación digital son amplias, destacándose los procesos de interacción entre personas y grupos, el comercio electrónico y la mercadotecnia, las relaciones funcionales con dependencias gubernamentales, la divulgación y búsqueda de información, entre otras muchas. El tratamiento de la ciudadanía y cultura digital conforman el contenido de este módulo. El ecosistema digital opera sobre plataformas para el consumo, producción y difusión de contenidos. Entre los principales cambios recientes producidos por la web se encuentra la transformación del usuario consumidor a generador de contenidos; ‘prosumidor’, que antes era coto privado de empresas mediáticas o publicitarias, industrias culturales o entidades comerciales, lo que ha dado lugar a una sociedad cada vez más participativa.

Los comportamientos actuales de los usuarios los convierte entonces en productores, modificadores y difusores de información, la cual se comparte a través de diversas conexiones con diferentes personas conectadas a Internet (Pérez-Rodríguez et al., 2021, p. 59).

Módulo cuatro: Representación en los medios e información: valores y emociones

Las unidades que componen este módulo son: ética y responsabilidad en la representación de la información; género, identidad, orientación sexual; raza, etnia e identidad, inclusión y capacidades diferentes. Las representaciones mediáticas pueden generar, transformar o perpetuar diferencias entre las personas, así que el objetivo principal del módulo es motivar la toma de conciencia sobre la importancia y el valor de la diversidad, a fin de fomentar la inclusión, tanto en contextos reales como digitales. Se proporcionan estrategias para promover un espacio seguro para hablar de temas controvertidos, pero profundamente importantes en la sociedad actual de manera empática y respetuosa. El módulo impulsa el desarrollo de competencias emocionales y valores siempre presentes en personas mediática e informacionalmente competentes.

En la era del contenido generado por el usuario, facilitado por la tecnología y las redes sociales, los colectivos más jóvenes tienen el poder de responder a los discursos, narrativas y personajes dominantes, que en muchos casos excluyen voces diversas en cuestiones raciales, de género y de habilidades diferentes (Pérez-Rodríguez et al., 2021, p. 73).

Módulo cinco: Lenguajes en los nuevos medios e información

Cotidianamente surgen nuevos códigos que se suman a los múltiples lenguajes que se utilizan en el entorno digital y mediático. Aunado a esto, las narrativas adquieren rasgos expresivos insospechados en virtud de su diversidad temática y de los recursos con los que se puede contar cualquier historia. El conocimiento de los sistemas de codificación de los mensajes de los medios es tema de este módulo.

Cuando se emite un mensaje, se hace basándose en sistemas de signos y símbolos conectados entre sí mediante reglas y normas. Los sistemas de símbolos de la sociedad (icónicos, lingüísticos...) están en permanente interacción, pues los significados culturales se construyen en una actividad permanente de intercambios comunicativos (Pérez-Rodríguez et al., 2021, p. 86).

Junto con los lenguajes y las narrativas se difunden también formas intencionales y deliberadas de construir el conocimiento compartido sobre el mundo, en el que se incluyen valores, actitudes, estereotipos, modelos de vida, ideologías, mitos, es decir, la identidad cultural bajo la creencia de que lo que se comunica es auténtico y verdadero.

En el módulo se trabaja con los mecanismos para reconocer cómo los lenguajes de los medios logran que los mensajes se construyan de modo que convenzan, deslumbren y fascinen con sus estrategias de novedad, inmediatez, la interacción y la apariencia de verdad, de su cada vez más cuestionable objetividad.

Módulo seis: Publicidad

Desde los tiempos del pregón, pasando por el anuncio y el cartel, la publicidad ha sido el mecanismo de promocionar productos y servicios, así como campañas para incentivar ciertos comportamientos esperados en el consumidor. En el mundo digital, la publicidad surge en todo momento, la visualización viral marca tendencia y es posible seleccionar y casi personalizar el mensaje publicitario. La utilización de mensajes producidos por los propios usuarios o los especializados influencers, echando mano de cada vez más novedosos, ingeniosos e impactantes recursos, que incluso hacen poner en duda lo que es real y diferenciado de lo que es generado por sistemas y aplicaciones computarizadas, se han vuelto capitalizables, es decir, susceptibles de monetización. Este módulo trata, precisamente de la creación, configuración y posicionamiento del mensaje publicitario.

La publicidad, entendida como toda expresión comunicativa llevada a cabo por personas en el desempeño de una actividad empresarial, industrial, artesanal o profesional, tiene el fin último de promover directa o indirectamente la contratación de bienes y/o servicios. La publicidad es una realidad inevitable, constante y permanente en la historia de la sociedad (Pérez-Rodríguez et al., 2021, p. 101).

Módulo siete: Oportunidades y retos de Internet

La llegada de Internet ha facilitado el desarrollo de la ciberciudadanía, se ha convertido en una herramienta indispensable de acceso a servicios e información, sin embargo, también ha devenido en fuente de desigualdades que se manifiestan en las brechas e inequidad digital. Este módulo explora las oportunidades y usos de Internet, su importancia en el espacio educativo, así como sus riesgos, problemas y amenazas.

De igual forma, las herramientas creadas a partir de las posibilidades de Internet han surgido inicialmente con un interés por comunicar efectivamente a los ciudadanos (WhatsApp), generar espacios de interacción social (Facebook, Instagram) o crear contenido audiovisual (YouTube, TikTok). Sin embargo, los usuarios han resignificado sus usos, apropiándose de estos contenidos para desarrollar actividades diferentes o como fuente de educación informal, que los capacita de manera autodidacta en roles e intereses que no cubren los niveles de formación tradicionales (Pérez-Rodríguez et al., 2021, p. 116).

