



UTPL
La Universidad Católica de Loja

Modalidad Abierta y a Distancia

Educomunicación

Guía didáctica

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas



Facultad de Ciencias Sociales, Educación y Humanidades

Departamento de Ciencias de la Comunicación

Educomunicación

Guía didáctica

Carrera	PAO Nivel
▪ Comunicación	VI

Autora:

Mier Sanmartín Aura Catalina



Asesoría virtual
www.utpl.edu.ec

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

Universidad Técnica Particular de Loja

Educomunicación

Guía didáctica

Mier Sanmartín Aura Catalina

Diagramación y diseño digital:

Ediloja Cía. Ltda.

Telefax: 593-7-2611418.

San Cayetano Alto s/n.

www.ediloja.com.ec

edilojacialtda@ediloja.com.ec

Loja-Ecuador

ISBN digital - 978-9942-39-142-1



**Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)**

Usted acepta y acuerda estar obligado por los términos y condiciones de esta Licencia, por lo que, si existe el incumplimiento de algunas de estas condiciones, no se autoriza el uso de ningún contenido.

Los contenidos de este trabajo están sujetos a una licencia internacional Creative Commons **Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 (CC BY-NC-SA 4.0)**. Usted es libre de **Compartir** — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato. **Adaptar** — remezclar, transformar y construir a partir del material citando la fuente, bajo los siguientes términos: **Reconocimiento-** debe dar crédito de manera adecuada, brindar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante. **No Comercial-** no puede hacer uso del material con propósitos comerciales. **Compartir igual-** Si remezcla, transforma o crea a partir del material, debe distribuir su contribución bajo la misma licencia del original. No puede aplicar términos legales ni medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otras a hacer cualquier uso permitido por la licencia. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

29 de marzo, 2021

Índice

1. Datos de información.....	8
1.1. Presentación de la asignatura	8
1.2. Competencias genéricas de la UTPL.....	8
1.3. Competencias específicas de la carrera	9
1.4. Problemática que aborda la asignatura	10
2. Metodología de aprendizaje.....	11
3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje	13
Primer bimestre.....	13
Resultado de aprendizaje 1 y 2	13
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje.....	13
Semana 1 y 2.....	14
Unidad 1. Comunicación y Educación: Introducción a la Educomunicación	14
1.1. Definición de la Educomunicación.....	14
1.2. El mundo pasado y presente de la educomunicación	17
Actividades de aprendizaje recomendadas	23
Autoevaluación 1	24
Resultado de aprendizaje 1, 2 y 3	26
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje.....	26
Semana 3	26
Unidad 2. Pedagogía de la edu-comunicación.....	26
Actividad de aprendizaje recomendada	30
2.1. El campo comunicacional como un proceso educativo.	32
Actividades de aprendizaje recomendadas	37

Autoevaluación 2	39
Semana 4	41
Unidad 3. Relación de la comunicación y los medios	41
3.1. Los modos de relacionar comunicación – educación en un entorno de cambio.....	41
3.2. ¿Por qué enseñar los medios de comunicación?	43
Actividades de aprendizaje recomendadas	45
3.3. Pensamiento crítico.....	45
3.4. ¿Por qué educar en, con y sobre los medios?	47
Actividades de aprendizaje recomendadas	50
Autoevaluación 3	51
Semana 5	53
Unidad 4. Competencias y alfabetización mediática	53
4.1. Educación en medios y alfabetización digital: los nuevos lenguajes de la comunicación.....	53
4.2. La competencia mediática	56
Semana 6	63
Actividades de aprendizaje recomendadas	70
Autoevaluación 4	72
Semana 7 y 8.....	74
Unidad 5. Experiencias internacionales en políticas públicas educativas	74
5.1. Política pública educativa	74
5.2. ¿Por qué es importante la alfabetización mediática como política pública?.....	80
Actividades de aprendizaje recomendadas	85

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

Autoevaluación 5	87
Segundo bimestre	89
Resultado de aprendizaje 1, 2 y 3	89
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje.....	89
Semana 9	89
Unidad 6. Educomunicación a través de las pantallas.	90
6.1. La televisión pública-educativa.....	90
Semana 10	94
6.2. Posibles consecuencias de la televisión.....	94
6.3. Diversidad de pantallas	97
Actividades de aprendizaje recomendadas	98
Autoevaluación 6	100
Semana 11	102
Unidad 7. La radio educativa.....	102
Actividad de aprendizaje recomendada	108
7.1. Fines educativos y tipos de tv y radio educativa.	108
7.2. Los podcasts como herramienta educativa.....	109
Actividades de aprendizaje recomendadas	113
Autoevaluación 7	115
Semana 12	117
Unidad 8. La publicidad como la nueva ideología social.	117
8.1. Subvertising o contrapublicidad, una forma de pedagogía crítica.	118
Actividades de aprendizaje recomendadas	126
Autoevaluación 8	128

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

Resultado de aprendizaje 1 y 3	130
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje.....	130
Semana 13	130
Unidad 9. Storytelling y narrativa transmedia en la educación.....	130
9.1. ¿Qué es el storytelling?.....	132
Actividad de aprendizaje recomendada	134
Semana 14	137
9.2. La gamificación en la educación	137
Autoevaluación 9	141
Resultado de aprendizaje 1, 2 y 3	143
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje.....	143
Semanas 15	143
Unidad 10. La nueva sociedad de la información y del conocimiento	143
10.1. La escuela 2.0: Redes sociales y comunidades virtuales de aprendizaje. La WEB Social y sus posibilidades educativas.	146
Actividad de aprendizaje recomendada	157
Autoevaluación 10	158
Semana 16	160
Actividad de aprendizaje recomendada	160
4. Solucionario	161
5. Referencias bibliográficas	171

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

[Índice](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Referencias bibliográficas](#)

1. Datos de información

1.1. Presentación de la asignatura



1.2. Competencias genéricas de la UTPL

Competencias genéricas: son aquellas capacidades (actitudes, habilidades y conocimientos) comunes a todas las profesiones que oferta la UTPL

1. Vivencia de los valores universales del Humanismo de Cristo.
2. Comunicación oral y escrita.
3. Orientación a la innovación y a la investigación.
4. Pensamiento crítico y reflexivo.

5. Trabajo en equipo.
6. Comunicación en inglés.
7. Compromiso e implicación social.
8. Comportamiento ético.
9. Organización y planificación del tiempo.

1.3. Competencias específicas de la carrera

El estudiante de la carrera de la Comunicación en el transcurso de su formación profesional adquiere las siguientes competencias:

1. Comprensión de la ética, como una descripción del ser humano, un camino hacia la excelencia transferible a la práctica profesional y los diversos campos de vinculación laboral.
2. Integración solidaridad y cooperación en el trabajo interdisciplinario, que permite reforzar y ampliar los campos del conocimiento.
3. Ordenamiento jurídico de la información.
4. Identificación de la estructura de los medios de comunicación y sus principales formatos para un desenvolvimiento eficaz en la sociedad.
5. Utilización de diversos lenguajes para comprender y expresar sus ideas y pensamientos para la construcción de nuevos aprendizajes.

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

1.4. Problemática que aborda la asignatura

La asignatura de educomunicación trabaja las dos aristas: teórico-práctica, que está destinada a abordar de manera profunda la educación en medios de comunicación; con el fin de generar una mirada crítica en el usuario. Se pretende que el profesional en formación emplee las metodologías de investigación para la búsqueda y procesamiento de la información que como comunicador proporciona a la comunidad. En este camino se plantea que el estudiante logre:

- Conocer la historia y definiciones de la educomunicación.
- Analizar los modelos de comunicación y su impacto.
- Relacionar comunicación con educación



2. Metodología de aprendizaje

La guía de Educomunicación ha sido diseñada pensando en diversos contenidos que han sido abordados por diferentes autores del campo de estudio. En el recorrido por las diferentes unidades ustedes podrán revisar las indicaciones, recursos y técnicas que les pueden guiar como estrategias de aprendizaje:

- El documento está dividido en diez unidades, que están planificadas para las 14 semanas que dispone para estudio, considerando que tiene dos semanas adicionales en el ciclo dedicadas a realizar una evaluación de su aprendizaje.
- Es fundamental que planifique su tiempo y elabore un calendario de estudio y de trabajo que le permita cumplir con la revisión de todo el contenido y el desarrollo de las actividades.
- En la guía compartiré recursos que les permitan explorar lecturas, videos o experiencias educomunicacionales que les permitan ampliar adentrarse en la unidad de estudio.
- Recuerde que es importante que cuente como materiales indispensables la guía didáctica, cuaderno o tablero de apuntes, Internet, audífonos, en el caso que opte por la impresión de los materiales le recomiendo resaltador y lapiceros para que pueda apuntar las ideas principales. Si es

en un dispositivo electrónico, también tiene la posibilidad de resaltar los temas que crea pertinentes y relevantes.

- De acuerdo a las asignaturas que curse en el ciclo es fundamental que organice su tiempo para la lectura diaria del material sugerido. Dedique por lo menos una hora diaria a su estudio, seleccione el lugar más cómodo de su casa, verifique que cuenta con suficiente iluminación y de ser posible que el ruido no interrumpa su concentración.
- Realice una lectura rápida de los temas, para obtener una visión general de lo que está estudiando; relea y subraye los aspectos fundamentales, de una manera más detenida.
- Luego del estudio de cada unidad, no olvide realizar la autoevaluación propuesta, esto le permitirá comprobar el nivel de comprensión que ha adquirido. No dude en aproximarse al tema si el resultado no es satisfactorio. Las autoevaluaciones no son más que una ayuda al autodiagnóstico.
- Cada semana nos encontraremos en un espacio virtual que permitirá interactuar con el docente responsable de la asignatura y despejar inquietudes que en el camino se plantearon.

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

[Índice](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Referencias bibliográficas](#)

3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje



Primer bimestre

Resultado de aprendizaje 1 y 2

- Relaciona comunicación con educación.
- Conoce la historia y definiciones de la educomunicación.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje

Resumen

En esta unidad empezamos con el desarrollo de los temas que nos permitirán adentrarnos en los estudios de Educomunicación. Para su comprensión al inicio de cada unidad se realiza un resumen de los temas abordados. Seguidamente, identificamos el objetivo general de la unidad para facilitarle el abordaje al tema y orientarle en el estudio.

Esta primera unidad la dedicaremos a comprender el concepto educomunicación desde diferentes enfoques, autores y un breve repaso de como aparece el campo de la educomunicación.



Semana 1 y 2



Unidad 1. Comunicación y Educación: Introducción a la Educomunicación

1.1. Definición de la Educomunicación

La disciplina de Educomunicación es en muchas ocasiones difícil de conceptualizar. Desde el ámbito anglosajón se ha trabajado más con términos como educación mediática, mientras que en América Latina este campo de estudio ha estado relacionado con una educación dialógica.

En los años 60 del siglo XX para Roberto Aparici los comunicadores, educadores, filósofos y sociólogos en diferentes partes del mundo comienzan a designar a la educomunicación como una “Iniciación a los medios de comunicación de masas”, “lectura crítica de los medios”, “recepción activa”, “educomunicación” o “educación en materia de comunicación”.

La Educomunicación es transversal, transdisciplinar que permite trabajar en acciones comunicacionales horizontales comprometidas con la sociedad.

La educomunicación incluye, sin reducirse, el conocimiento de los múltiples lenguajes y medios por los que se realiza la comunicación personal, grupal y social. Abarca también la formación del sentido crítico, inteligente frente a los procesos comunicativos y sus mensajes para descubrir los valores culturales propios y la verdad (Ceneca/Unicef/Unesco, 1992, referido en Aparici & García-Marín, 2018, p. 54)

Parra Albarracín, (2000, pág. 26) señala que la Educomunicación se convierte en una línea orientadora, que cual conjunto estructurado de elementos teóricos y metodológicos está destinado a apoyar el ejercicio de la decodificación de los mensajes, así como a apoyar el desarrollo de los aprendizajes.

Acota además que:

“la sistematización de los procesos de la Educomunicación se pueden percibir en los tópicos que la preocupan de modo preferencial: los medios y fines de la comunicación educativa, la gestión de la comunicación educativa, la educación audiovisual y la conciencia crítica, el juego de la televisión, la televisión y el desarrollo cognoscitivo infantil, la familia y los medios, la educación a distancia en el nuevo entorno tecnocultural, las nuevas tecnologías y educación formal, la Educomunicación y los cambios tecnológicos”. (págs. 59-60)

Revise la [entrevista realizada por Roberto Aparici a tres expertos Daniel Prieto Castillo, Ismar de Oliveira y Guillermo Orozco](#), referentes que trabajan en este apasionante campo.



De Oliveira ha investigado y trabajado desde una visión crítica hacia los medios desde la década del 70, este experto brasileño es un referente en Brasil y América Latina. Enfatiza que la educomunicación promueve ecosistemas comunicativos, abiertos, democráticos, participativos que tiene como meta la práctica plena de los ciudadanos. Aunque algunos autores hacen hincapié en que este campo de acción está enfocado en la lectura crítica de los medios, Oliveira difiere porque señala que el eje central no son los medios, sino la propia práctica de la propia acción comunicativa.

Para De Oliveira la misión del educomunicador es provocar el interés de las personas que se descubran como productores de cultura, a partir de la apropiación de los recursos de información y comunicación social. (Martínez-Salanova, s/n)

Escuchemos el aporte que hace este académico en relación a la educomunicación en un video compartido por la Red Educom:
[Concepto de educomunicación](#)

1.2. El mundo pasado y presente de la educomunicación

En América Latina, la comunicación y educación han sido abordados por diferentes autores. Paulo Freire a través de diferentes obras “La pedagogía del oprimido” (1968), “La pedagogía de la esperanza” (1992), “La educación como práctica de la libertad” (1965), entre otros, aborda la importancia de trabajar en una educación que no permita la domesticación sino la libertad”, Freire fundamenta su propuesta en el hecho de contar con “una educación para el hombre-sujeto” y no entre “una educación para el hombre-objeto”.

La relación comunicación y educación para Gutiérrez, (2019, pág. 368) se constituye en América Latina en una expresión de búsqueda de formas emancipadoras reflejadas en las obras de Paulo Freire, Daniel Prieto, Mario Kaplún, Jorge Huergo.

En la década de los 60, el cubano Luis Campos Martínez pone en marcha en Quito el Plan de Educación Cinematográfica para Niños, conocido como el Plan DENI, el cual se constituye en uno de los proyectos de formación de lectura crítica de los medios de comunicación que no tarda en expandirse a algunos países de América Latina. (Organización Católica Latinoamericana y Caribeña de Comunicación, 2001, pág. 8)

Le invito a revisar el trabajo realizado por OCLACC (ahora conocida como SIGNIS AL) en su [libro Tres décadas de educomunicación](#) realiza una recopilación de experiencias en el campo de la educación para los medios. Iniciemos con la lectura del capítulo “Hacer Caminos”, página 12.

En este apartado que acaban de revisar se habrán encontrado con elementos inspirados en la conceptualización del *lenguaje total* de pedagogos y profesores franceses que sirvieron de base para el

Plan DENI. Se centra en tres factores fundamentales que están más vigentes que nunca:

- a. Lo audiovisual no puede ser concebido como un simple auxiliar de la enseñanza tradicional;
- b. Lo audiovisual no constituye un medio de expresión autónomo o paralelo a la lengua materna, sino que exige un aprendizaje particular;
- c. El hombre moderno dispone de medios de expresión que pone en juego, según tres modalidades diferentes: verbo-audio-visual. En este conjunto, las lenguas, oral o escrita, se manifiestan como un caso privilegiado, debido a su uso corriente. Pero, en muchos casos la prensa, el cine y la televisión constituyen solo uno de los sistemas de signos o de los códigos utilizados.

A esto hay que añadir actualmente el protagonismo que ha tomado Internet a través de las redes sociales, páginas web, etc., y su “apropiación” en diferentes grados de cada una de las generaciones. En la década de los 60 podemos entrever que empezamos hablar del prosumidor, ya que el *Lenguaje Total* tiene como principio que al mismo tiempo el receptor actúe como emisor en sus relaciones comunicativas (Ibid, 2001, pág. 13)

La educación popular, la teología de la liberación o el Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación –NOMIC- centran su atención en combatir de alguna forma el control que ejercen las transnacionales del espectáculo y la información. En Ecuador, Ulises Estrella en los años 70 inicia con el trabajo de alfabetización audiovisual a través del cine (Oclacc, 2001, pág. 16), tema del cual hablaremos en los siguientes capítulos ya que ha tomado especial relevancia en esta nueva era audiovisual-digital.

Le invito a ampliar su conocimiento y conocer al literato-cineasta Ulises Estrella en el siguiente video: [Ulises Estrella, documental](#).

Así mismo, no se puede dejar de mencionar a académicos como el teórico de la comunicación boliviano, Luis Ramiro Beltrán que es reconocido como el pionero de la Escuela Crítica Latinoamericana de Comunicación y la democratización de la comunicación o Juan Díaz Bordenave, este último conocido como el padre de la “Comunicación Latinoamericana”. Desde los años 50, 60 trabajó con un grupo de comunicadores, educadores y teólogos de la liberación en la comunicación popular, comunicación para el desarrollo. En la página de [Signis ALC](#) revise su biografía y el video realizado por CIESPAL: [Documental: Sembrando Comunicación - Juan DÍAZ BORDENAVE](#).

Huergo, (2002, pág. 2) caracteriza al campo de Comunicación/Educación como un terreno complejo, problemático, que tiene escasas líneas de demarcación, en el cual se ha confundido las perspectivas teóricas, las prácticas profesionales y sociales entre el difusionismo desarrollista y la comunicación/educación popular y liberadora de la década de los 60 y 70 y se extienden en el siglo XXI a través de diferentes debates en congresos realizados en Brasil, Canadá al punto de poner en riesgo la desintegración de la *World Council for Media Education* por la pugna entre intereses comerciales y quienes siguen trabajando por un proyecto crítico y liberador.

O neologismo Educcommunication havia sido pautado, nos anos 1980, pela UNESCO, como sinônimo de Media Education, para designar todo o esforço do campo educativo em relação aos efeitos dos meios de comunicação na formação de crianças e jovens. Entre 1997 e 1999, o Núcleo de Comunicação e Educação da USP realizou uma pesquisa, patrocinada pela FAPESP, junto a 176 especialistas de 12 países da América Latina, identificando a vigência de uma

prática mais abrangente no seio da sociedade civil, que tomava a comunicação como eixo transversal das atividades de transformação social. Passou, então, o NCE/USP a ressemantizar o termo educomunicação para designar o conjunto destas ações que produzem o efeito de articular sujeitos sociais no espaço da interface comunicação/educação. No caso, à leitura crítica da mídia e à produção midiática por jovens soma-se o conceito de *estã* da comunicação nos espaços educativos. (SOARES, 2012, (Consani, 2017, pág. 21)

En Iberoamérica la Educomunicación parte de los movimientos de comunicación popular herederos de las teorías de Paulo Freire y de otros educadores latinoamericanos referentes en estudios sobre la televisión para formar televidentes activos como Guillermo Orozco o Valerio Fuenzalida. Los movimientos europeos de educación mediática estuvieron presentes en Reino Unido, España, Francia. En 1979, la UNESCO acepta la Educomunicación como categoría provista de sentido teórico.

La pedagogía del francés Celestin Freinet aportó significativamente en la relación profesor, alumno, escuela, el papel activo de los niños y niñas, fundamentalmente trabajó en el concepto de experimentación y lo que se puede lograr en los educandos.

Freinet fue el punto de partida en los estudios sobre la pedagogía de los medios, *mídia-educação* y *media literacy*. Revise el siguiente artículo sobre la [Pedagogía de los medios y pedagogía Freinet: puntos de encuentro](#) de Silva & De Lorenzi, (2013).

Como se mencionó, la *media literacy* se encarga de estudiar la relación que tenemos con los medios, se desarrolla en Reino Unido y está enfocada en como la alfabetización mediática permita luchar por la igualdad de acceso a la educación y formar individuos que decodifiquen de manera reflexiva y consciente los mensajes

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

emitidos en los medios de comunicación e Internet. Revise en el anuncio que compartiré el enlace que lo guiará al sitio web de media literacy.

Figura 1.

Len Mastermann



Fuente: Educomunicategema

Len Mastermann por otro lado, en los años 80 sienta las bases de la alfabetización en medios, es reconocido por influir en el desarrollo de la educación audiovisual en Canadá, Australia y por Europa, incluido el Reino Unido. Mastermann centra su atención en el análisis que se deben realizar en los medios desde un posicionamiento crítico que implica problematizar los productos de los medios, interrogarse por quién produce, para qué produce, cómo produce, etc.

En el siguiente [recurso abierto](#) lea el artículo sobre los “Orígenes de la alfabetización mediática y fundamentación teórica basada en Len Masterman”.

Aguaded, director del grupo ALFAMED y Grupo Comunicar señala que:

“desde la década de los setenta, instituciones supraestatales como la UNESCO han reclamado la importancia de esta formación que, siendo transversal, requiere un tratamiento específico en los programas escolares, en la formación de los maestros y profesores, la educación de las familias e incluso de adultos, personas mayores, amas de casa, desempleados...

Hoy, esta presencia ha adquirido un mayor énfasis con la implicación de otros organismos, además de la UNESCO, como el Parlamento Europeo, la Comisión Europea y la ONU a través de su programa de la Alianza de las Civilizaciones, con un subprograma específico de «media literacy» (UNAOC). Entre las acciones sistemáticas e integrales de este programa de Media Literacy Education (MLE) destaca la puesta en marcha de su «Clearinghouse» (www.aocmedialiteracy.org), portal web con más de 2.500 usuarios mensuales registrados, que suministra cientos de recursos, eventos, materiales e información de todos los países del mundo”. (2011, pág. 7)

En España las investigaciones y los aportes que han realizado académicos como Ignacio Aguaded, Joan Ferrés, Roberto Aparici, entre otros, ha sido fundamental para que la educación mediática, la enseñanza y aprendizaje del uso de los medios de comunicación vuelva a convertirse en factor clave dentro de la política pública. Desde 1986, el Grupo Comunicar trabaja con investigadores de algunos lugares del mundo en tópicos que involucran a la educación y la comunicación como articuladoras y foco fundamental de procesos de cambio.

Desde la década de los noventa hasta la actualidad, la tecnología trastocó y presentó nuevos cambios, como menciona Aparici (2018) existe un desarrollo imparable de las tecnologías educativas

digitales. En el 2020, la emergencia sanitaria por la COVID19 presentó un escenario nunca antes visto al convertir la virtualidad como puente para conectarse entre la población para informar o enseñar.



Actividades de aprendizaje recomendadas

*En la siguiente actividad diríjase a la página Educomunicación en la página web de Enrique Martínez encontrará **“Algo de historia a través de algunos educomunicadores”** revise los conceptos que aportan estos académicos en torno a la educación y realice una búsqueda más profunda sobre el aporte de los siguientes académicos referidos en este apartado: Celestin Freinet, Paulo Freire, Mario Kaplún, Len Mastermann, Daniel Prieto Castillo, Ismar de Oliveira, Roberto Aparici, José Manuel Pérez Tornero.*

La Unidad 1 realiza un primer acercamiento al mundo de la Educomunicación. Lo animo a que realice la siguiente autoevaluación para reforzar sus conocimientos, considere las lecturas recomendadas, videos y la lectura de toda la unidad.

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas



Autoevaluación 1

1. ¿Qué campos implican a la educomunicación?
 - a. La información, la ética y la recepción.
 - b. La psicología y la educación.
 - c. La educación y la comunicación.
2. Señala de entre las siguientes alternativas, ¿Qué inconsistencias aparecen para el concepto de educomunicación?
 - a. Es un espacio teórico-práctico formado por las interrelaciones entre dos campos muchas veces separados: educación y comunicación.
 - b. Se trata de una rama de la educación que se dedica exclusivamente a la crítica a los medios de comunicación y sus perjuicios.
 - c. Incluye el conocimiento de múltiples medios y lenguajes para llevar a cabo la comunicación personal, grupal y social.
3. ¿Por qué es adecuado señalar que educación y comunicación requieren competencias similares?
 - a. Porque son ciencias que trabajan desde el campo social
 - b. Porque ambos requieren aspectos cognoscitivos como la transmisión de información, métodos, técnicas y recursos
 - c. Porque la educación sin comunicación no es posible, y viceversa

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

4. ¿Cuál es la meta final de la educación y la comunicación?
- a. Lograr ciudadanos responsables y participativos, con capacidad crítica, creadores en común de las soluciones a los problemas, que cuestionen la información que reciben.
 - b. Lograr que más personas puedan integrarse a sus contenidos, democratizando y ampliando la cobertura.
 - c. Brindar oportunidades de superación a los ciudadanos para alcanzar el fin máximo: la felicidad.
5. () Según Albarracín la educomunicación apoya el ejercicio de decodificación de los mensajes.
6. () Ismar de Oliveira difiere porque señala que en la educomunicación el eje central son los medios.
7. () “una educación para el hombre-sujeto” y no entre “una educación para el hombre-objeto” es una propuesta de Paulo Freire.
8. () En la década de los 60, el Plan de Educación Cinematográfica para Niños se pone en marcha en Cuba.
9. () Luis Ramiro Beltrán es conocido como el padre de la “Comunicación Latinoamericana”.
10. () Freinet fue el punto de partida en los estudios sobre la pedagogía de los medios.

[Ir al solucionario](#)

Resultado de aprendizaje 1, 2 y 3

- Relaciona comunicación con educación.
- Conoce la historia y definiciones de la Educomunicación.
- Analiza los modelos de comunicación y su impacto.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje



Semana 3



Unidad 2. Pedagogía de la edu-comunicación

En el diccionario etimológico castellano de Chile revisemos el significado de *educere*:

“verbo que significa poner fuera a otro de un determinado estado o de un reducto cerrado, sacar afuera, conducir de dentro a afuera, hacer salir. Educare ejerce una guía para que el otro sujeto salga por sí mismo de un determinado estado, de manera que es mucho más protagonista de su propio proceso.

[Índice](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Referencias bibliográficas](#)

Educare se ha empleado en latín con el valor de proporcionar todos los medios a un sujeto (ya sea nutrición, física o intelectual y moral) para que este sujeto salga y se eleve de su primitivo estado a su plenitud de desarrollo físico e intelectual, como el que labra y siembra una tierra para que produzca, pero es la tierra la que produce y no el labrador (y de hecho poéticamente se ha empleado incluso en latín clásico, el verbo educare referido a la tierra, con el valor de hacerla producir y con el valor de hacer crecer la tierra sus frutos)". (Diccionario etimológico castellano de Chile, 2020)

Educar **Educere** (latín)

Extraer lo que está adentro, cuestionar, pensar, crear, emerger lo que se tiene. Opuesto a memorizar, repetir.

Educare **Guiar, conducir** (indoeuropea deuk)

Extraer su potencial creativo, conocimientos, valores.

Aparici en una introducción que realiza a la educomunicación 2.0 acerca los principios pedagógicos de la educomunicación, reitera que esta disciplina se basa en el diálogo y la participación que no solo están mediada por la tecnología sino de cambios actitudinales y de concepciones (2018, pág. 12)

Freire sentó las bases de una educación dialógica que permita el conocimiento, la reflexión.

Ser dialógico es no invadir, en no manipular, es no imponer consignas. Ser dialógico es empeñarse en la transformación, constante, de la realidad. (Freire 1973, referido en Aparici, 2018).

Hernández, (1996) habla de los esfuerzos que el grupo de investigación pedagógica de la Universidad Nacional realizan en reconocer el carácter comunicativo de la relación pedagógica, por oposición a la visión instrumental de la misma. Como la “tecnología educativa” enfatizaba el modelo curricular del diseño instruccional: la acción pedagógica concebida como un conjunto de átomos (objetivo, actividad, evaluación) prediseñados y el maestro como un “administrador” del currículo; un modelo donde se predecían, desde fuera del aula, las interacciones con los estudiantes y sus resultados. (pag. 2)

Figura 2.

Distorsiones de la Educación con TICs



Fuente: Educa con TIC

Esto se conecta con el problema que encuentra Morales, (2015) en el planteamiento que realiza el educador Francisco Gutiérrez en relación al sistema escolar y el poco entusiasmo que despierta ante la vida, resumiéndolo en cinco ejes de acción en su propuesta: educar para la incertidumbre, educar para el disfrute de la vida y el arte, educar para la significación y expresión, educar para la convivencia y educar para apropiarse de la historia y la cultura.

En la siguiente entrevista, Daniel Prieto Castillo recalca que debemos “*Construir nuestra palabra de educadores*”, una interesante mirada de cómo se debería pensar desde el aprendizaje comunicacionalmente escuchemos la entrevista realizada en la UNED [enlace web](#).

Narvaez-Montoya, (2019, pág. 5) plantea tres categorías y grados de institucionalización, que se verían reflejados en la organización que tenga cada Estado y las funciones que deben cumplir, revisemos la tabla que propone:

Tabla 1.
Visión institucional

Educación	Comunicación	Cultura
Escuela	Medios	Institución artística y patrimonial
Educación	Comunicación	Formación
Instrucción/vinculación	Información/ entretenimiento	Fruición/juicio artístico
Saberes disciplinares	Saberes mediáticos	Saber estético
Pedagogía/ciencias de la educación	Mediología/ciencias de la comunicación	Historia del arte/ humanidades

Fuente: Narvaez-Montoya, (2019, pág. 5)

En este sentido la actividad de la escuela, Narváez-Montoya señala que se reduce a dos procesos: 1) el de instrucción o enseñanza de conocimientos, específicamente de los saberes escolares; y, 2) inculcación o enseñanza de normas éticas, morales y legales. En el caso de los medios los centra en la información (relato no ficcional) y en el entretenimiento (relato ficcional). Para las instituciones artísticas sería formar a la población en su capacidad de placer y juicio artístico y patrimonial.

Parra Albarracín, (2000, pág. 61) (...) Las prácticas educomunicacionales confieren a educandos y ciudadanos capacidad de síntesis y jerarquización de valores. Saber leer los

mensajes y discernir sobre los productos comunicacionales llevan a desarrollar la capacidad para el razonamiento y para el pensar.



Actividad de aprendizaje recomendada

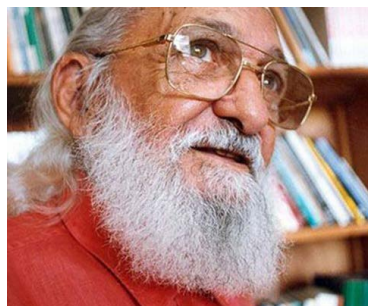
El artículo de Roberto Aparici realiza una introducción a la educomunicación más allá del 2.0, le sugiero que revise las páginas 9 a la 22. El libro puede encontrarlo en la base de datos elibro.net.

Freire consideraba necesario dar concientización al oprimido a través de la educación. Dio significativa importancia a la alfabetización, pero no en forma aislada y memorística, sino con una aproximación crítica a la realidad. Su metodología, llamada Método Freire fue utilizada en Brasil y en otros países del mundo para las campañas de alfabetización. (López, 2008, pág. 58)

Freire, (1970) en su libro “Pedagogía para el oprimido” enfatiza que la narración cuyo sujeto es el educador, conduce a los educandos a la memorización mecánica del contenido narrado. Más aún, la narración los transforma en “vasijas”, en recipientes que deben ser “llenados” por el educador. (pág. 51)

Figura 3.

Paulo Freire



Fuente: Red Educom

Para Paulo Freire este tipo de educación es “bancaria”, es decir, sirve para la domesticación del hombre. En su libro “Pedagogía del Oprimido” enlista lo que produce este tipo de educación y Kaplún, (1985, pág. 22) la resume en la tabla 2.

Tabla 2.

Funciones del educador y educando

El educador	El educando
▪ Es siempre quien educa	▪ Es siempre el que es educado
▪ Es quien habla	▪ Es quien escucha
▪ Prescribe, tipifica, pone las reglas	▪ Obedece, sigue la prescripción
▪ Escoge el contenido de los programas	▪ Lo recibe en forma de depósito
▪ Es siempre quien sabe	▪ Es el que no sabe
▪ Es el sujeto del proceso	▪ Es el objeto del proceso

Fuente: (Freire, Pedagogía del oprimido, 1970)

A través de diferentes aportaciones Freire lleva a una reflexión profunda sobre el sistema educativo y las consecuencias de una educación que no fomenta pensadores críticos. Aquí algunos de los textos que los invito a leer.

Figura 4.

Libros de Paulo Freire



2.1. El campo comunicacional como un proceso educativo

Este apartado quiero empezar haciendo alusión a dos dimensiones de la vida subjetiva del hombre que Torres & González, (2012, pág. 8) mencionan: la relacional (interpsíquica) y la interna (intrapsíquica). Me enfoco en la primera porque es el pilar donde se construyen los cimientos de la vida: las primeras etapas de la niñez. Estos autores señalan que desde niño inicia un vínculo con la cultura a través de los adultos que la rodean y el lenguaje que se emplea. Actualmente habría que añadir que la relación inicia de manera más temprana a través de los medios digitales.

Cuando hacemos referencia al acto comunicativo lo relacionamos con el intercambio de información, y el hecho de considerar al ser humano como un sujeto y no objeto, tal como hemos revisado en las propuestas de los académicos Kaplún, Prieto Castillo, Freire,

Para Kaplún (1998, pag. 9) en toda acción **educativa**, aun la que se realiza en forma interpersonal, se necesita conocer de **comunicación**.

Las reflexiones realizadas por Mario Kaplún tienen sus cimientos muy cerca de las ideas Paulo Freire, su método sencillo y de bajo costo convirtió en comunicadores a grupos de adultos que hasta esos entonces no habían tenido acceso a los medios de información, y menos a procesos de comunicación que pudieran fortalecer sus voces. La propuesta del canadiense Jean Cloutier, hablaba del emisor-receptor y del receptor-emisor, la cual pudo ser plasmada en la práctica e hizo surgir nuevas formas de comunicación participativa. (Portal de la educomunicación, 2001)

Figura 5.
Mario Kaplún



Kaplún, (2010, pág. 42) se cuestiona el hecho que el diálogo entre la educación y comunicación hayan sido fluidos y fructíferos. Y que la comunicación haya servido simplemente de vehículo multiplicador y distribuidor; o suministradores de recursos tecnológicos de transmisión y difusión. Y menciona la otra línea de respuesta:

- Educación y comunicación una misma cosa.
- Educar es siempre comunicar.
- Toda educación es un proceso de comunicación.

Dos conceptos disociados y que pueden confundirse, ante lo cual se pregunta ¿cómo discernir la identidad de una propuesta que, desde lo específico de la comunicación, quiere contribuir a la búsqueda de un nuevo modelo educativo?

Hay tres procesos en la educación que expone Kaplún, (1998, pág. 17):

- Educación que pone énfasis en los contenidos es igual a la educación tradicional

Al relacionar este proceso con la comunicación, su modo encaja en el monólogo, una comunicación vertical.

Tabla 3.*Énfasis en los contenidos - comunicación*

El comunicador	El receptor
Emite	Recibe
Habla	escucha
Escoge el contenido de los mensajes	Lo recibe como información
Es siempre el que sabe	Es el que no sabe

- Educación que pone énfasis en los efectos es igual ingeniería del comportamiento, moldear la conducta de las personas.

Mecanismos que son aplicados de la misma forma en comunicación.

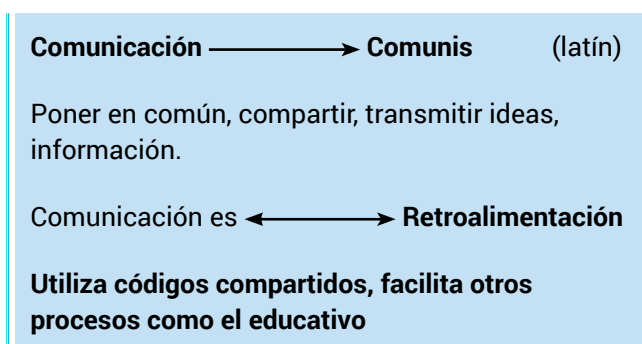
Tabla 4.*Medios y objetivos de persuasión*

Medio	Educación	Objetivo
Medios de comunicación	Programador	Son empleados para manipular la opinión del público y moldear y uniformar su conducta.
Técnicas publicitarias	Ingeniería del comportamiento	Actúan por presión, repetición y motivaciones subliminales. Mecanismo de estímulo-recompensa.
Propaganda política	Seudoparticipación	Presiona sobre la masa para que vote por un candidato sin reflexión y análisis.

Elaboración propia a partir de la propuesta de Kaplún (1998)

- Educación que pone el énfasis en el proceso es igual a la transformación de la persona, desarrollo de sus capacidades intelectuales.

Proceso – error – conflicto Diálogo – intercambio e interacción



Revisemos en la siguiente tabla la relación entre educación y comunicación que Kaplún (2008, pag. 52) presenta los siguientes indicadores y como se debe entender de acuerdo a cada uno de los procesos y énfasis.

Tabla 5.
Relación entre educación y comunicación

Indicadores/ Modelo	Énfasis en los contenidos	Énfasis en los resultados	Énfasis en el proceso
CONCEPCIÓN	Bancaria	Manipuladora	Liberadora- Transformadora
PEDAGOGÍA	Exógena	Exógena	Endógena
LUGAR DEL EDUCANDO	Objeto	Objeto	Sujeto
EJE	Profesor-Texto	Programador	Sujeto-Grupo
RELACIÓN	Autoritaria- Paternalista	Autoritaria- Paternalista	Autogestionaria

Indicadores/ Modelo	Énfasis en los contenidos	Énfasis en los resultados	Énfasis en el proceso
OBJETIVO EVALUADO	Enseñar/Aprender (Repetir)	Entrenar/Hacer	Pensar- Transformar
FUNCIÓN EDUCATIVA	Transmisión de Conocimientos	Técnicas- Conductas	
Ingeniería del Comportamiento	Reflexión-Acción		
TIPO DE COMUNICACIÓN	Transmisión de Información	Información/ Persuasión	Comunicación (Diálogo)
MOTIVACIÓN	Individual: premios/castigos	Individual: estimulo/ recompensa	Social
FUNCIÓN DEL DOCENTE	Enseñante	Instructor	Facilitador- Animador
GRADO DE PARTICIPACIÓN	Mínima	Seudoparticipación	Máxima
FORMACIÓN DE LA CRITICIDAD	Bloqueada	Evitada	Altamente estimulada
CREATIVIDAD	Bloqueada	Bloqueada	Altamente estimulada
PAPEL DEL ERROR	Fallo	Fallo	Camino búsqueda
MANEJO DEL CONFLICTO	Reprimido	Eludido	Asumido
RECURSOS DE APOYO	Refuerzo transmisión	Tecnología Educativa	Generadores
VALOR	Obediencia	Lucro utilitarismo	Solidaridad, cooperación
FUNCIÓN POLÍTICA	Acatamiento	Acatamiento/ Adaptación	Liberación

Fuente Kaplún (2008, pag. 52)

La creciente falta de reconocimiento a los problemas complejos, la superabundancia de los saberes separados y dispersos, parciales y fragmentados están relacionados con el conocimiento, Morin, (2016,

pág. 9) analiza la importancia de enseñar qué es el conocimiento desde la primera enseñanza hasta la universidad, pero no solamente saberes que permitan la formación profesional, sino que se introduzca una cultura de base que incluya el conocimiento del conocimiento.