Módulo ocho: Información, desinformación y sus implicaciones

Las tecnologías de la información y la comunicación han cambiado los hábitos de consumo de las personas, no solo respecto a la información, sino en diferentes esferas de sus vidas. La andanada de datos, imágenes e información variada que nos llega por múltiples canales, constantemente, sin detenerse un momento, no da tiempo a procesar racionalmente todos los contenidos que fluyen en cascada. Esta situación ha sido aprovechada por delincuentes y oportunistas que buscan obtener beneficios éticamente cuestionables a través de la manipulación de las audiencias, con fines económicos, políticos y aún ideológicos, promoviendo falsedades, mentiras (fake news), violencia, intolerancia, fanatismo y discursos de odio.

El surgimiento de las redes sociales ha hecho posible que cada destinatario se coloque como un potencial productor y difusor de contenido informativo, lo que lleva al desarrollo de un nuevo tipo de poder, capaz de forzar la revisión de viejas estructuras sociales. A esto hay que sumar que el usuario hoy en día es un prosumidor, es decir, consume y produce contenido a la vez. Las audiencias tienen una mayor potestad a la hora de producir contenidos de todo tipo, lo cual implica que, detrás de su producción, estén implícitas una serie de cuestiones que no se relacionan con un manejo ético de la información (Pérez-Rodríguez et al., 2021, p. 131).

El bombardeo de información sin control o infodemia, genera la infoxicación y la desinformación. Sobre estos aspectos trabaja este módulo, identificando y reconociendo los mecanismos de gestión maliciosa de la información y las estrategias para conjurarla.

Módulo nueve: Seguridad digital, privacidad y ciudadanía digital

El entorno o ecosistema digital se caracteriza principalmente por la producción masiva y a gran escala de información, una enorme y multivariada colección de herramientas tecnológicas permite el almacenamiento, la recuperación, tratamiento y reproducción de datos que viajan por la extensa red de conexión de nodos. Muchos de esos sistemas de almacenamiento y tratamiento de datos pueden ser vulnerados, lo cual representa un problema, ya que gran cantidad de ellos corresponden a perfiles de los usuarios. El análisis de datos masivos permite comprender la idea del *Big Data* o del *Data Mining* (minería de datos), que implican el procesamiento a gran escala de datos en volúmenes crecientes y a una velocidad superior.

Recientemente, la entrada en escena de la inteligencia artificial, concebida como un sistema que trata de emular la inteligencia y el conocimiento humanos, ha producido un giro en el tratamiento con propósitos específicos de los datos disponibles, facilitando la obtención de información para mejorar, por ejemplo, la práctica educativa, optimizando el rendimiento del alumnado y profesorado, así como los modelos educativos; aunque también se han señalado riesgos y peligros. El uso continuado de los recursos digitales y los continuos aprendizajes de sus posibilidades innovadoras, conduce a la llamada ciudadanía digital, que nos previene de descuidar el uso responsable y ético que debemos hacer de la información que generamos y consumimos al utilizar estas tecnologías. Una ética digital contribuye a una mejor explicación y comprensión de la relación del ser humano con la tecnología para su actuar y convivir en la sociedad digital. Tales son los temas que abarca este módulo.

El uso masivo de Internet y el comercio electrónico han provocado una amenaza real a la privacidad de los usuarios; al hacer uso de la red de datos, los proveedores de servicios recolectan, analizan y utilizan la información sin restricción alguna y sin que el usuario se percate de este hecho. Por ejemplo, Facebook, en más de una ocasión, se vio afectada por escándalos relacionados con el permiso otorgado a ciertas empresas para que tuvieran acceso a la información de sus usuarios. Conforme las TIC avanzan, tanto en su utilización como en su desarrollo, crece a escala mundial la necesidad de tomar conciencia sobre lo que sucede con los datos una vez se exponen a la Red global (Pérez-Rodríguez et al., 2021, p. 150).

Módulo diez: Competencia mediática y aprendizaje

El rol del docente como guía y facilitador del aprendizaje ha sufrido cambios extraordinarios en breve tiempo, convirtiéndose en un profesional más versátil y dinámico, colaborador interactivo con sus grupos de estudiantes, investigador de su propia práctica docente e innovador. Estos cambios no hubieran sido posibles sin la variedad de recursos didácticos y tecnológicos que ahora están a su alcance, con los cuales ha puesto en juego buenas prácticas pedagógicas y ensayado metodologías participativas e innovadoras que le permiten crear comunidades de aprendizaje con recursos educativos digitales, tanto para el equipo docente, como para el estudiantado.

Educación es un arte y una ciencia, por tanto, los procesos de enseñanza-aprendizaje (E-A) demandan profesionales preparados, comprometidos, actualizados e innovadores para atender los retos actuales. En una sociedad cambiante, los docentes necesitan adquirir competencias vinculadas a la educación como interdisciplina, ya que pasan de ser transmisores de la información a educadores, orientadores del proceso educativo, dinamizadores, creadores de escenarios propicios que generen el interés por descubrir y aprender, además de expertos en las materias que imparten (Pérez-Rodríguez et al., 2021, p. 175).

En definitiva, el Currículo AlfaMed para Profesores es una obra obligada para incorporarla, -desde luego pendientes de sus sucesivas actualizaciones en virtud de la rápida dinámica de transformación de los medios y las tecnologías, plataformas y aplicaciones digitales-, de manera transversal, en los currículos de formación académicos, inicialmente para docentes, profesores, educadores y pedagógos, pero eventualmente, será aconsejable y tal vez necesaria, su transmisión en todos los niveles educativos de cualquier tipo de formación transdisciplinar