Realiza desde un análisis introspectivo la necesidad de enseñar a vivir, equivocarse, engañarse lo menos posible, reconocer fuentes y causa de los errores, buscar el conocimiento que sea más pertinente (Ibid, pag. 12). Es decir, que el individuo no sea una fuente receptora de conocimientos, sino que su mente sea estimulada para discernir y actuar considerando su contexto, las consecuencias de sus decisiones, mucho más en este nuevo escenario de aprendizaje ubicuo.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Cuestionamientos:

1. ¿Cómo es la educación básica y secundaria en Ecuador?
2. ¿Qué tipo de estudiantes se están formando actualmente con la emergencia sanitaria?
3. ¿Se están formando ciudadanos o súbditos de Estado?
4. ¿Los maestros son generadores de cambio o consolidan el sistema unidireccional en Ecuador?
5. ¿Qué tipo de medios estamos utilizando para educar a las nuevas generaciones en entornos digitales?

Nota: conteste las actividades en un cuaderno de apuntes o en un documento Word.

La Unidad 2 realiza un acercamiento a la pedagogía de la educación/ comunicación a través de autores como Paulo Freire, Mario Kaplún entre otros. Revisemos brevemente como se entendió esta Unidad a través de la autoevaluación.

[Índice](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Referencias bibliográficas](#)



Autoevaluación 2

Ubique una V si es verdadero o una F si es falso. En las preguntas de opción múltiple, seleccione una alternativa correcta.

1. () *Educere* significa extraer lo que está adentro y conducirlo hacia afuera.
2. () *La educación dialógica fue propuesta por Kaplún.*
3. () *La comunicación, educación y familia son tres categorías* reflejados en la organización de cada Estado y las funciones que deben cumplir.
4. () La narración cuyo sujeto es el educador, conduce a los educandos a la memorización mecánica.
5. () Toda acción educativa implica un proceso de comunicación para Mario Kaplún.
6. () Educación que pone énfasis en los contenidos moldea la conducta de las personas.
7. () Educación que pone énfasis en los contenidos se relaciona con la comunicación bidireccional.
8. El término educar, proveniente del latín *educere*, que significa extraer lo que está adentro, ¿esto implica?
 - a. Profundizar en una disciplina, en sus conceptos y teorías.
 - b. Cuestionar, pensar, crear, hacer emerger lo que se tiene.
 - c. Formar al hombre en su dimensión intelectual.

[Índice](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Referencias bibliográficas](#)

9. A diferencia de la educación, la instrucción es
- a. Simple transmisión de conocimientos
 - b. Adquirir destrezas propias de la materia
 - c. Reconocer los elementos de la disciplina
10. () En la educación que pone énfasis en los contenidos la creatividad es altamente estimulada.

[Ir al solucionario](#)

[Índice](#)

[Primer
bimestre](#)

[Segundo
bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias
bibliográficas](#)

La unidad 3 nos permitirá conocer cómo diferentes autores argumentan sobre la importancia de enseñar el uso de los medios.

La unidad 4 nos permitirá explorar sobre las competencias mediáticas, qué sentido tiene la alfabetización digital, audiovisual e informacional.



Semana 4



Unidad 3. Relación de la comunicación y los medios

3.1. Los modos de relacionar comunicación – educación en un entorno de cambio

Del Siglo XX al Siglo XXI empezamos a vivir una transformación en cuanto a la participación del individuo en su relación con los medios, pasamos de una audiencia receptora de información a otra productora y consumidora al mismo tiempo.

La comunicación y la educación experimentan cada día un paralelismo en su adaptación a la sociedad de la información. Es fundamental en este sentido plantearse **que** información queremos obtener, no solamente localizar la que pueda resultarnos

útil, identificar **quienes** son los “receptores”: alumnos, docentes, periodistas, internautas, que la sobreinformación plantea el reto de contar con periodistas-verificadores frente al periodista-*gatekeeper*, que en cualquier **lugar y momento** hay información que puede producirse, distribuirse y consumirse, considerando que uno de los caminos para lograr resultados oportunos es que el centro de atención sea el ciudadano como eje de la sociedad para fomentar una verdadera democracia participativa.

Orozco, (2008) trae un aspecto fundamental cuando habla de América, se refiere a que contamos con territorios multiculturales, multilingües, multiétnicos, multifragmentados, multimedidos, todo esto sumado a los desafíos actuales que se presentan por los fenómenos socioculturales, comunicacionales y políticos.

Los medios pasaron de pantallas con un contenido y horarios rígidos, en el cual el espectador estaba a expensas de lo que el programador le ofrecía, a contar con un volumen de producción a través de diferentes canales de difusión: televisión por suscripción, televisión y plataformas *on demand*, que han cambiado la manera de consumir los programas de su elección y de acuerdo al uso y gratificaciones que cada empresa tiene para su audiencia.

Los medios de comunicación siempre nos hicieron estudiar las nociones de tiempo y espacio, pero en el actual contexto se debe más que nunca explicar cómo estas concepciones se modifican para las nuevas generaciones (Mier-Sanmartín, 2019). La UNESCO es un organismo que pone énfasis en el buen uso de los medios de comunicación, reiterando la importancia que tienen los procesos de diálogo para generar cambio social.

Sin embargo, la tecnología, Internet, las redes sociales han reconfigurado la forma de enseñar, de aprender, de leer los medios de comunicación. El estadounidense Henry Jenkins, (2008) entiende a la «convergencia» como el flujo de contenido a través de múltiples

[Índice](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Referencias bibliográficas](#)

plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento manifiesta que “(...) la convergencia se produce en el cerebro de los consumidores individuales y mediante sus interacciones sociales con otros” (pag, 14-15). La convergencia está en todos lados, podría en algunos casos alcanzar una gran audiencia, aunque sea cada vez más difícil conectarse con ella.

La pregunta es ¿Por qué es difícil conectarse con estas nuevas audiencias? La respuesta puede estar anclada al consumo diverso de contenido, actualmente las audiencias están cada día más fragmentadas, las nuevas generaciones están rodeadas de tecnología y a través de la Red pueden acceder al contenido que deseen, ya no deben esperar a encender el televisor, la radio, comprar el periódico o visitar una biblioteca para obtener información. Pero también se generan otro tipo de interacciones entre generaciones, en el siguiente [video](#) los niños enseñan a sus abuelos a usar el celular.

3.2. ¿Por qué enseñar los medios de comunicación?

Marshall McLuhan (1969) considera que todos los medios son prolongaciones de alguna facultad humana, psíquica o física” (pág. 26), se anticipó a lo que actualmente estamos viviendo, para este autor los medios tecnológicos son entendidos como herramientas que extienden las habilidades humanas a través del cuerpo, de los sentidos, la computadora ha sido una de ellas. McLuhan, en los años 60 hace referencia sobre el sistema educacional que tenían los niños, recibiendo información escasa pero ordenada y estructurada por patrones, temas y programas fragmentados y clasificados, con funcionamiento tipo fábrica (1969, pág. 18).

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

Freire y Kaplún enfatizan que la interrelación entre las dos disciplinas busca formar al estudiante y transformar su realidad. Para Freire, (2011, pág. 9) la educación es praxis, reflexión y acción del hombre sobre el mundo para transformarlo.

La pregunta que necesitamos hacernos es ¿Qué papel ocupan en nuestra vida estos medios? ¿Qué tipo de relación es la que teníamos y cómo ha cambiado?

Figura 6.
Relación con los medios



Fuente: Ácidodivertido

Antes la televisión era empleada para ocupar el tiempo de ocio desde muy temprana edad, cuando aún su capacidad de discernimiento no estaba desarrollada, ahora ha sido reemplazada por los dispositivos móviles.

En los años 80 o 90 recordemos como era el aprendizaje, cómo los niños lograban recordar con precisión los planetas al cantar la canción del payaso ecuatoriano Tiko Tiko, o las tablas de multiplicar a través de canciones, se aprendía a través de la repetición.

Para Romero “...Los medios de comunicación son la materialización física de la necesidad de relacionarse entre sí que tienen todos los humanos” (2008, citado en Scarpati & Ramírez, 2015). De la misma forma vamos enriqueciendo lo que consumimos, las redes que formamos. En el programa “Redes”, transmitido hasta el 2014 por Televisión Española y dirigido por Eduard Punset, entrevista a James Fowler, investigador de la Universidad de California, entre una de los tópicos que menciona es como el ser humano se consagra como un ser social y a través de los contactos que tenemos o creamos se logra influenciar o recibir influencia de nuestro entorno a través de una red de redes.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Pueden ver el programa “El poder de las redes sociales”, busque el programa en (TVE) televisión española y completo.

Reflexione sobre el contenido que acaba de ver y responda en el foro el siguiente planteamiento: ¿Las redes sociales actualmente de qué forma influyen en poblaciones jóvenes?

- Pautas: Investigue en la web, redes que consumen los jóvenes y seleccione un caso que esté relacionado con este tema.

3.3. Pensamiento crítico

La narrativa que se trabaja en cada uno de los productos comunicacionales transmitidos a través de diferentes medios: diálogos en el cine, noticias, publicidad, post en páginas web, muestran una pequeña ventana de la realidad, una versión selectiva del mundo. De igual forma sucede en el sistema educativo.

Parra Albarracín, (2000, pág. 60) señala que

“los cometidos fundamentales de la Educomunicación son, por una parte, desmontar en los medios y en los mensajes las envolturas aparentes e “ideológicas”, con el objeto de que se descubran los entramados reales de las estructuras discursivas latentes en los mensajes y productos comunicacionales; y, por otra, apuntalar en lo pedagógico una actitud dialógica dirigida a reforzar el desarrollo de los aprendizajes.

En el mundo de las pantallas, Ferrés, (2014, pág. 47) las plantea como el escenario donde surgen conflictos de poder, condicionados por la capacidad que tenga el individuo de manejar la razón en beneficio propio, la capacidad de argumentar, razonar, persuadir, convencer. Comparte un cuento oriental en respuesta a esta capacidad que puede tener el ser humano si aprende a desarrollar su pensamiento crítico frente a las emociones.

El adivino y el rey

El rey estaba furioso. No podía soportar que aquel adivino le hubiera pasado por delante en las preferencias del pueblo.

Decidido a poner de manifiesto su poder, mandó llamar al adivino y le tendió una trampa:

- ¡Morirás! Sólo podrás librarte de la muerte si eres capaz de adivinar el día en el que vas a morir.

El adivino no se inmutó:

- Moriré un día antes que vos.

El rey palideció. Quedó perplejo. Cuando fue capaz de reaccionar, mandó que instalarán al adivino en el palacio y le protegió y le atención como nunca antes había hecho con nadie.

Actualmente uno de los campos de investigación que trabajan en este terreno es la neurociencia, que ha brindado actualmente un nuevo planteamiento de comunicación persuasiva.

3.4. ¿Por qué educar en, con y sobre los medios?

¿Cuántas horas dedicamos semanalmente a consumir productos audiovisuales? Dependiendo de la generación el uso de los medios cambia, las pantallas son empleadas para consumir Netflix, YouTube, Facebook, Instagram, Tik Tok, plataformas de transmisiones en directo como Twitch, etc.

Nos hemos preguntado ¿Podemos vivir sin redes sociales?
¿Podemos dejar de depender de la información actualizada que tenemos ahora a través del celular?

Actualmente los medios y empresas juegan con la inmediatez y velocidad con la que se entrega un mensaje. Jenkins, Ford, & Green, (2013, pág. 29) lo expresan claramente, el mensaje que no se propaga está muerto. Con esa misma velocidad millones de datos circulan a través de Internet, los internautas están sobrecargados de información y necesitan desarrollar destrezas y competencias para discernir y gestionar el contenido con criterio y responsabilidad.

Por otro lado, Martínez, (2015) enfatiza que la educación mediática debería servir para promover la creatividad del individuo y su comunicación con otras personas, una comunicación basada en intercambios comunicativos igualitarios, en los que la recepción se hace tan importante como la propia emisión de mensajes. (pág. 27)

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

Len Masterman señala siete razones fundamentales del por qué educar con y sobre los medios. (referido en Martínez, 2015)

1. **El elevado consumo de medios y la saturación en la sociedad contemporánea.** La experiencia de todos nosotros está saturada por los medios.
2. **La importancia ideológica de los medios y su influencia como Empresas de Concienciación.** Los medios moldean nuestras percepciones e ideas, no sólo proporcionan información del mundo sino maneras de verlo y entenderlo. Los medios son sistemas simbólicos que es preciso leer de manera activa en vez de aceptarlos pasivamente como sustitutos de la experiencia.

Fecé (2006) agrega que en una época en la que las instituciones dominantes han acabado por imponer una ecuación $\text{Ver} = \text{Creer}$, se hace imprescindible una reflexión sobre la información audiovisual. El espectador no cree estar ante la verdad de la representación, sino ante la “verdad” de lo representado, ante “verdades indiscutibles” (citado en Francisco Amat, 2010, pág. 10)

3. **El aumento de la manipulación y fabricación de la información y su propagación por los medios.** En la mayoría de los casos no se puede considerar que los medios sean bastiones de la libre expresión, esenciales para la conservación de las libertades, sino armas puestas al servicio de intereses particulares.
4. **La educación audiovisual** es uno de los pocos instrumentos que profesores y alumnos poseen para empezar a desafiar la gran desigualdad de conocimiento y poder que existe entre los que fabrican la información en su propio interés y quienes

la consumen inocentemente como si se tratase de noticias o diversión.

5. **La creciente penetración de los medios en los procesos democráticos fundamentales.** Los medios han penetrado en la esencia del sistema democrático. Las elecciones no son acontecimientos de los que los medios informan, sino que son acontecimientos de los medios. Las giras, debates, discursos, visitas y demás actividades se planifican teniendo muy presentes los tiempos y prioridades de los medios.
6. **La creciente importancia de la comunicación e información visuales en todas las áreas.** La escuela sigue estando dominada por la letra impresa. Fuera de ésta, los modos de comunicación de mayor influencia y difusión son visuales. La escuela tendrá que reconocer lo importante que es desarrollar en sus alumnos la capacidad de examinar las imágenes visuales de manera crítica.
7. **La importancia de educar a los alumnos para que hagan frente a las exigencias del futuro.** Los principales cambios culturales y políticos que los medios han producido en las últimas décadas han tenido poca repercusión en la escuela, y, así el desfase entre muchas prácticas y prioridades docentes y las situaciones con las que se encuentran los alumnos en el mundo exterior es ahora más amplio y peligroso que nunca.
8. **El vertiginoso incremento de las presiones nacionales e internacionales para privatizar la información.** La transformación de la información en un bien de consumo y el desarrollo de los sistemas de datos corporativos internacionales constituyen amenazas para todos los sistemas de información pública y no digamos para el propio sistema educativo.

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas



Actividades de aprendizaje recomendadas

- Realice una lectura comprensiva del siguiente artículo ¿Por qué educar en medios? Andrea Francisco Amat, 2010 ¿POR QUÉ EDUCAR EN MEDIOS? Revista Quaderns Digitals. nº 63
- [¿POR QUÉ EDUCAR EN MEDIOS?](#)
- Lea la entrevista realizada a Len Masterman sobre “La Revolución de la educación audiovisual, busque la entrevista realizada a Len Masterman
- Elabore un mapa conceptual con las principales ideas y su conclusión.

Revisemos brevemente la Unidad 3 y procedamos a realizar la autoevaluación propuesta para identificar si entendimos el contenido estudiado.

[Índice](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Referencias bibliográficas](#)



Autoevaluación 3

Ubique una V si es verdadero o una F si es falso. En las preguntas de opción múltiple, seleccione una alternativa correcta.

1. () El fomento del pensamiento crítico que persigue la Educomunicación se centra en formar personas implicadas en la política
2. () Los participantes de una sociedad deberían estar en capacidad de utilizar múltiples lenguajes para crear y leer de forma crítica.
3. () Esta educación mediática debería servir para, entre otras cosas, apoyar el afán de lucro de las empresas de comunicación.
4. ¿Qué implica la educación en los medios?
 - a. La concienciación de los directivos en función de mensajes positivos
 - b. La forma cómo se codifican los medios y mensajes.
 - c. La capacitación técnica de los empleados.
5. ¿Por qué educar en medios?
 - a. Para promover un diálogo entre los medios y el gobierno donde prime el beneficio del ciudadano.
 - b. Para hacer conscientes a los individuos de la necesidad de conocer los lenguajes, expresivos y técnicos de los medios de comunicación, para fomentar un pensamiento analítico y crítico.
 - c. Porque no existe un conocimiento real del poder de los medios y su influencia en los destinos de la sociedad.

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

6. Según Len Masterman, debe existir una responsabilidad social en los medios, ¿qué significa esta afirmación?
- a. Que el papel de los medios debe ir más allá de simplemente comunicar e informar, la intención sería educar con los contenidos que se presentan.
 - b. Que debe limitarse el accionar lucrativo de los medios, pensarse más en la intervención social directa con las ganancias.
 - c. Que debe investigarse el efecto que causa en los espectadores los diversos contenidos de información y entretenimiento que diariamente consumen desde las pantallas.
7. () Los medios son empresas de concienciación porque moldean nuestras percepciones e ideas.
8. () El buen uso de los medios y los procesos de diálogo que se generen pueden generar el cambio social según la UNESCO.
9. () El ser humano puede ser influenciado a través de un conjunto de redes.
10. () Parra Albarracín menciona que el cometido de la Educomunicación es desmontar en los medios y en los mensajes las envolturas aparentes e “ideológicas”.

[Ir al solucionario](#)

[Índice](#)

[Primer
bimestre](#)

[Segundo
bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias
bibliográficas](#)



Semana 5



Unidad 4. Competencias y alfabetización mediática

4.1. Educación en medios y alfabetización digital: los nuevos lenguajes de la comunicación

Las pantallas que configuran el universo TIC: videojuegos, celulares, Internet, televisión, computadores atraen la atención a pequeños, jóvenes y adultos por distintos motivos. En este sentido, los medios de comunicación actualmente están sujetos a mutar por los avances vertiginosos de la tecnología.

En el 2001, el educador Marc Prensky difundió y describió las diferencias que tienen los nativos digitales e inmigrantes digitales. Otros autores, también han realizado clasificaciones generacionales en las cuales cada persona podría enmarcarse. ¿A qué generación pertenecemos? Esta primera clasificación es la que se conoce y se ha utilizado durante muchos años:

[Índice](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Referencias bibliográficas](#)

Tabla 6.

Clasificación generacional de los nativos e inmigrantes digitales por Prensky.

Generación	Edad	Característica
Generación T (<i>touch</i> o tacto)	Menos de 9 (desde el 2010)	Sin referencia analógica. Manipulan los dispositivos de manera fácil e innata. Interactúan de forma inmediata. Conectados e impacientes
Generación Z o Centennials	8 hasta 18 años (desde 1997 hasta el 2009)	Inmediatez, aman la flexibilidad y libertad. Se adaptan rápido a los cambios. Son más pragmáticos y menos idealistas. Sobreinformados.
Generación Y Millennials	18 – 34 (1980-1996)	Toman decisiones inmediatamente, no soportan el compromiso. Valoran su privacidad. Son multitasking. Aficionados a la tecnología del entretenimiento.
Generación X	35 – 49 (1965-1980)	Reflexivos y lentos Autonomía e independencia.
Baby Boomers o Viejenials	50 – 64 (1945 y 1964)	Reflexivos y lentos

Elaboración propia. (Mier-Sanmartín C. , Educomunicación en la era digital, el desafío de comunicarse y aprender, 2019)

Sin embargo, actualmente hay nuevas investigaciones en relación a la clasificación que tienen estos grupos de inmigrantes o nativos digitales. Investigadores de la Universidad de Oxford, UNC Charlotte, OCLC Research y la Universidad Carlos III lograron delinear a partir de entrevistas cualitativas realizadas a profesores y estudiantes, un nuevo perfil que está relacionado a las motivaciones y contextos

sociales, en los cuales no hay una línea divisoria profunda en estos dos grupos: visitantes digitales o residentes.

Tabla 7.

Características de los residentes y visitantes digitales

Visitantes	Residentes
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ven la web como un cobertizo de herramientas de jardín desordenado ▪ Tienen un objetivo o tarea definida ▪ Seleccionan la herramienta más adecuada para la tarea ▪ Tienen la necesidad de ver el beneficio concreto del uso de una plataforma ▪ Son relativamente anónimos ▪ Intentan evitar la creación de una identidad digital ▪ Tienen precaución en el robo de identidad, en su privacidad. ▪ Tiene la sensación de que la red social en línea es banal y potencialmente una pérdida de tiempo ▪ Utilizarán la tecnología para mantener relaciones ▪ La web ofrece un conjunto de herramientas para entregar o manipular contenidos (incluyendo conversaciones) ▪ Tendencia a respetar (y buscar) fuentes autorizadas ▪ El pensamiento suele tener lugar fuera de línea ▪ Los usuarios, no son miembros de la web ▪ No ven el valor de "pertenecer" a ninguna red. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ven la web como un lugar (parque, edificio) ▪ Es un lugar donde se reúnen grupos de amigos y colegas ▪ Viven una parte de su vida en línea ▪ La distinción entre online y offline cada vez más borrosa ▪ Sentido de pertenencia a una comunidad ▪ Tienen un perfil en las redes sociales ▪ Se sienten cómodos expresando su identidad en línea ▪ La web es un lugar para expresar opiniones, para crear y ampliar relaciones, mantener y desarrollar una identidad digital ▪ Los aspectos personales los mantienen cerrados ▪ Ven a la web como redes o grupos de individuos que generan contenido/opinión. ▪ No hay una distinción clara entre conceptos de persona y contenido.

Cuando se hablaba de nativos digitales, se destacaba su destreza en el uso de la tecnología. Se podía decir que un nativo digital no conocía otro tipo de vida. Que era una generación que sabía cómo usar técnicamente un dispositivo tecnológico y vivía la mayor parte del tiempo conectada con las pantallas. Sin embargo, Eva Ortoll, profesora de Ciencias de la Información y la Comunicación de la UOC, señala que este [estudio](#) contradice la teoría de los nativos digitales, que se podría llegar a pensar que la juventud la convierte a una persona en “residente digital” y a un adulto como “visitante”, pero, los resultados señalan que la edad no define la manera de como navegamos, dependerá del contexto que tenga cada individuo. (Plaza, 2016)

4.2. La competencia mediática

¿Por qué es difícil conectarse con estas nuevas audiencias? La respuesta puede estar anclada al consumo diverso de contenido, actualmente las audiencias están cada día más fragmentadas, las nuevas generaciones están rodeadas de tecnología y a través de la Red pueden acceder al contenido que deseen, ya no deben esperar a encender el televisor, la radio, comprar el periódico o visitar una biblioteca para obtener información.

El sistema educativo ecuatoriano tiene un gran reto en la preparación del profesorado como en las exigencias que deben tener los bachilleres. Hay que replantearse el método tradicional de enseñanza que señalaba Freire en 1970 y reitera Kaplún en el 2002 nuevamente. Aún el modelo bancario sigue vigente, los conocimientos son depositados y no procesados. Es decir, se requiere formar niños y jóvenes críticos, capaces de interpelar su entorno con argumentos.

En Ecuador, investigadores del área de comunicación y educación de instituciones de educación superior tanto privadas como públicas (Universidad Técnica Particular de Loja, Universidad del Azuay, Universidad de Cuenca, Universidad Central, entre otras), trabajan conjuntamente para conocer cuál es el grado de competencia mediática que tienen niños, jóvenes, universitarios y docentes. Desde el 2012, se han levantado aproximadamente 10000 encuestas para medir los parámetros sugeridos por Ferrés y Piscitelli.

Joan Ferrés y Alejandro Piscitelli presentaron en los 2012 parámetros que deben ser tomados en cuenta en la educación mediática, estos giran en torno a seis grandes dimensiones: lenguaje, tecnología, procesos de interacción, procesos de producción y difusión, ideología y valores, y dimensión estética.

Antes de empezar el siguiente subcapítulo lea la [propuesta de Joan Ferrés y Alejandro Piscitelli](#) “La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores”, en el mismo ofrecen criterios que deberían presidir la educación, la propuesta articulada de dimensiones y de indicadores para definir la nueva competencia mediática.

Ferrés & Piscitelli, (2012), manifiestan que el concepto de competencia nació asociado al mundo laboral, al mundo de la empresa. (...) Se suele entender por competencia una combinación de conocimientos, destrezas y actitudes que se consideran necesarios para un determinado contexto. Es precisamente el origen laboral o profesional del concepto el que suscita lógicas reticencias por parte de algunos expertos. Si se mantiene el concepto pese a estas reticencias es porque aquí no se hace de él una interpretación instrumental. No se piensa en una competencia que garantice la eficacia profesional, sino que potencie la excelencia personal. La competencia mediática ha de contribuir a desarrollar la autonomía personal de los ciudadanos y ciudadanas, así como su compromiso social y cultural. (pág. 76)

Por otro lado, para el catedrático Ignacio Aguaded la competencia mediática es la habilidad de acceder, analizar y evaluar el poder de las imágenes, sonidos y mensajes, empleando estrategias correctas que permitan comunicar de forma «competente» mediante los medios disponibles. El resultado que tiene la formación de competencias permite una ciudadanía responsable, reflexiva, cooperativa, tolerante, creativa, sensible y con una capacidad de responder de forma crítica ante las situaciones que se presenten en su entorno y vida.

En la tabla Callejas, Pérez, & Rodríguez, (2014) realizan una recolección de autores que cuentan con propuestas sobre la alfabetización digital y la posición de Buckingham en relación a las mismas.

Revise la tabla

Tabla 8.

Principales perspectivas acerca de la alfabetización digital

<i>Autores</i>	<i>Características de la propuesta</i>	<i>Críticas de Buckingham</i>
Seymour Papert; James Gee	Escuela contemporánea: suerte de páramo educacional.	No hay que prescindir de la escuela, sino cambiarla.
Leavis y Thompson (1930)	Los medios de comunicación deben estar presentes en la escuela.	La educación para los medios es una actividad crítica y creativa. La escuela debe desempeñar un papel central en este terreno.
Neil Postman (1992)	“Guerra de los medios”. Pánico moral a los medios de comunicación en la escuela.	Se debe alertar a los niños sobre los peligros, pero no apartar los medios.

<i>Autores</i>	<i>Características de la propuesta</i>	<i>Críticas de Buckingham</i>
Bazalgette (1989)	Los niños deben comprender y participar en la cultura mediática que les rodea. También deben disfrutar y sentirse ciudadanos democráticos.	Dura lucha para obtener reconocimiento de las TIC en la escuela.
Somekh (2004); Watson (2001)	Descontextualización de habilidades tecnológicas. En la actualidad, no ocupan un papel central en la educación.	La educación para los medios tiene un marco crítico y conceptual que las TIC no brindan como asignatura especializada en la actualidad.
Umberto Eco (1979)	“Si uno quiere usar la televisión para enseñar a alguien, primero se le debe enseñar a cómo usar.	No podemos utilizar las TIC, como medios de distribución, si no damos a los estudiantes las competencias necesarias.
Margaret Meek Spencer (1986)	Alfabetizaciones emergentes: Los niños juegan a través de medios diversos. Muchos autores le siguieron, con alfabetizaciones especializadas, televisión, cine; etc.	Alfabetización significa competencia, habilidad, desde un sentido profundo y estrecho con la lectoescritura.
Barton (1994); Krees (1997)	La alfabetización debe limitarse a la escritura.	Buckingham se plantea una serie de dudas: ¿Cuáles son las limitaciones y las posibilidades de la alfabetización digital? ¿Es solo una moda? ¿O estamos ante otro tipo de alfabetización?

<i>Autores</i>	<i>Características de la propuesta</i>	<i>Críticas de Buckingham</i>
Ofcom (2004). Ente británico de regulación en materia de medios de comunicación.	Alfabetización mediática: Capacidad de obtener acceso, comprender y crear comunicaciones en diferentes contextos.	Obtener acceso: Permite regular el propio acceso. Comprender: Interpretar los medios. Crear: Interactuar y producir mensajes.
Heath (1983); Street (1984)	Las competencias no son un mero conjunto de habilidades que reside en la mente de las personas. Es un fenómeno que sólo se entiende si consideramos las prácticas sociales de distintos tipos.	Buckingham defiende que en las alfabetizaciones debe estar presente, y tener mucho peso el marco social.
Cope y Kalantzis (2000)	Multialfabetizaciones: No se puede quedar restringida a la adquisición.	Buckingham defiende que también debe estar presente el marco
Goodson y Mangan (1996)	Defienden que no se suele delimitar el significado, en cuanto a lo que implica en realidad la alfabetización digital y sus metas generales.	Estas limitaciones, suelen responder a especificar las habilidades básicas requeridas, únicamente, en ciertas operaciones particulares.
David Warlick (2005)	Guía básica para configurar páginas web.	Concepción muy funcional de las habilidades en la alfabetización.
Nicholas Burbulas y Thomas Callister (2000)	Los usuarios de la web deben ser hiperlectores que comparan y cuestionan la información.	Buckingham considera que esta visión es más completa que la anterior.

<i>Autores</i>	<i>Características de la propuesta</i>	<i>Críticas de Buckingham</i>
Fabos (2004)	Los alumnos evalúan la red desde una lista de sitios sin comprender los temas que tratan. Estableciendo un sesgo.	Los alumnos deben comprender que ningún sitio es mejor o peor, sin que depende de las normas políticas y sociales.
Laura Gurak (2001)	Los usuarios deben comprender que son la política y la economía los que determinan las TIC.	La cuestión de la alfabetización se encuentra unida inexorablemente a cuestiones más generales de poder real.

Fuente: Presentación sobre perspectivas de la alfabetización digital.
(Callejas, Pérez, & Rodríguez, 2014)

Bawden, (2002, págs. 362-363) en una revisión sobre el concepto de alfabetización informacional y digital, reconoce seis términos (algunos usados como sinónimos):

- alfabetización informática: sinónimos – alfabetización en nuevas tecnologías / electrónica / de información electrónica;
- alfabetización bibliotecaria;
- alfabetización en medios;
- alfabetización de redes: sinónimos – alfabetización en Internet, hiper-alfabetización;
- alfabetización digital: sinónimo – alfabetización en información digital

Este autor por otro lado, distingue tres tipos de alfabetización: la simple capacidad de leer y escribir; el poseer alguna habilidad o competencia; y un elemento de aprendizaje. Además, marca como

hito importante la declaración de las Naciones Unidas en los años 90 en la lucha contra el analfabetismo.

La alfabetización ha cambiado con el paso de los años, antes de que la tecnología irrumpa, este término estaba ligado al hecho de saber leer y escribir, de decodificar símbolos y signos. McGarry (1994, citado en Bawden, 2002) señala que sería más exacto denominarlo “alfabetización impresa” o “alfabetización básica”.

Velásquez, Mier, Rivera, & Marín, (2017) en una investigación realizada en Ecuador a jóvenes universitarios sobre consumo cultura y mediático y la relación con las competencias mediáticas, reiteran la necesidad de aplicar una adecuada alfabetización mediática a través de una constante capacitación tecnológica, incluir el potencial educativo de las TIC en la vida de los alumnos, en el aula y prepararlos para la producción y consumo de contenidos.

La UNESCO promueve en todas sus acciones a la educación como derecho fundamental, y enfatiza que la alfabetización sigue siendo una prioridad ya que se desarrolla durante toda la vida a través de la educación formal, no formal e informal, (UNESCO, 2015).

Conley (2007, citado en Scott, 2015) destaca la importancia que reviste que las y los estudiantes desarrollen “hábitos mentales”, incluido el análisis, la interpretación, la precisión y la rigurosidad, la resolución de problemas y el razonamiento para apoyar el pensamiento y la reflexión.

Según la UNESCO existen cinco posibles competencias básicas en las que se centra la alfabetización mediática: comprensión, pensamiento crítico, creatividad, consciencia intercultural y ciudadanía; aspectos que son claves para la educación en medios. (Velásquez, Mier, Rivera, & Marín, 2017)

[Competencias Mediáticas Audiovisuales.](#)



Semana 6

4.2.1. Alfabetización audiovisual. Dimensiones para su desarrollo.

La dimensión del lenguaje comprende la capacidad de observación y captación de los mensajes audiovisuales desde el sentido y estructura narrativa, los niños en el estudio realizado en Ecuador presentan resultados satisfactorios, por ejemplo, la identificación de íconos es su mayor habilidad, aunque medianamente perciben características expresivas específicas. Los jóvenes al momento de interpretar y valorar los diversos códigos de representación en los aspectos icónico, verbal y musical y la función que cumplen en un mensaje, presentan competencia media. (Mier-Sanmartín C., 2019)

Por otro lado, en cuanto a la formación en comunicación audiovisual o digital Rivera, Ugalde, González, & Salinas (2016) mencionan que el 66,4% de estudiantes la han recibido y la mitad de ellos la han adquirido de manera autodidacta, a diferencia del estudio realizado por la Universidad de La Rioja, en la cual los encuestados afirmaban no poseer ningún tipo de formación en comunicación audiovisual (51,9%) (Rivera, y otros, 2019)

El Grupo Comunicar luego de realizar una investigación para evaluar el grado de competencia mediática en España, creó el proyecto Bubuskiski con el fin de reafirmar el mensaje sobre las competencias mediáticas a través de cápsulas lúdicas que aborden la estética, el lenguaje, la ideología y valores, la producción y difusión; tecnología y la recepción e interacción. Las escenas son presentadas por personajes que cumplen un rol en la explicación de cada uno de estos conceptos.

[Índice](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Referencias bibliográficas](#)

Tabla 9.*Personajes proyecto Bubuskiski*

Personaje	Características principales de los personajes.
Clarisa Green	Presentadora del informativo BKS NEWS, compañera del corresponsal Pedro Travel-Eso. Clarisa es inteligente objetiva y no se priva de dar su opinión a sus compañeros fuera de cámara.
Cornelius	Personaje de mediana edad que ha recorrido medio mundo desarrollando todo tipo de extraños trabajos. es crítico, audaz y le gusta contar sus diversas experiencias por el mundo.
Grower	Inocente, creativo, responsable, buen estudiante y muy alegre. Vive con sus padres y su hermana menor. Le encanta pasar tiempo con su amigo, Pipper.
Harry Piruletas	Amigo de Pipper y Grower. Es un niño que afronta sus problemas y los de sus amigos como investigaciones de un detective de los años 50.
Hermana de Grower	Traviesa, cariñosa y muy juguetona. Disfruta escondiéndose y haciendo trastadas.
Pedro Travel-Eso	Corresponsal en el extranjero del informativo BKS News. Es compañero de la presentadora Clarisa Green. Serio, aventurero, se implica profundamente en su trabajo llevando a cabo reportajes de todo tipo.
Pipper	Imaginativo, inteligente y protector de su amigo Grower. Disfruta pasando tiempo en la calle y es muy conocido en el barrio. Esta locamente enamorado de Valentina.
Harry Piruletas	Amigo de Pipper y Grower. Es un niño que afronta sus problemas y los de sus amigos como investigaciones de un detective de los años 50.
Profesor Openbook	El Profesor como dice su nombre es un libro abierto, es el personaje más sensato de la serie. Enseña a los niños y les hace pensar
Temerario Alberto	Alberto es el menor de los amigos del grupo, es muy gracioso y propenso a tener accidentes por arriesgarse demasiado.

Personaje	Características principales de los personajes.
Valentina	Forma parte del grupo de amigos de los niños y es el amor platónico de Pipper. Traviesa siempre está metida en todo tipo de problemas a causa de su carácter.

Ferrés (2007, pág. 102) define la comunicación audiovisual como:

la capacidad de un individuo para interpretar y analizar desde la reflexión crítica las imágenes y mensajes audiovisuales y para expresarse con una mínima corrección en el ámbito comunicativo. Esta competencia la relacionada con el conocimiento de los medios de comunicación y el uso básico de tecnologías multimedia necesarias para producirla.

Para que una persona se considere competente en comunicación audiovisual no se le ha de exigir que, como espectador, sustituya la emoción por la reflexión, sino que ha de ser capaz de convertir la emoción en reflexión y la reflexión en emoción. (Ibid, pag. 103). Le invito a [revisar el artículo](#) y profundizar en los indicadores del lenguaje audiovisual en relación al ámbito de análisis; medios, tipos y géneros, relato audiovisual, informativos, entre otros.

Cuando se habla de alfabetización audiovisual es preciso revisar conceptos como semiología (Umberto Eco), estudios culturales (Stuar Hall) para entender los medios de comunicación. Mirzoeff (2003) define cultura visual como aquella que «se interesa por los acontecimientos visuales en los que el consumidor busca la información, el significado o el placer conectados con la tecnología visual» (referido en Tornero, 2017, pág. 108)

Así mismo Tornero (2017, pág. 111) recuerda la afirmación que Masterman (1992) realiza en los años 90:

La mayoría de nosotros casi todo el tiempo y ciertamente los niños, simplemente leen la televisión como una ventana al mundo, no lo leen como una construcción y esta es la

idea principal; me parece importante que todos, niños y adultos, cualquiera, miren la televisión como un conjunto de sistemas representacionales que han sido codificados y que necesitamos releer activamente, no simplemente aceptar.

Ahora es preciso estos mismos conceptos trasladarlos al mundo actual, cuando las pantallas están fragmentadas y, por ejemplo, YouTube, Tik Tok están creando nuevas formas de leer, releer, producir o distribuir contenido. Pasamos de una audiencia pasiva y a una audiencia activa.

Le recomiendo [leer el artículo](#) de Marina Tornero en el cual podrá profundizar sobre los estudios y las bases de la alfabetización mediática basadas en Len Masterman.

4.2.2. Alfabetización tecnológica. Dimensiones para su desarrollo.

La relación entre los medios de comunicación y la educación se modifica cuando los límites de los medios tradicionales se difuminan y los usuarios determinan nuevas maneras de relacionarse con la tecnología. En este panorama Marín Gutiérrez, Velásquez Benavides, & Mier Sanmartín (2017) se preguntan ¿Poseen los estudiantes competencias mediáticas necesarias para efectuar un buen uso de las TIC? ¿Son analíticos con la información que consultan? ¿Interactúan con los medios y exponen sus opiniones? ¿Comparten información con la comunidad o las personas que les rodean?

Rivera-Vargas & Raffaghelli, (2021) en su nota “Alfabetización digital crítica en el uso de datos: un gran desafío para 2021”, exponen como la Big Tech pasó de ser vista solamente como un espacio de monopolio, abusos de poder a convertirse en una “ventana de oportunidad”, a través de diferentes herramientas y plataformas digitales como las que detallan a continuación:

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

- **Google a través de G-Suit** su plataforma y herramientas virtuales fueron distribuidas a diferentes países a través de acuerdos con los gobiernos para la comunidad educativa.
- **Microsoft**, a través de su plataforma educativa Microsoft Teams, ofreció acceso gratuito a organizaciones y escuelas alrededor del mundo. Revise la nota de la revista itnow, en la cual se aborda el aporte de Microsoft Teams a la Educación “Microsoft dará acceso gratis a Microsoft Teams durante pandemia de COVID-19”.
- **Zoom** ofrecía una suscripción y uso gratuito (durante 40 minutos) [y se transformaba en la app más utilizada en el mundo](#) para la realización de videoconferencias. Aunque [su éxito fue sacudido](#) por sustantivos problemas de privacidad y seguridad.
- **Coursera**, a través de la iniciativa [Coursera Together](#) puso a disposición de todas las universidades su oferta formativa de forma gratuita.
- **TikTok** generó la iniciativa #LearnOnTikTok para potenciar la educación online durante el confinamiento.

En este [artículo de opinión](#) se muestran algunas iniciativas desde la academia y la investigación, desde la sociedad civil o desde las instituciones gubernamentales que trabajan en temas como el uso de los datos, alfabetización técnica, participación democrática: proveer de seguridad y protección de la privacidad de los/as usuarios/as; comprender las “técnicas” que encierran los algoritmos; favorecer el potencial de trabajar con datos a partir de sus estructuras más íntimas, para así ser capaces de leer sus alfabetos y, lograr transformar las formas de participación en la tecno-estructura.

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

Algunos autores (Kalman, Guerrero, & Hernández, 2015; Pinto, 2008) coinciden que la alfabetización informática está relacionada con la capacidad y uso de un terminal conectado en red, trabajar con información y construir conocimiento. En este sentido Pinto (2008, pág. 145) argumenta que se requiere un trabajo más articulado, sistemático y que esté orientado a:

- Desarrollar la capacidad de búsqueda, localización, evaluación, tratamiento y utilización de la información disponible;
- Desarrollar la capacidad de expresión, producción y enunciación de informaciones y perspectivas individuales, así como el dominio de los procesos y las formas de edición y difusión en el ciberespacio;
- Atender permanentemente a las cuestiones básicas del sentido y de la construcción de las identidades que pueden traducirse en preguntas como: ¿Quién soy? ¿Dónde estoy? ¿De dónde vengo? ¿Hacia dónde voy? (tanto en singular como en plural).

4.2.3. Alfabetización informacional. Dimensiones para su desarrollo.

La alfabetización informacional tiene un efecto transformador porque hace posible la adquisición de otras competencias fundamentales para una vida próspera en el siglo XXI (Wan y Gut, 2011, pág. 54, referido en Scott, 2015).

Los educandos con competencia global utilizan las competencias de pensamiento crítico para examinar y establecer atentamente prioridades entre los diversos problemas, determinar posibles soluciones, sopesar opciones y planear acciones basándose en datos empíricos, y están pertrechados para evaluar las posibles

repercusiones y consecuencias de las acciones que contemplan (Mansilla y Jackson, 2011, citado en Scott, 2015, pág. 9).

La alfabetización informacional permite a la población contar con la formación necesaria para desarrollar una visión crítica sobre las noticias que recibe a través de los medios tradicionales o Internet. En Aula Planeta, (s/n) se pueden encontrar ocho videos que ayudan a trabajar temas de alfabetización mediática, enfatizan que es fundamental el desarrollo de competencias esenciales para saber desenvolverse en el mundo donde los datos y noticias se multiplican a través de medios tradicionales o digitales.

Un [estudio de investigadores de la Universidad de Stanford](#) revela que:

“la incapacidad de los estudiantes para razonar sobre la información que ven en internet, diferenciar artículos de publicidad, reconocer de dónde viene la información, o mostrar algún reparo o escepticismo frente a un artículo que proponía planes de financiamiento familiar escrito por un ejecutivo del banco auspiciador. Muchos no se fijan en los auspiciadores de los artículos para juzgar la credibilidad de lo que leen”. (Stanfor graduate school, 2016)

Para finalizar esta unidad, Martínez (2015, pág. 34) resume que la alfabetización informacional enfatiza la importancia del acceso a la información, la evaluación y el su uso ético. Por otro lado, la alfabetización mediática enfatiza la habilidad para entender las funciones de los medios, evaluar cómo se desempeñan aquellas funciones y comprometerse racionalmente con los medios para la auto-expresión.

Índice

Primer
bimestre

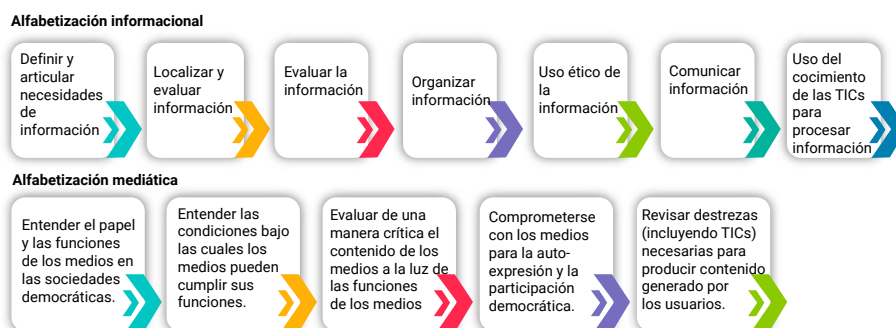
Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

Figura 7.

Resultados Claves /Elementos de Alfabetización Mediática e Informacional. Alfabetización Mediática e Informacional. Curriculum para profesores. UNESCO.



Fuente: (Martínez, 2015)



Actividades de aprendizaje recomendadas

- Revise el [siguiente texto](#) Currículo de EGB y BGU LENGUA Y LITERATURA, el apartado sobre la contribución del área de Lengua y Literatura al perfil de salida del Bachillerato ecuatoriano. Analice si se considera la alfabetización mediática y se desarrollan las competencias sugeridas por Ferrés y Piscitelli.
- Busque los textos escolares para docentes y estudiantes de lenguaje del sistema educativo de básica y media en el Ecuador. Seleccione tres niveles (por ejemplo, puede ser 3ero, 10mo, segundo de bachillerato) y compare si en el contenido cuentan con elementos que permitan desarrollar competencias mediáticas y ubique tres ejemplos encontrados en los textos.

- Realice una infografía que resuma los dos puntos anteriores.

Nota: conteste las actividades en un cuaderno de apuntes o en un documento Word.

Hemos revisado algunos puntos relacionados con la competencia mediática, tipos de alfabetización.

Los animo a realizar la siguiente autoevaluación para reforzar sus conocimientos, considere las lecturas recomendadas y la lectura de toda la Unidad.

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas



Autoevaluación 4

Ubique una V si es verdadero o una F si es falso. En las preguntas de opción múltiple, seleccione una alternativa correcta.

1. ¿Quiénes son los nativos digitales?
 - a. Son quienes han convivido de manera espontánea con la tecnología
 - b. La generación que aprendió el uso de las tecnologías desde la escuela
 - c. Los especialistas en nuevas tecnologías
2. () La nueva clasificación generacional es visitantes digitales e inmigrantes digitales.
3. () Los visitantes digitales tienen sentido de pertenencia a una comunidad.
4. () José Ignacio Aguaded fue el catedrático que propuso las dimensiones e indicadores para definir la competencia mediática.
5. () Los usuarios de la web deben ser hiperlectores que comparan y cuestionan la información según Burbulas y Callister.
6. () La educación ante los medios procura la crítica y reflexión de lo que se recibe, por lo tanto, se trabaja en el ámbito de la interacción de saberes y conocimientos.

[Índice](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Referencias bibliográficas](#)

7. () La alfabetización mediática implica leer y escribir los medios porque es necesario desarrollar comprensión crítica, así como participación activa.
8. ¿Qué implica la educación con los medios?
- a. La mezcla de la educación tradicional con las nuevas tecnologías.
 - b. La utilización de los medios de comunicación como apoyo para la educación.
 - c. Una convivencia armónica entre medios y escuela.
9. () La UNESCO promueve y enfatiza que la alfabetización es una prioridad y que se desarrolla a través de la educación formal, no formal e informal
10. () La capacitación audiovisual permite interpretar y analizar las imágenes y mensajes audiovisuales.

[Ir al solucionario](#)

[Índice](#)

[Primer
bimestre](#)

[Segundo
bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias
bibliográficas](#)

En esta unidad 5 se realiza un acercamiento a las políticas públicas educativas en América Latina, Ecuador y la importancia de integrar la alfabetización al currículo.



Semana 7 y 8



Unidad 5. Experiencias internacionales en políticas públicas educativas

El siguiente texto es parte del Libro Blanco de Competencias mediáticas audiovisuales y realiza un acercamiento a las políticas públicas educativas que son parte fundamental en las estrategias que un país adopte para eliminar las brechas de desigualdad y pobreza. Revisemos lo que Mier, Rodríguez, & Ortiz (2019) exponen sobre el tema.

5.1. Política pública educativa

Las políticas públicas son entendidas como “un conjunto sucesivo de iniciativas, decisiones y acciones de régimen político frente a situaciones socialmente problemáticas y que buscan la resolución de las mismas” (Vargas, 1999, p. 57). Estas van más allá de fabricar soluciones a problemas específicos, son en sí, un resultado

del sistema político y comprende diversos campos de acción: educativo, social, económico o tecnológico, en torno a los cuales se crean acciones específicas de cara a transformar un escenario determinado en función de un bien común.

Para Parsons (2007), lo antes señalado contempla desde la forma de construir temas de interés general y problemas por solucionar, hasta los procesos con los cuales estos se incluyen estos temas, tanto en la agenda política como en la agenda de la política pública.

En las últimas décadas, diversos países del mundo han optado por desarrollar políticas públicas, encaminadas a transformar el contexto educativo de la mano de las transformaciones sociales, políticas, culturales e históricas de la sociedad.

Particularmente, en América Latina los países han considerado dentro de sus políticas públicas mejorar las condiciones para el proceso de enseñanza-aprendizaje tanto de la población docente como estudiantil, de la mano de la promoción de derechos de los diferentes sectores sociales de la mano de las oportunidades que brinda la sociedad de la información junto con el incremento de la calidad de los servicios de Internet y telefonía móvil.

En Chile, las políticas públicas educativas más relevantes se han centrado tanto en la formación y profesionalización docente como en el mejoramiento del entorno educativo para los alumnos. Este camino se inició en 1980 con la implementación de la Ley General de Educación, centrada en la transformación de los modos de organización de las escuelas. En ese contexto, en un intento de descentralizar la educación pública, se encargó su administración a las municipalidades, creando con ello un entorno en el que tanto prestadores públicos como privados competían por la captación de matrículas, en ese proceso las escuelas mantenían su autonomía de gestión y derecho al lucro, pero con un currículo centralizado (Sisto & Fardella, 2011, p.126).

A esta política se suman otras enfocadas en el fortalecimiento de la profesión docente, una de ellas es la política de evaluación e incentivos al desempeño, la cual se ejecuta desde el año 2003, y que contempla las evaluaciones docentes como las herramientas que permiten conocer las competencias docentes, al tiempo de estimar la pertinencia de su continuidad y necesidades de formación. Esta práctica permitía, por un lado, comprobar el cumplimiento de los estándares de calidad docente, y por otro, implantar una lógica de desarrollo de carrera (Sisto, & Fardella, 2011, p.126).

En Colombia, el camino en el desarrollo de políticas públicas educativas tuvo un impulso en la década de los 90, con la creación de la Ley General de Educación de 1994. Sin embargo, el país se ha visto sujeto a no pocas reformas educativas a lo largo de las tres últimas décadas, y que han respondido a los procesos de relaciones económicas a nivel internacional.

Mallama (2014) destaca que “estas reformas estuvieron marcadas por directrices en las que reinaba la lógica del mercado, soportadas en los discursos de calidad, eficiencia y productividad, por encima de los imperativos de equidad y justicia social (p.101).

En otras palabras, las reformas educativas colombianas habían sido diseñadas en función de las demandas del mundo globalizado, y obedeciendo a la lógica comercial imperante a nivel internacional, sin considerar la realidad del contexto nacional, las necesidades, los recursos, las personas, etc.

De ese modo se había reproducido un concepto de calidad relacionado mayormente a una lógica empresarial, antes que educativa, mientras que se identificó la necesidad de desarrollar procesos de gestión aterrizados en la realidad nacional y que favorezcan sobre todo la innovación y el liderazgo pedagógico (Mallama, 2014).

En países como Uruguay, Honduras, Perú, entre otros, el componente tecnológico se ha considerado como una de las claves del desarrollo de políticas públicas, con la implementación de acciones para proveer el uso de computadoras con Internet. Sin embargo, la brecha tecnológica aún sigue marcando una diferencia entre los países desarrollados que tienen condiciones óptimas de conexión en los hogares y el tejido socio-productivo.

En el año 2005 se suscribió la Declaración del Milenio, en la cual 147 países establecieron el conjunto de Metas de Desarrollo del Milenio cuyo objetivo era asegurar que la niñez complete la educación básica, exista acceso igualitario en todos los niveles, eliminar la desigualdad, entre otros.

En el Plan Decenal de Educación (2006-2015) parte de los recursos que se destinaron a mejorar la infraestructura y equipamiento de las Unidades Educativas del Milenio (UEM), que a 2018 existen 97 establecimientos (Ministerio de Educación de Ecuador, 2018).

En la evaluación de impacto del programa de Escuelas del Milenio (Ponce y Drouet, 2017) reportan que fueron equipadas con laboratorios experimentales, de cómputo, de idiomas y recursos educativos con el objetivo de mejorar la calidad educativa.

En el año 2017, en Ecuador, durante el gobierno del presidente Lenín Moreno se elaboró la denominada Agenda Educativa Digital (2017-2021) la cual está anclada en la educación integral para la sociedad del conocimiento y la cultura digital.

Tabla 10.*Política que se alinea con el sector educativo.*

Política	Lineamientos	Plan	Programas
Política 1. Propiciar el desarrollo social, solidario e inclusivo en sectores rurales, urbano marginales, comunidades y grupos de atención prioritaria, a través del uso intensivo TIC.	<ul style="list-style-type: none"> Incrementar los niveles de alfabetización digital en las poblaciones rurales, urbano marginales, comunidades con énfasis en grupos de atención prioritaria Equipar a instituciones educativas con los recursos TIC necesarios para alistar digitalmente a la población. Fomentar la participación de los operadores públicos y privados en el desarrollo de infraestructura de telecomunicaciones en los sectores rurales y urbanos marginales. 	Plan nacional para el servicio universal y alistamiento digital.	<ul style="list-style-type: none"> Programa para el fomento de alistamiento digital. Programa de acceso universal.

Fuente: (Ministerio de Educación del Ecuador, 2017).

Esta Agenda Educativa Digital pretende trabajar en función de una cultura digital y nuevas prácticas de aprendizaje y enseñanza que promueva competencias digitales, alfabetización digital y participación.

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo ha estado preocupado por establecer acuerdos que permitan reflexionar y crear conciencia sobre la importancia de las tecnologías de la Información y su implementación como políticas públicas.

Sobre todo, se tiene que reflexionar en la existencia de la exclusión social frente a las desproporcionadas diferencias evidenciadas en la composición social mundial, de igual manera las variables sociodemográficas que influyen directamente en la utilización o no del Internet. A este fenómeno se tienen que sumar los efectos impactantes del uso del internet en las varias generaciones por su edad, desde los niños, jóvenes y personas adultas.

De esta manera se debe diagnosticar a los usuarios activos o pasivos del uso que hacen o no de la tecnología, en “la necesidad de una alfabetización mediática desde el conocimiento, la comprensión y la interacción que permita comprender tales efectos, y al mismo tiempo generar alternativas de inclusión en las zonas donde no ha existido la infraestructura y la voluntad de los gobiernos” (Mendoza, 2017).

El resultado se ve reflejado en diferentes iniciativas de los países latinoamericanos y la preocupación de los gobiernos regionales en establecer este tipo de estrategias, planes, programas que tengan relación y estén conectados con los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

Tanto la creación de espacios propicios para el desarrollo de los procesos de enseñanza-aprendizaje, como el desarrollo de acciones encaminadas a incrementar el acceso a las TIC entre otras iniciativas, han coadyuvado como políticas a favor de la educación; sin embargo, queda claro que aún hay un camino por recorrer. Las políticas públicas sobre educación constituyen un pilar del desarrollo humano, el crecimiento económico, el progreso local, el fortalecimiento de la democracia y la construcción de ciudadanía; y al mismo tiempo promueve la visión de la educación como un bien público y la herramienta sustancial para configurar un proyecto de país (Luna, 2009).

5.2. ¿Por qué es importante la alfabetización mediática como política pública?

La alfabetización mediática beneficia a los jóvenes estudiantes a ser “conscientes de cómo los medios construyen mensajes, influyen y educan al público, e imponen sus mensajes y valores, da a los estudiantes la oportunidad de producir los medios de comunicación con el fin de comprender el proceso de la construcción de mensajes multimedia” (Kellner & Share, 2007, p. 4).

El desarrollo de políticas públicas propicia la imposición de formas de pensar y de ver el mundo (Parsons, 2007), tomando en cuenta lo anterior, se podría decir que la sociedad espera que estos modelos guíen la toma de decisiones “una vez que insertemos en ellos problemas específicos” (Torres-Toukourmidis, 2016, p.82).

En este ámbito, una de las necesidades clave de las sociedades del siglo XXI es la educación de los ciudadanos frente a los medios de comunicación masiva, y a la información que recibe a través de ellos; este proceso contempla desde el conocimiento sobre sus funciones básicas, hasta el desarrollo de una capacidad crítica sobre los contenidos que reciben.

A esto se suma el entorno sobresaturado de información en el cual los usuarios viven y consumen información a través de múltiples pantallas (celular, tablets, computadores o televisores). Sin embargo, sus competencias están inclinadas al uso técnico de estos dispositivos y no se ha logrado hasta el momento que tanto profesores como estudiantes obtengan el mayor provecho de la tecnología, así como el incremento de la educación digital, audiovisual, multimedia y transmedia.

En la Agenda Digital 2017 se establece que en el currículo los procesos deben apuntar a alfabetizar digitalmente y ser parte de

las metodologías pedagógicas que los maestros implementen en el aula, para ello están trabajando en un Programa @lfabetización Digital – Plan Lector Multimedial.

Este factor se hace especialmente necesario considerando, por ejemplo, datos como los que arroja el informe regional para América Latina y El Caribe titulado: “Tendencias mundiales en libertad de expresión y desarrollo de los medios” (Unesco, 2019), advierte del incremento de iniciativas gubernamentales por regular los contenidos de Internet, bajo la justificación de erradicar el llamado “discurso de odio” que se ha implantado en la zona, y que crece especialmente en redes sociales a través de contenidos que se generan en los *timelines* de usuarios de diferentes contextos, edades, géneros, condiciones sociales, etc.

La falta de orientación sobre la discriminación de la información que se recibe a través de Internet ha propiciado la proliferación de contenidos carentes de valor informativo en forma de memes, *fake news*, bromas, parodias y otros que captan la atención de los usuarios por su alto contenido emocional.

Estos contenidos se difunden con la intención de influir en la opinión pública, en algunos casos provocando consecuencias nefastas de la mano de actos de violencia. Un ejemplo de ellos se vio en Posorja (Ecuador) cuando después de un rumor no confirmado, una turba de personas asesinó a dos hombres acusados de robo, debido a un rumor que circuló en redes sociales en el que eran señalados como secuestradores de niños. En virtud de ello los gobiernos de América Latina y El Caribe no descartan la creación de leyes encaminadas a regular los contenidos en Internet, lo cual conlleva el riesgo de incrementar la censura en la región.

Actualmente, el gobierno de Venezuela ha sido el único en aprobar una ley contra el discurso del odio denominada: Ley constitucional contra el odio, por la convivencia pacífica y la tolerancia, que

criminaliza todo aquello que se considere atente contra la paz y promueva la zozobra. En otros países como Ecuador, Honduras y Nicaragua, se han presentado proyectos de ley encaminados a controlar Internet, en los que el principal componente es punitivo.

En ese contexto, se hace necesario pensar en si existe realmente la posibilidad de regular Internet y controlar todo aquello que llegue hasta los usuarios, lo cual obliga a pensar la jurisdicción bajo la cual se debe hacer frente a los problemas desencadenados de la difusión de contenido falso u ofensivo, sumado al hecho de prever que el derecho a la información no se vea afectado.

La creación de leyes y castigos para controlar lo que circula en Internet puede ser un camino a seguir, pero no el más democrático ni efectivo, al menos eso no se ha comprobado en las experiencias de países como China o Cuba, donde se ha impuesto restricciones al acceso a Internet y por ende a la información.

En ese marco la formación de los usuarios se vislumbra como una solución a largo plazo y que no afecta los derechos ciudadanos de acceso a la información y libre expresión, puesto que implica dotarles de las herramientas y el conocimiento para que manejen la información bajo sus propios criterios, pero enmarcados en una responsabilidad y orientación al bien.

El óptimo desarrollo de la educación ciudadana frente a los medios y a la información en general contempla como herramienta clave a la comunicación, la cual constituye también, uno de los ejes en el proceso de creación de políticas públicas, debido a la necesidad de conocer a la comunidad donde estas se crean, y en función de ello desarrollar los mecanismos más adecuados para su idónea difusión y aplicación, al tiempo de lograr la participación activa de la comunidad.

[Índice](#)[Primer
bimestre](#)[Segundo
bimestre](#)[Solucionario](#)[Referencias
bibliográficas](#)

La construcción de políticas públicas contempla a su vez un proceso de educación de los ciudadanos, porque promueve el desarrollo de un pensamiento crítico que se visualiza en el debate y la deliberación por parte de la opinión pública y a la toma de posiciones por parte de los ciudadanos.

El acelerado desarrollo de las TIC y el aparecimiento de nuevos espacios para la difusión de información, han transformado al usuario en creador y difusor de contenidos, de ahí la necesidad de que este conozca el valor de la información y su uso responsable, de cara a crear contenidos que más allá de presentar un aspecto llamativo, sea capaz de motivar la discusión, la crítica y la construcción social.

Los objetivos de las políticas públicas, orientadas al sector educativo, conllevan el fomento tanto del capital humano, como de técnicas productivas que coadyuven a un mayor empoderamiento de la población (Torres-Toukoumidis, 2016), esto a su vez derivará en una creciente participación ciudadana en la vida de la sociedad y en los procesos de toma de decisiones.

En ese contexto, una de las claves está en la participación del Estado y de la sociedad civil, conformada por organizaciones no gubernamentales, partidos políticos, burocracia y ciudadanía en general, sumado a la gestión con organismos de crédito, acuerdos suscritos a nivel internacional, la propuesta gubernamental, la participación de grupos alternativos, los recursos disponibles, etc. (Herrera, & Infante, 2004).

Para ello se hace preciso el desarrollo de propuestas enmarcadas en los paradigmas de las nuevas posibilidades educativas, considerando los nuevos fenómenos sociales, el impacto de las tecnologías, los cambios políticos, culturales, económicos, entre otros, lo que contempla un conocimiento del entorno y una investigación permanente de su estado y evolución.

5.2.1. Ecuador, situación y emergentes estrategias educativas frente a situaciones sanitarias

La COVID19 planteó al mundo un desafío en relación a la educación y el uso de nuevas tecnologías para continuar con la enseñanza a través de la virtualidad. Ecuador no fue la excepción. El 17 de marzo del 2020, se suspenden las actividades en todo el país, el estado de excepción obliga a las escuelas, colegios, universidades a cerrar sus puertas, en algunos casos permitiendo la posibilidad de reinventarse y en otros la dificultad de acceso a Internet y que los niños y jóvenes de todo el país continúen con sus estudios. Las instituciones educativas y los docentes se vieron obligados a buscar nuevas alternativas y ambientes de aprendizaje virtual improvisados, testimonios de docentes que exteriorizan los retos que han tenido, por un lado, prepararse en el uso de herramientas digitales, y por otro, la incertidumbre de las decisiones que tomen las autoridades de los planteles educativos y el Ministerio que regenta la educación

El Ministerio de Educación a través de la plataforma “Plan Educativo Covid-19” lanzado el 16 de marzo presentó lineamientos para que docentes, administrativos y directivos continúen con las actividades pedagógicas y reforzar conocimientos. El programa EducaTv se vuelve activar a través de la iniciativa generada por el Instituto de Patrimonio Natural y Cultural con el fin de brindar la posibilidad a muchos niños que no tienen acceso a Internet, pero que la televisión educativa puede cumplir un papel fundamental en el aprendizaje de grupos vulnerables. Este programa se transmite en la franja horaria que tiene EducaTv a nivel nacional.

Ecuador no está exento de tener un panorama con un acceso desigual a conexiones a Internet y recursos en sectores vulnerables, Andrés Bedón, director nacional de tecnologías para la educación del Ministerio, señaló que, según el INEC, el 45,5 de familia del país tienen acceso a Internet fijo en zonas rurales esto se reduce al 21,6%

(Rosero, 2020). La CEPAL recomienda que se deberían priorizar los esfuerzos dirigidos a mantener el contacto y la continuidad educativa de aquellas poblaciones que tienen mayores dificultades de conexión con el fin de mantener procesos educativos en el hogar y, por otro lado, trabajar en procesos de recuperación y continuidad educativa para el momento de reapertura de las escuelas, que consideren las diferencias y las desigualdades que se profundizarán en este período. (2020, pág. 5)

En octubre de 2020, la UNESCO organizó un evento emblemático sobre las tecnologías digitales al servicio de la educación, Li Andersson, ministra de educación de Finlandia expresó que en el marco de lo que han tenido que vivir por los niños y maestros durante la pandemia, los docentes han demostrado ser mejor de lo previsto, pero, se ha reivindicado el hecho que “Las escuelas son mucho más que lugares de aprendizaje. Son la garantía de la sociabilidad, la seguridad y el bienestar de los niños y jóvenes”. (UNESCO, 2020)

Le recomiendo leer:

- Informe COVID la educación en tiempos de la pandemia de COVID-19 de la CEPAL y UNESCO
- Ley Orgánica de educación intercultural



Actividades de aprendizaje recomendadas

Seleccione un país de América Latina y realice un análisis de las políticas que han implementado para la implementación y fortalecimiento de competencias mediáticas de profesores y estudiantes. Revise que leyes se han aprobado para espacios de

aprendizaje para el sector educativo primario y secundario que permitan la alfabetización mediática.

Elabore una infografía con los datos.

Lo animo a que realice la siguiente autoevaluación para reforzar sus conocimientos, considere el contenido de toda la Unidad y las lecturas recomendadas.

[Índice](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Referencias bibliográficas](#)



Autoevaluación 5

La Unidad 5 se realiza una breve revisión de las políticas públicas educativas y las decisiones o estrategias implementadas por Ecuador ante la pandemia.

Ubique una V si es verdadero o una F si es falso.

1. () Las políticas públicas son un conjunto sucesivo de iniciativas, decisiones y acciones de régimen político frente a situaciones socialmente problemáticas.
2. () Chile es a partir del Siglo XXI que inicia con la implementación de políticas que permiten la formación y profesionalización docente a través de la Ley General de Educación.
3. () Las reformas educativas implementadas en Colombia consideraron el contexto nacional, las necesidades, recursos y personas.
4. () Perú es uno de los países que tiene como política la implementación del uso de tecnología y cuenta con condiciones óptimas de conexión en los hogares.
5. () La Agenda Educativa Digital fue promovida por el gobierno de Rafael Correa que tenía como función desarrollar competencias digitales.

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

6. () Las competencias desarrolladas por docentes y estudiantes están encaminadas al uso técnico de los dispositivos.
7. () Chile es el único país que aprobó la Ley constitucional contra el odio.
8. () La solución al buen manejo del uso de la información viene acompañado de restricciones de acceso a la Red.
9. () El Plan Educativo Covid-19 es parte de la política pública del Estado ecuatoriano para implementar actividades pedagógicas a través de los medios digitales y tradicionales.
10. () La pandemia generó una brecha educativa más profunda debido a las desigualdades económicas y sociales.

[Ir al solucionario](#)

[Índice](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias bibliográficas](#)



Segundo bimestre

**Resultado de
aprendizaje 1, 2
y 3**

- Relaciona comunicación con educación.
- Conoce la historia y definiciones de la Educomunicación.
- Analiza los modelos de comunicación y su impacto.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje



Semana 9

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas



Unidad 6. Educomunicación a través de las pantallas.

6.1. La televisión pública-educativa

La televisión es un medio de comunicación cuyo nombre proviene del vocablo griego tele = “lejos” y del vocablo latino video = “ver”. La televisión siempre tuvo un emisor y receptor sin posibilidades de interacción que ha sido el televidente. La posibilidad de interactividad con la audiencia se da gracias a las páginas web y el uso de redes sociales como Facebook, twitter, Instagram.

Cuando hablamos del servicio que la televisión ha prestado desde su aparición, es necesario entender la importancia que tiene como servicio público. En la Real Academia de la Lengua el servicio público se lo concibe como: “regulable en función de las necesidades de los usuarios y de la empresa que lo presta”. McQuail, (1998), lo relaciona con el beneficio que debe prestar a la sociedad: cobertura universal, amplia audiencia, atención al interés, identidad, cultura, servicios informativos y educativos”. (citado en Mier-Sanmartín, 2015, pág. 71)

Mier-Sanmartín, (2015, pág. 78) expresa que la televisión desempeña un papel fundamental como medio y como factor, por tanto, debe prestar un servicio esencial que garantice la formación libre de la opinión pública, así como el cumplimiento en la formación, entretención e información.

La BBC, desde 1927 implementó uno de los servicios públicos más eficientes hasta la actualidad, tanto por su sistema de gestión administrativa como su programación. La televisión pública británica ha trabajado por preservar los objetivos que tiene este medio: universalidad, diversidad, responsabilidad cultural e independencia. En palabras de Manfredi Sánchez, (2008, pág. 12) que el interés público y la audiencia se vea reflejado en contenidos de calidad, independencia política y no subordinación a intereses comerciales.

En América Latina, las coyunturas políticas han permitido que nazcan, se fortalezcan o desaparezcan televisoras públicas de acuerdo al gobierno de turno (Mier-Sanmartín, 2009, pág. 109). Ecuador antes de 2007 no tuvo la oportunidad de contar con televisión pública, es a través de Ecuador Tv o EducaTv que se realiza un intento fallido de crear un capital social. Marcelo del Pozo, ex Director del canal público considera que actualmente en el país “no hace falta que sea abra “otra” cadena nacional de TV con sintonía en crisis; más bien que sea “la nueva” televisión de comunidades poco visibilizadas, como la costa centro, frontera noroccidental, sierra central o la Amazonía”.

En este sentido, Fuenzalida, (2000) identifica varios tipos de propiedad de la televisión pública: estatal, gubernamental, universitarias/educativas.

Pérez Tornero, en los años noventa, señalaba que «ambas entidades, la televisión y la educación, se ocupan del saber, lo manipulan, lo procesan y lo transmiten asegurando su conservación por medios muy variados». Y es precisamente esta semejanza radical que existe entre ambas instituciones la que provoca el conflicto, ya que «rivalizan» por un mismo espacio social, un mismo público y unas mismas aspiraciones de dominio cultural en la sociedad. (1993, citado en Aguaded Gómez, 2002, pág. 14)

Cuando estamos hablando de televisión educativa, la ex directora de Educa Tv y directora del Instituto de Patrimonio Natural y Cultural, Mónica Maruri, (2020) manifiesta en relación a este medio, que:

lo primero es televisión con contenidos educativos, que puede partir y tener relación con un currículo u objetivos educativos concretos, como lo hace *Sesame Workshop* desde hace varias décadas, pero que obedece a formatos televisivos, narrativas y estructuras dramáticas, que buscan atraer al televidente. [eduentretenimiento]. Lo segundo es educación, que tiene como fin cumplir con un programa de estudios, que usa a la televisión como medio troncal, y es complementada con tutores o profesores en otros espacios virtuales, sean digitales o analógicos.

Por otro lado, para Aguaded & Sánchez (2010, pág. 39) la televisión conjuntamente con la universidad pueden configurar un espacio más cercano a lo educativo y cultural. Expandir la formación para quienes están en las aulas, han pasado y los que no han tenido posibilidad de acceder a ellas.

Uno de los países que tuvo en la década anterior un repunte importante en el uso de las televisoras públicas fue Argentina, a través de los canales Paka Paka, dirigido a niños o canal Encuentro, patrocinado por el Ministerio de Educación; así mismo, aprovechó Internet para emitir espacios a la carta y en vivo. (Ibid, 2010, pág. 39)

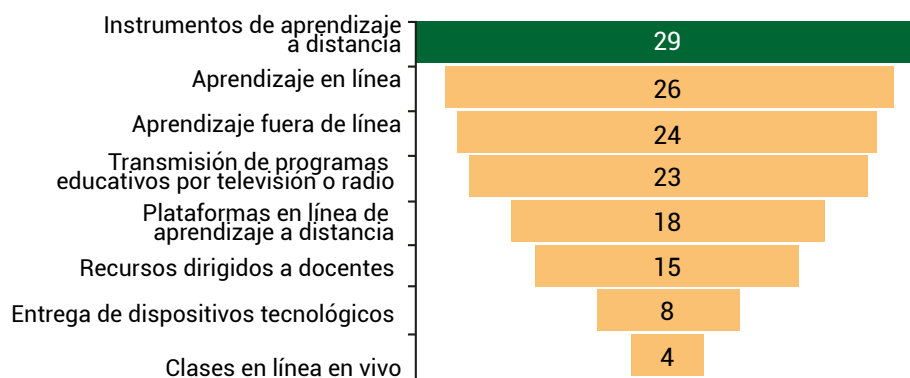
México sin duda ha sido un gran ejemplo desde la década de los 50, la televisión educativa ha sido parte fundamental de las políticas educativas implementadas, en las cuales la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), el Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa, la Red Satelital de Televisión Educativa representan el trabajo que en este país se ha realizado en pro del uso de la televisión como herramienta educativa. El 2020, la televisión tuvo una presencia importante en el sector educativo ya

que permitió la difusión del ciclo escolar 2020-2021 ante la falta de accesibilidad a Internet que muchas poblaciones sufren en este país y Latinoamérica en general.

Entre las formas de aprendizaje a distancia, 23 países realizan transmisiones de programas educativos por medios de comunicación tradicionales como la radio o la televisión (véase la ilustración 2). (CEPAL, 2020, pág. 3)

Figura 8.

Modalidades de aprendizaje en la crisis por la COVID19



Fuente: (CEPAL, 2020)

Le invito a leer el [artículo](#) “Televisión educativa y universidades en un mundo digital”, del profesor Ignacio Aguaded y Jaqueline Sánchez, que realizan un recorrido de las televisiones educativas en América Latina, Norteamérica, Europa y acercan el caso de la televisión educativa universitaria en España.



Semana 10

[Índice](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Referencias bibliográficas](#)

6.2. Posibles consecuencias de la televisión

Hernández-Santaolalla (2018, pág. 18) inicia con la pregunta ¿Qué es un efecto? La respuesta la relaciona con la causa, es decir un efecto comunicacional se explica por una relación de causalidad entre dos sucesos diferentes. Sin embargo, los obstáculos se presentan cuando la fuente desencadena otros acontecimientos o cuando la relación entre diferentes sucesos no puede dibujarse bajo una estructura de unidireccionalidad.

Existen diferentes autores que Hernández-Santaolalla (2018) recopila en torno a este concepto: efecto de mantenimiento (McLeod y Reeves (1980); efectos que modifican la situación (Böckelmann, 1983); efectos en la finalización del proceso de comunicación en relación al área periodística (Saperas, 1987).

Empero, Hernández-Santaolalla ante las imprecisiones que encuentra en este concepto, se arriesga a dar cuatro ideas claves para entenderlo:

- Casualidad
- Intencionalidad
- Naturaleza del resultado
- Esfuerzo comunicativo

La siguiente clasificación de Kagelmann y Wenninger se enmarcaría en la “naturaleza del resultado”, debido a los efectos mediáticos que

son analizados desde el rol que cumplen los medios como creadores de estereotipos, violencia, impacto de nuevas tecnologías.

Los estudios de recepción de imágenes violentas y sus efectos sobre la conducta de niños y jóvenes se han dado desde casi la aparición del medio televisivo. Destacamos el estudio de los autores Kagelmann y Wenninger realizado en 1986, quienes señalan lo siguiente (citado en Martínez, 2015, pág. 62); efecto que transforma actitudes o conductas (Schramm, 1982, Watson, J., y Hill, A., 1997)

- **Efecto catarsis:** este término significa descarga. De acuerdo a este punto de vista, contemplar actos violentos en los medios, reducen la agresividad que instintivamente existen los seres humanos. Es decir que las imágenes violentas relajarían de las tensiones agresivas naturales.
- **Efecto inhibición:** las imágenes violentas producen un miedo a la agresividad, sobre todo las descripciones más realistas. Por ejemplo, las noticias sobre sucesos o crónica roja.
- **Efecto estimulación:** en este caso se afirma que, a mayor visionado de escenas violentas, aumentan proporcionalmente las conductas agresivas. Sobre todo, a un corto plazo. De esta manera la violencia mediática produciría un efecto de excitación que el sujeto que se ha expuesto estas imágenes debe reducir a través de comportamientos destructivos.
- **Efecto habituación:** tras años de ser espectador de acciones violentas en la pantalla televisiva o fílmica, los espectadores se acostumbran al uso de la violencia y posteriormente se insensibilizan ante la violencia en el mundo real.
- **Efecto ausencia de efecto:** en este caso no existiría una correlación directa ante la visión de actos violentos en la televisión y el posterior comportamiento violento. Es decir que

esta conducta estaría siendo motivada por variables de origen familiar, entorno social y rendimiento escolar que excede el simple visionado televisivo.

Los medios de comunicación son básicos en la vida de niños/as y jóvenes, son un sustento clave de su existencia. Es este carácter básico, fundamental el que debe explorarse y tenerse muy en cuenta a la hora de fijar políticas audiovisuales y educativas. (Tresserras, 2003, pág. 15)

Antes que la tecnología haya irrumpido en la cotidianeidad, Medrano Samaniego, C., (2005, pág. 250) sostenía que se tenía que superar posicionamientos reduccionistas y entender que la televisión es posible abordarla como una fuente de aprendizaje considerando tres dimensiones: 1. Los propios contenidos narrativos. 2. El medio en sí mismo y 3. El lenguaje televisivo.

Los contenidos televisivos han representado un complejo sistema simbólico que requieren una decodificación antes de poder ser comprendidos por los alumnos, e incluso, por muchos adultos. Por esta razón, Concepción Medrano Samaniego recalca la importante y conveniencia de capacitarlos para que puedan decodificar determinados códigos simbólicos que faciliten la comprensión del contenido. (2006, pág. 100)

Revise la [clasificación que realiza McQuail](#) en relación al efecto de los medios, considera dos variables: intencionalidad y espacio temporal, fortaleciendo la propuesta de Golding (1981) en función de cuatro respuestas: intencionado a corto plazo, no intencionado a corto plazo, intencionado a largo plazo, no intencionado a largo plazo. (Hernández-Santaolalla, 2018, pág. 28) ingrese con las credenciales de la universidad a la base de datos digitalia de la biblioteca UTPL

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

6.3. Diversidad de pantallas

Antonio Damasio (2006, citado en (Ferrés, 2014, pág. 53) plantea el “error de pensar que es mejor no avanzar en la neurociencia porque sus descubrimientos pueden ser utilizados por los manipuladores de cerebros o por los publicitarios”. Y Ferrés a través del estudio de este fenómeno intenta contribuir a democratizar el conocimiento para empoderar a los ciudadanos y ciudadanas en su experiencia con la interacción con las pantallas.

Pérez Tornero (2008, pág. 16) señala que a la pantalla del televisor se le han sumado la del ordenador, la del teléfono móvil y la de las consolas de videojuegos; además de otras que, como el «*i-pod*» y similares están en plena expansión.

“El dilema de las redes sociales”, un docudrama de Netflix, estrenado en el 2020, ahonda en el negocio de las redes sociales y el poder que ejercen en los internautas, expertos y ex trabajadores de Silicon Valley hablan sobre las aplicaciones que contribuyeron a crear y como son utilizadas para manipular e influir a través del conocimiento de neurotransmisores. Le recomiendo leer la nota de la BBC, “El dilema de las redes sociales” de Netflix: 5 secretos de los dueños de las redes para engancharnos y manipularnos, según el documental”. Los cinco puntos clave que presenta esta nota en relación a la cinta son:

- “Si no pagas por el producto, el producto eres tú”.
- Herramientas diseñadas para engancharnos y manipularnos.
- Falsas recompensas.
- Seguridad por inseguridad.
- Las noticias falsas se propagan 6 veces más rápido que las verdaderas.

En el capítulo tres se hizo referencia a *Conectados, el sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan*, es importante volver a reiterar el análisis que se realiza sobre el poder que tienen estos espacios virtuales donde las relaciones se configuran de acuerdo al grupo que pertenezcamos. Christakis; Fowler (2010, citado en Hernández-Santaolalla, 2018, pág. 191) señala que:

No solos nos vemos afectados por las opiniones y acciones de nuestros amigos, sino también por las de los amigos de nuestros amigos. (...) una influencia que conllevaría una pérdida de capacidad de decisión y libre albedrío de los individuos.

¿Somos conscientes que nuestras actitudes pueden influir en miles de personas?, si no revisaron esta [entrevista](#) realizada a James Fowler en la que se grafica el poder que tienen las redes sociales naturales y digitales, les comparto nuevamente este video y les dejo las siguientes interrogantes.

En la nueva era mediática digital la pregunta que deberíamos plantearnos e indagar es ¿han cambiado los efectos mediáticos en los ciudadanos/internautas? ¿Qué tipos de efectos son los que presenta la era digital?



Actividades de aprendizaje recomendadas

Reflexiones sobre el aporte de la televisión educativa en la pandemia.

El estudiante deberá investigar como la televisión educativa fue utilizada como recurso para el sistema educativo.

Nota: conteste las actividades en un cuaderno de apuntes o en un documento Word.

Hemos revisado algunos puntos relacionados con la televisión, los tipos, sus efectos y los efectos en la era digital.

Los animo a realizar la siguiente autoevaluación para reforzar sus conocimientos.

[Índice](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Referencias bibliográficas](#)



Autoevaluación 6

Ubique una V si es verdadero o una F si es falso. En las preguntas de opción múltiple, seleccione una alternativa correcta.

1. ¿Qué imaginario tradicional se tiene sobre la televisión?:
 - a. Que es un proceso donde se invierten muchos recursos
 - b. De un aparato que cambió la vida de las sociedades desde su aparecimiento
 - c. De influir negativamente en las audiencias, sobre todo en niños y jóvenes
2. () El efecto catarsis según Kagelmann y Wenninger es un cambio en la percepción para asumir el receptor como emisor de los mensajes
3. () Las imágenes violentas según el efecto de inhibición causaría en el televidente afinidad y regocijo
4. () La televisión pública debe ser manejada por los gobiernos de turno.
5. De acuerdo al cuadro de efectos de los medios de comunicación diseñado por McQuail, ¿dónde se ubica y estructura la socialización y la definición de la realidad?
 - a. Entre las reacciones colectivas y la respuesta individual
 - b. En el cortísimo plazo y con efectos indeseables
 - c. En el largo plazo y con efectos no intencionales

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

6. () Los efectos de «reacción colectiva» según McQuail se subdividen en fomento del pánico, propagación de la perturbación del orden público y ayuda involuntaria al terrorismo.
7. () Medrano Samaniego señala que una de las dimensiones para entender la televisión es el medio en sí mismo.
8. () Los medios de comunicación siempre han disfrutado del apoyo de especialistas sobre la influencia que ejercían sobre las audiencias.
9. () El impacto de las noticias es un efecto a corto plazo.
10. () La televisión y la educación tienen un conflicto ya que «rivalizan» por un mismo espacio social, un mismo público y unas mismas aspiraciones de dominio cultural en la sociedad.

[Ir al solucionario](#)

[Índice](#)

[Primer
bimestre](#)

[Segundo
bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias
bibliográficas](#)



Semana 11



Unidad 7. La radio educativa

La historia de las radios comunitarias nos lleva a afirmar que su práctica apunta siempre hacia la democratización de la comunicación y hace de la participación ciudadana un elemento primordial. Su práctica apunta a la desmitificación de la comunicación, donde el ciudadano es percibido como sujeto deseoso y capaz de transmitir información a sus semejantes y no simplemente como un objeto o consumidor (Ibarra, 1991, citado en Pincheira Muñoz, 2013, pág. 184)

La radio popular, educativa, comunitaria y ciudadana en América Latina, ha aportado en sus 60 años a la conceptualización, metodologías y a la reflexión sobre la educomunicación, siendo una aliada natural, ha sido un escenario de formación y acompañamiento en los procesos organizativos, educativos, de movilización social en el continente.

Educomunicación radial para (Montoya, 2010) no es solo un tema, un objetivo de una tipo de emisora -las comunitarias y las de interés público,- la propuesta educomunicativa va más allá de programas y estrategias radiales de carácter escolar, académico, todo programa

[Índice](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Referencias bibliográficas](#)

radial debe ofrecer elementos de información, instrucción, así sea un programa de diversión, no riñe un programa de entretenimiento con una calidad de los mensajes sonoros o de propuestas radiales que mejoren la calidad de vida y el desarrollo sostenible.

Montoya hace hincapié en el momento que actualmente la sociedad está viviendo, donde existe la tergiversación y se hace necesario resignificar los valores desde los contextos y realidades actuales y la necesidad de responder a las nuevas dinámicas humanas integrales.

Prieto Castillo, (2000) señala que:

- Los comunicadores radiales insertos en procesos educativos están, lo sepan o no, en el terreno de la mediación. Su tarea comprende dos grandes líneas:
 - La mediación pedagógica del discurso
 - La mediación pedagógica de las posibles prácticas de aprendizaje

Desde el lado del interlocutor su aprendizaje se produce de dos maneras: a través de la escucha y por la práctica. Si escuchando se aprende, necesitamos un discurso bien mediado pedagógicamente para facilitar el aprendizaje. Y si practicando se aprende necesitamos sugerencias para la práctica bien medidas pedagógicamente. (citado *en* Montoya, 2010)

Por otro lado, Aguaded & Martín-Pena, (2013) traen a la escena radiofónica a las emisoras universitarias, para estos autores la radio ha traspasado fronteras de lo exclusivamente instructivo y/o formativo para trascender a un carácter social y de servicio ciudadano. Citan a Ronda (2011), quien señala que este tipo de estaciones “constituyen una forma de democratización y servicio público, puesta a disposición de todos los miembros de

la comunidad universitaria en particular, y de los ciudadanos en general.

La radio ha sido empleada con diferentes intencionalidades: modificación de conductas, motivación, información, enseñanza. Los productos radiales pueden ser trabajados para lograr que las personas reflexionen y actúen en base a ella.

José Ignacio López Vigil manifiesta que:

el primer desafío de una emisora con responsabilidad social: amplificar la voz de la ciudadanía y, de esta manera, legitimarla socialmente. Que la gente hable en nuestras radios, sea para protestar por un abuso o para pedir una canción romántica. (...) el locutor aprende a escuchar y el oyente a hablar. Nada nos humaniza más que el diálogo (2000, pág. 319)

Este autor hace referencia a la palabra pública y como a través de ella se genera autoestima, empoderamiento y la posibilidad de construir ciudadanía. Pero no una ciudadanía mal entendida enmarcándola en lo urbano, sino legitimando el derecho profundo que tiene cada ser humano como individuo, recalca que “ser ciudadano o ciudadana es ser sujeto de responsabilidades, porque mi derecho termina exactamente donde comienza el ajeno”. Es en este marco de homogenización cultural es cuando las radios comunitarias defienden el supremo derecho a ser y a pensar diferente expresa López Vigil.

El boliviano, José Cabanach manifestaba que la enseñanza formal podía hacer uso de la radio, pero aplicando una metodología de enseñanza el medio que se está utilizando. La argentina Ana María Rodino reitera la importancia de potenciar las posibilidades de cada medio, donde el docente que está acostumbrado a clases tradicionales, serias, “profundas”, aprenda hacer comunicación

popular, cómo se presenta el contenido y por qué (López Vigil, y otros, 1984).

El nacimiento de las radios educativas en América Latina no se dio en todos los lugares por igual. Arenas García (2009, pág. 219) señala que en cada sitio sus necesidades las hicieron surgir y realiza una breve contextualización de experiencias de radios educativas en América Latina como Radio Sutatenza en 1948 que dio paso a las escuelas radiofónicas en América Latina. En Bolivia, las Emisoras Mineras en los años 50, RadioWorld, conocida como emisoras populares y otras de pequeño alcance en Argentina, conocidas como comunitarias. En los años noventa, Colombia dio apertura a emisoras de alcance municipal, conocidas como radios comunitarias, el país volvió a ser pionero de América Latina a través de un cambio en la legislación. Esta autora señala que:

las radios comunitarias es donde los niños y los jóvenes se apropian de programas y se suben al espectro radioeléctrico, y son ellos los sujetos productores y protagonistas de estos espacios. Emisoras locales como San Vicente de Chucurí, Íquira Estéreo, Montes de María en Bolívar, escuela Andariega en Tibasosa, experiencias de Sogamoso, Monterrey, Red de Reporteritos de la Paz de Orito, Red de Emisoras Escolares de Puerto Asís y Radio Ocaina Stéreo de Putumayo hablan de una nueva forma de apropiación del lenguaje radiofónico por parte de los estudiantes en emisoras que incursionan en el dial como las experiencias de Radio upa, en el Salvador, «Prohibido para mayores» en Radio Sucumbíos, «Garabatitos» e «Inquietudes» de Radio Latacunga, en Ecuador, Radio Sur 90.1 en Córdoba, Argentina, entre otras. (Arenas García, 2009)

Yaguana & Delgado, (2014, pág. 39) mencionan que en Ecuador las Escuelas Radiofónicas Populares fueron mentalizadas tomando como base el modelo de radio Sutatenza de Colombia, con el

objetivo de constituirse en estaciones orientas “por y para la alfabetización”.

Rafael Roncagliolo nos habla de las radios en un futuro imperfecto, en 1997 exponía como el acceso a equipos más baratos permitían que las radios locales se multipliquen, que radios y televisoras comunitarias emerjan, poniendo énfasis en que la especialización de la radio ha sido la vocación local y alimenta signo comunitario. (Roncagliolo, 1997, pág. 6)

Los medios de comunicación no se suplantán, sino que se reacomodan según Roncaglio (citado en Arenas García, 2009), en este siglo esta frase toma fuerza, el panorama no ha cambiado, las comunidades rurales siguen teniendo como referente a la radio y nuevamente este medio vuelve a tener representativa en el momento que hablamos de como acercar la educación a miles de niños que necesitan seguir formándose en un mundo que en cierta forma está más “conectado” para unos, pero desconectado para otros, aún cierto segmento de la población vive la vulneración de derechos día a día, en este caso el de la educación.

En el caso de la radio, Alianza Global para la Educación señala que, en medio de una era móvil digitalmente saturada, continúa siendo “la tecnología más comúnmente disponible y accesible en todo el mundo”. En este sentido, refiere la UNESCO que el “75 por ciento de los hogares a nivel mundial tienen acceso a la radio, y en África subsahariana, entre el 80 por ciento y el 90 por ciento de los hogares tienen acceso a un equipo de radio que funciona”. (Telesur, 2020)

En Argentina, Stella Bin cuenta la experiencia de Martín Salvetti que ha creado un proyecto de radio escolar, en la que 48 escuelas de 12 provincias han mostraron interés en participar. Salvetti menciona que “Hay escuelas rurales, técnicas, de inicial, primarias, secundarias, de educación especial y hospitalarias”, y que la idea “es crear actividades y ponerlas en prácticas en distintos contextos,

para analizarlas y evaluarlas. Que todos podamos aprender de todos y fortalecer las experiencias y repensar nuestras propias prácticas docentes”

El método de trabajo se realiza de la siguiente forma:

Los docentes envían las actividades por WhatsApp, luego los chicos reciben las explicaciones a través del programa de radio y cuando terminan las actividades las envían también por WhatsApp. A veces es una imagen de lo escrito en una hoja, otras pueden ser un audio relatando un tema en particular.
(Bin, 2020)

Salvetti estaba nominado al premio *Global Teacher Prize* con 49 maestros más. Para conocer de esta historia busqué la nota “La historia del docente que creó una radio escolar y está nominado a ser el mejor maestro del mundo” en la página redacción.

Otra experiencia es la radio escolar argentina de Mengué que se convirtió en una herramienta de vital importancia para educar en tiempo de aislamiento social preventivo u obligatorio, se transmite a través de FM 89,1 “Corazón de la Patagonia”.

Adalberto Ochoa, quien es docente de la escuela 244 desde hace 27 años, detalló que la decisión de instalar la emisora escolar se tomó en forma conjunta con Guillermo Oliva Tagle, quien era director de la escuela en ese momento. “Desde ahí en adelante, la radio ocupa un lugar muy importante para los chicos y para la comunidad. Hoy, ante este difícil momento que nos toca vivir, esa importancia se realza” (Radio Negro, 2020)



Actividad de aprendizaje recomendada

Le invito a leer el capítulo 12 del Manual para un Radialista Apasionado: [“Democratizar la palabra”](#).

7.1. Fines educativos y tipos de tv y radio educativa.

Los programas de radio educativos difieren de la intencionalidad formativa y los elementos que favorecen el proceso de enseñanza-aprendizaje.

1. La forma constructiva en la que se presentan los contenidos (estrategias audiovisuales) y por los contenidos mismos (estrategias didácticas), los cuales persiguen fines instructivos y/o divulgativos.
2. Sus objetivos vinculados al fortalecimiento del proceso de enseñanza.
3. Las formas de difusión e interacción, que se prevean/exponen de antemano.

Existen diferentes tipos cuando estamos hablando de radios y televisión educativa, revisemos su clasificación:

1. Televisión y radio con fines didácticos: su propósito es instruccional, es decir, ha sido concebida *ex profeso* para apoyar a los procesos del sistema educativo en sus distintas modalidades y sistemas. Son medios didácticos.
2. La televisión y radio para la educación No Formal: posee objetivos pedagógicos y planteamientos didácticos, pero en

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

este caso, no se inscribe dentro del sistema educativo, sino que apoya formas educativas alternas,

3. Televisión y radio cultural: Son todas las producciones audiovisuales que, si bien no han sido concebidas intencionalmente con unos objetivos didácticos, posee características de forma y de contenido específico por las que muchas veces es clasificada como educativas.

La radio y tv han sido concebidas como importantes industrias económicas, sin embargo, para Ojeda-Castañeda (2005, pág. 89) su utilización educativa sigue conservando una gran legitimidad social para el Estado y otras instituciones. Se podría acotar que actualmente en ciertos segmentos de la población este medio no ha perdido vigencia y sigue siendo un espacio de conexión. Sin dejar de mencionar que la emergencia sanitaria le ha otorgado nuevamente el poder educativo y de universalización.

7.2. Los podcasts como herramienta educativa

Kaci (2020) menciona que naturalmente, este medio informativo (la radio) ha evolucionado en sus más de 113 años de existencia.

Es cierto que los ordenadores y los teléfonos inteligentes han ido ganando terreno, como medio de transmisión, en detrimento de los antiguos aparatos y transistores. No obstante, gracias a la invención del “[podcast](#)” en el año 2000, la radio ha seguido progresando con la elaboración de una nueva escritura radiofónica y la creación de emisiones que ya no dependen de la transmisión en directo.

La coproductora de varios podcasts narrativos, la australiana Siobhan McHugh coincide también que la radio más que cualquier otro medio de comunicación, permite establecer un contexto de

intimidad con el usuario. (...) Pero, el auge del podcast ha permitido renovar la relación entre el animador y su audiencia (2020, pág. 7). El usuario es quien escoge el medio y programa que quiere escuchar, estramos a una nueva ecología mediática, tenemos el audio a la carta que tiene la intención de acabar con la fugacidad del mensaje sonoro, haciendo posible que el oyente pueda acudir al recurso auditivo las veces que desee. (Terol-Bolinchesa, Alonso-López, & Pareja, 2019, pág. 1)

La palabra “podcast”, que se deriva de la unión de las palabras *iPod* y *broadcasting*, fue inventada por el periodista del diario The Guardian Ben Hammersley, Su creación se remonta a 2004 como una innovación tecnológica que facilitaba a las emisoras de radio, un año después de su existencia es considerada palabra del año en 2005 para el Oxford University Press. (McHugh, 2020;). Hasta el 2020, iTunes almacena alrededor de 700.000 podcasts, el género ha evolucionado según Terol-Bolinchesa, Alonso-López, & Pareja (2019), existen podcast de conversación donde se improvisan temas o espacios creados por periodistas para examinar temas de manera informal.

El *podcast* es un archivo de audio que posee un contenido específico, por su valor, ha sido utilizado en el ámbito educativo. Es un programa de radio en línea en el que se puede acceder en cualquier momento, desde cualquier dispositivo, descargar el material y/o suscribirse para no revisar los diferentes episodios. (Tiching blog, 2020)

Como uno de los medios que pueden ser empleado como recurso educativo están los podcasts, revisemos como:

- **Flipped Classroom:** el podcast permitirá al estudiante acceder al contenido cuantas veces sea necesario.

- **Complemento de clases:** el podcast se puede utilizar para reforzar el aprendizaje.
- **Trabajo por proyectos.**
- **Compartir contenidos con la red de docentes:** puede ser utilizado para exponer experiencias, reflexiones y recursos con otros docentes

El uso innovador de estas plataformas mediáticas en materia educativa, se puede extender a otros tipos y recursos en esencia comunicacionales, que, con una correcta estructuración metodológica, con base a las técnicas detalladas en líneas anteriores, constituye el atributo de las líneas fundamentadas de la práctica educomunicativa, que hemos ido detallando a lo largo de las unidades de este texto.

Vale la pena, reseñar al podcast Radio Ambulante. Una creación de Daniel Alarcón y Carolina Guerrero hace nueve años, su iniciativa nace de programas de largo aliento, narrado a través de la voz de los personajes que tiene la radio pública estadounidense. Encontraron que la audiencia se podía construir a través de un medio digital, porque una radio era una industria bastante costosa de poner al aire. En palabras de Carolina Guerrero:

Hoy en día es imposible hacer caso omiso de la audiencia. Lo que te ofrece el mundo digital es una interacción constante que quizá no es tan fácil de encontrar al aire. De hecho, para nosotros más que una audiencia es una comunidad de oyentes, que son quienes nos escuchan, les cuentan a sus amigos y nos dan sus comentarios positivos o negativos. Los oyentes sienten que tienen un poder, y tengo que decir que un poco nos “pasan la cuenta”, nos piden cosas, a veces nos avisan de errores... tenemos una línea muy directa con ellos. (Iglesias Kuntz, 2020, pág. 10)

A continuación, comparto los links de algunas experiencias de podcasts periodísticos o educativos.

- [enlace web](#)
- [enlace web](#)

Por otro lado, la página de Educación 3.0 realiza una recolección de podcast educativos que recogen ejemplos de programas de docentes, científicos para estudiantes e internautas.

Tabla 11.

Páginas de Podcast educativos

Programa	Medio	Temática
1. SER Historia	Cadena Ser	Historia mundial de la mano del historiador Nacho Ares.
2. Educación al día	UNED	Temas de formación, coordinado por José Quintanal Díaz
3. A hombros de gigantes	Radio y televisión española	Divulgación científica Coordinado por distintos centros de investigación españoles
4. Educar hoy	Ivoox	Diversidad de expertos educación emocional, el mindfulness
5. La Brújula de la ciencia	Onda Cero Radio	Contenidos científicos, tecnológicos y de materias como la Biología, la Física o la Química. El físico Alberto Aparici
6. Pasajes de la Historia	Página pasajes de la historia	Acontecimientos de la historia española del programa Rosa de los Vientos del maestro Juan Antonio Cebrán.
7. Ecos del tiempo	Emisora de CREA Ivoox	Podcast educativos y de la historia de la propia universidad Asociación Universitaria CLIO de la Universidad de Valladolid

Programa	Medio	Temática
8. La historia del mundo	Radio Caracol	Acontecimiento histórico de relevancia para el mundo, presentado por Diana Uribe
9. CienciaEs	CienciaEs	Mundo de la ciencia. Idea del físico y divulgador científico Ángel Rodríguez Lozano
10. L de Lengua	Centro CLIC International House Cádiz	Enseñanza del español, realizado por Francisco Herrera
11. Entretén a los niños	Podcast de Apple	Cuentos tradicionales Audiolectura infantil y aprendizaje científico
12. Historia para EBAU	iVoox	Historia de España e historia del arte. Creado por Juan Jesús Pleguezuelos, conocido por su canal “El profesor inquieto”.
13. Elementary Podcasts	Página de la British Council	Enseñanza del idioma inglés, a través de ficción teatralizada, pertenece a British Council
14. Contemos historia	Lunfa	Científicas argentinas (doctoras en Química) Valeria Edelsztejn y Nadia Chiaramoni

Fuente: Página Educación 3.0



Actividades de aprendizaje recomendadas

Realice una búsqueda sobre proyectos de educomunicación radial y presente ejemplos. ¿Cuál ha sido su alcance?

Nota: conteste las actividades en un cuaderno de apuntes o en un documento Word.

La Unidad 7 revise el papel que han tenido las radios comunitarias y educativas y como el podcast se convierte en una herramienta pedagógica.

Lo animo a que realice la siguiente autoevaluación para reforzar sus conocimientos, considere las lecturas recomendadas y el contenido de toda la Unidad.

[Índice](#)[Primer
bimestre](#)[Segundo
bimestre](#)[Solucionario](#)[Referencias
bibliográficas](#)



Autoevaluación 7

Ubique una V si es verdadero o una F si es falso.

1. () El quehacer de las radios comunitarias nos lleva a afirmar que su práctica apunta siempre hacia la democratización de la comunicación
2. () La propuesta educomunicativa radial está ligada directamente a estrategias de carácter escolar, académico.
3. () Clasificadas como televisión y radio educativa se encuentran las que permiten la educación no formal.
4. () El podcast como recurso, apareció en el 2005
5. () El podcast puede ser utilizado como recurso educativo en *Flipped Classroom*
6. () Para Rocaglio la radio es un medio que no se puede suplantar, sino que se ha reacomodado a las circunstancias.
7. () Las Emisoras Mineras son las primeras experiencias de escuela radiofónica.
8. () Las radios deberían replicar la educación formal en cada uno de los programas según Ana María Rodino.

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

9. () Las Escuelas Radiofónicas Populares en Ecuador nacieron orientadas por y para la alfabetización.
10. () El podcast ha permitido que se creen nuevas amistades, una conexión directa con sus creadores.

[Ir al solucionario](#)

[Índice](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias bibliográficas](#)



Semana 12



Unidad 8. La publicidad como la nueva ideología social.

Ferrés (2014, pág. 50) señala que el cambio de paradigma comportó un cambio en los criterios de valoración de lo que es y de lo que no es un mensaje publicitario eficiente. Desde el punto de vista de la educación mediática, es decir, de la voluntad de contribuir al empoderamiento de los ciudadanos. Nace la inquietud por la posición que actualmente tienen los expertos en neuromarketing como Braidot (2005, citado en Ferrés, 2014), quien considera que la publicidad exitosa es la que activa áreas del cerebro vinculadas con el automatismo, compras que no pasan por un proceso de reflexión y que intentan generar un nivel de satisfacción y necesidad de los productos.

Ferrés & Masanet, (2017) advierten que existen diferencias muy significativas entre la comunicación publicitaria y la educativa en cuanto a contexto y a objetivos, pero comparten también algunas preocupaciones: han de vencer las indiferencias y reticencias por parte de los receptores, *a priori* poco interesados por sus mensajes; han de ser capaces de modificar conocimientos, actitudes, valores y pautas de comportamiento de los receptores; están obligados a

[Índice](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Referencias bibliográficas](#)

adecuar su mensaje a un target definido y a sintonizar con sus preocupaciones e intereses; y la eficacia de su labor está condicionada por su capacidad de conocer y gestionar el cerebro de sus interlocutores.

En relación a la ética en el discurso publicitario, Bonete Perales ha explicado en varias ocasiones que la ética es lo que permite a un sector comercial revestirse de una cierta moralidad, la cual supone una “defensa incondicional de la dignidad del hombre”. (1999, pág. 28)

Bauman (2007, pág. 5) en su libro *Vida de Consumo* refiere a Mary Douglas, esta autora menciona que “mientras no sepamos por qué y para qué la gente necesita lujos –vale decir, bienes más allá de los indispensables para la supervivencia- no estaremos tratando los problemas de desigualdad ni remotamente en serio.

Las empresas aprovechan esa necesidad que tiene el individuo de consumir, Bauman (2007, pág. 8) lo plantea como la atención que nosotros “queremos”, “deseamos” “anhelamos”, en cómo la esencia de nuestras ganas, deseos y aspiraciones va cambiando como consecuencia del pasaje hacia el consumismo.

8.1. Subvertising o contrapublicidad, una forma de pedagogía crítica.

El vendedor responde a una demanda, el publicitario la crea. (...) La comprensión ha de ir acompañada de la activación de una respuesta emocional. No es potente el mensaje comprendido, sino el que moviliza en la dirección adecuada. (Ferrés & Masanet, 2017)

En la página de Oxford Reference, el término *subvertising* se referencia como:

La técnica de campaña por la que se crean cortometrajes o imágenes llamativas con motivación política que se asemejan a los anuncios, pero cuyo objetivo es estigmatizar a las marcas y concienciar a los consumidores sobre las estrategias empresariales que hay detrás. (Oxford Reference, 2021)

La contrapublicidad podría definirse como “parodiar anuncios y en asaltar vallas callejeras para alterar por completo los mensajes”. Los anuncios son interceptados por grupos ambientales o movimientos anti publicitarios que se apoderan de su significado y lo modifican con un mensaje totalmente contradictorio al que quería transmitir. Klein advierte además que esto a las empresas les cuesta por duplicado, por un lado, deben hacerse cargo de las vallas publicitarias modificadas y por el otro cada vez que un anuncio es modificado se está aprovechando de los grandes recursos invertidos para darle significación. (citado en Pabón, 2019, pág. 126)

Kimhennuy, (2015) coincide en que la llamada anti publicidad o piratería publicitaria, hace críticas de la publicidad convencional mediante la alteración de los mensajes que contiene. Consiste en trastornar, revolver y destruir la publicidad utilizando las propias técnicas publicitarias para invertir los significados de los mensajes comerciales. Puede adoptar diferentes formas, como la modificación de vallas publicitarias para desvelar la verdad de los anuncios, el grafiti, el uso de bromas, juegos de palabras con las marcas, etc.

Subvertising no es un término que ha aparecido recientemente, ha existido una evolución de la anti publicidad reflejada la denuncia de estereotipos de vida, banalización del cuerpo de la mujer, comercio in”justo”, precarización laboral, explotación indiscriminada del medio ambiente. Revisemos un resumen de Kimhennuy, (2015):

De 1930 – 1940 aparecen en Estados Unidos los rompe anuncios, considerado un movimiento anti publicitario destinado a atacar

a los anuncios hipócritas y falsos. El fotógrafo Dorothea Lange mostró contrastes entre los anuncios y la realidad. Por ejemplo, se construía anuncios de familias felices frente a la difícil situación de la población por la Gran Depresión.

Figura 9.

Dorothea Lange, « Kentucky Flood », 1937 “El nivel de vida más alto del mundo” junto a una cola de desempleados



De 1950 – 1960 el arte pop, aunque no es igual a la contrapublicidad, coincide con la descontextualización, la provocación y el humor. El descontento de los movimientos anti publicidad estaba dirigido hacia los mensajes subliminales contenidos en los anuncios, su inspiración venía de los carteles, objetos de la vida cotidiana, etiquetas, embalajes de productos que la sociedad consumía, el arte pop los utilizaba e interpretaba en sus obras.

Rafael López explica [¿Qué es el arte pop?](#) En el siguiente video:

Figura 10.

El artista, publicista y diseñador Andy Warhol, diseñó el anuncio “Coca-Cola 5 bottles”, 1962



Desde 1960 – 1970 el “détournement” o “tergiversaciones” consiste en extraer de su contexto una imagen, un objeto o un mensaje, que adquiere un nuevo significado y produce un efecto crítico, John Heartfield en sus fotomontajes la utilizó para denunciar las dictaduras y el fascismo, como la ilustración que representa a dos buitres: Franco y a Hitler.

Figura 11.

John Heartfield, “Madrid 1936, no pasarán”, 1936



El “Billboard Liberation Front” (Frente de Liberación de Vallas Publicitarias) ha existido desde 1977 hasta la actualidad, se puede considerar como uno de los primeros activistas que realizaron la alteración de mensajes. El siguiente mensaje de 2005, este grupo creó el siguiente mensaje: “Cruz Roja Estadounidense – porque el gobierno no hace nada” luego del paso del huracán Katrina.

Figura 12.

Cruz Roja Estadounidense y el mensaje en contra del gobierno.



De 1980 a 1990 aparecen en Australia los Grafiteros que utilizan las vallas publicitarias en contra de promociones no saludables – 1980 (*Billboard Utilising Graffitists Against Unhealthy Promotions- Burger up*), fundamentalmente se centraban en atacar a la publicidad del tabaco y alcohol. En 1990, con la era de Internet nacen los *Adbusters* en Canadá, su accionar está centrado en modificar anuncios para crear otros nuevos con el fin de denunciar prácticas comerciales abusivas o el propio sistema social.

Figura 13.*Modificación de anuncio con grafiti.**Fuente: Buggaup***Figura 14.***Modificación de anuncio digital.**Fuente: Adbusters*

Desde el 2000 surgen un sinnúmero de Colectivos como [The Yes Men](#) o Consume hasta morir que apuntan a la pedagogía crítica propuesta o la educación disruptiva propuesta por Fundación Telefónica. Por otro lado, el periodista Foncuberta que hace del arte de engañar una propuesta pedagógica. (Tiscar, 2005)

La Directora de Comunicación y Marketing de la Escuela de Organización Industrial, Tiscar Lara (2005), menciona que, desde el punto de vista educativo, la contrapublicidad supone una excelente

herramienta para trabajar conceptos de publicidad, comunicación y consumo desde un plano reflexivo y de producción, planteando proyectos artísticos de fotomontajes con sentido crítico.

Figura 15.

Publicidad modificada de Apple.



Fuente: Disenosocial.org

Figura 16.

Publicidad modificada de Mac Donalls.



Fuente: Garbiñe Larralde

Figura 17.

Publicidad modificada de Doritos.



Fuente: Página no caigas en la trampa

Figura 18.

Publicidad modificada de Burger King.



Fuente: Aledesing

Klein (2002, pág. 314) menciona que es casi imposible descubrir cuáles son las raíces de la piratería publicitaria, sobre todo porque la práctica en sí misma es una mezcla de graffiti, de arte moderno, de filosofía del bricolaje *punky* y de un inmemorial espíritu bromista.

En los 90 aparecieron un sin número de jóvenes militantes que pretendían a través de los ataques contra los anuncios utilizarlos como el instrumento perfecto para expresar su rechazo hacia las empresas multinacionales que los acosan tan agresivamente como compradores y que los desechan con tan poca ceremonia como trabajadores.

No Logo: El poder de las marcas. Es un libro de la canadiense Naomi Klein que permite comprender el poder de las marcas y como éstas han podido posicionarse en la mente del consumidor. Es un recorrido por el tema de las marcas, los mercados, el consumo. Sin embargo, el capítulo 12 es importante que lo revisen con atención, este hace referencia a la piratería publicitaria y como los anuncios se encuentran bajo ataque.

A continuación, le comparto algunos recursos para contar con más elementos que ayudarán a entender la contrapublicidad:

Metropolis : Contrapublicidad, un producto audiovisual que muestra como a través de las técnicas publicitarias se puede cambiar los mensajes ¡Escúchanos los domingos a las 21:00! o escucha nuestros podcasts en nuestro canal de iVoox.

Consume hasta morir, un texto que reflexiona sobre la sociedad de consumo en la que vivimos.



Actividades de aprendizaje recomendadas

- Identificar qué tipo de contrapublicidad se podrían realizar a partir de campañas en Ecuador.
- Elabore una contrapublicidad en relación a temas de violencia de género

Nota: conteste las actividades en un cuaderno de apuntes o en un documento Word.

Lo animo a que realice la siguiente autoevaluación para reforzar sus conocimientos, considere las lecturas recomendadas, videos y la lectura de toda la Unidad.

[Índice](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Referencias bibliográficas](#)



Autoevaluación 8

La Unidad 8 aborda un campo que es necesario considerarlo dentro del estudio de la educomunicación, cómo la publicidad influye y las organizaciones que aparecen para contrarrestar este fenómeno.

Ubique una V si es verdadero o una F si es falso.

1. () La publicidad que vincula el automatismo es exitosa.
2. () La comprensión del mensaje publicitario va acompañado de una respuesta emocional.
3. () *Subvertising* es una técnica de campaña que estigmatiza la marca y concientiza al consumidor.
4. () La antipublicidad es un término del último Siglo.
5. () El arte pop apareció en los años 70.
6. () A través de vallas publicitarias los Grafiteros denunciaban temas de promociones no saludables.
7. () la pedagogía crítica no está relacionada con los preceptos de la contrapublicidad
8. () El término «piratería publicitaria» fue inventado en los años 90 por la banda de collages musicales Negativland
9. () “Guerrilla Girls”, era un grupo que protestaba contra la exclusión de las mujeres del mundo del arte por medio de manifestaciones ante el Museo Whitney.

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

10. () Las ideas acerca del control de las empresas sobre los flujos de información ha sido estudiada por Noam Chomsky.

[Ir al solucionario](#)

[Índice](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias bibliográficas](#)

Resultado de aprendizaje 1 y 3

- Relaciona comunicación con educación.
- Analiza los modelos de comunicación y su impacto.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje



Semana 13

Unidad 9. Storytelling y narrativa transmedia en la educación

Pasamos de la publicidad, un campo de acción donde la emotividad es la clave para influir en el usuario, al *storytelling*, que es la clave para permitir que las buenas historias se conecten con los individuos.

Las tecnologías de información y comunicación dentro del aula cambiaron la forma en la que los estudiantes podrían contar sus historias, tomando en cuenta lo señalado por Maturana & Bloch (1998) "Las emociones constituyen el fundamento de todo lo que hacemos, incluido el razonar" (referido en Ferrés & Masanet, 2017)

Ferrés & Masanet manifiestan que la comunicación educativa es ineficaz cuando está saturada de pensamientos que no activan emociones y que, en consecuencia, no movilizan. En este sentido, traen como referencia a Carter (2002) que señala que una

[Índice](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Referencias bibliográficas](#)

comunicación que atiende solo a lo cognitivo está condenada al fracaso, porque el sistema límbico o cerebro emocional «es la central energética del cerebro» (ibíd., citado en 2017, pág. 58)

Albaladejo Ortega (2017, pág. 235) explica que la adquisición de capacidades para crear historias, bajo la condición de *master* y no solo de *worker*, les convierte en individuos competentes para la creación de historias a través de muy distintos modos y medios (*across story modes* y *across media modes*).

Para Green (2004) una descripción narrativa requiere de una historia que plantee preguntas aún sin respuesta o conflictos no resueltos; los personajes pueden encontrarse y luego resolver una o varias crisis. Es posible identificar una línea en la historia, con un comienzo, un desarrollo y un final.

El propósito de las historias para esta autora es crear interés, que proveen una estructura para recordar el material del curso, crear imágenes mentales vívidas; desde la experiencia las historias pueden crear conexiones más personales entre estudiantes y profesores. Menciona como ejemplo lo siguiente:

El método de estudios de caso, frecuentemente utilizado en las escuelas de negocios, es un medio popular para introducir historias en clase. Los casos ilustran típicamente un problema, proporcionando información básica sobre una situación (por ejemplo, la historia de una compañía), y finalizan con un dilema actual que debe afrontar un individuo u organización. Con frecuencia están diseñados para ilustrar un punto particular o demostrar algunos procedimientos analíticos. Se anima entonces a los estudiantes para que generen soluciones posibles y consideren las consecuencias de dichas conclusiones. Este método estimula el aprendizaje activo, y en esencia, coloca a los estudiantes en el rol de redactar el final de la historia. (Green, 2004)

9.1. ¿Qué es el storytelling?

Villalustre Martínez & Del Moral Pérez (2014) se refieren al *Digital Storytelling* o relato digital como una novedosa técnica narrativa que facilita la presentación de ideas, la comunicación o transmisión de conocimientos, mediante un peculiar modo de organizar y presentar la información de carácter multiformato, apoyado en el uso de soportes tecnológicos y digitales de diversa índole, entre ellas las herramientas Web 2.0.

Como hemos venido señalando, la era tecnológica ha permitido que los usuarios que antes eran meros consumidores de productos audiovisuales creados por otros, ahora adoptan papeles más activos, son diseñadores de sus propias creaciones y participan en todo el proceso creativo, formando parte de la historia y controlando aspectos estéticos e iconográficos (Meadows, 2003, citado en Villalustre Martínez & Del Moral Pérez, 2014, pág. 116). Este escenario aplica tanto para docentes, estudiantes o ciudadanos en general.

Scolari (2013, pág. 17) recalca el hecho que los humanos siempre hemos contado historias de forma oral, a través de imágenes, actualmente a través de todo tipo de pantallas, nos denomina *Homo fabulators*. Recalca que la narrativa, no importa tanto que sea verdad, sino que sea verosímil. Un relato creíble. Las narrativas nos rodean, pero también deambulan por los recovecos de nuestra mente. A través de Pokémon nos pone en el escenario como navegan las narrativas transmedia.

Pokémon se despliega a través de juegos, programas de televisión, películas y libros, y ningún medio se privilegia sobre el otro». Los jóvenes consumidores se han vuelto cazadores y recolectores de información, les gusta sumergirse en las historias, reconstruir el pasado de los personajes y conectarlos con otros textos dentro de la misma franquicia.

Jenkins es quien introduce este término y explica que en las narrativas transmedia cada medio «hace lo que mejor sabe hacer: una historia puede ser introducida en un largometraje, expandirse en la televisión, novelas y cómics, y este mundo puede ser explorado y vivido a través de un videojuego. Cada franquicia debe ser lo suficientemente autónoma para permitir un consumo autónomo. (Scolari, 2013)

El libro *Narrativas Transmedia*, Carlos Scolari lo describe como la mejor muestra de todos los años recorrido en la docencia y la posibilidad de dialogar con los trabajos de sus alumnos

Es así que el *storytelling* nos permite que trabajemos a través de diferentes formatos: video, comics, videojuegos, carteles, etc., es decir navegamos en el mundo del transmedia. El holandés Lan Ginn, señala que el transmedia es contar historias a través de múltiples ventanas y plataformas, y que actualmente los niños y jóvenes han empezado a ver y consumir contenidos de nuevas formas. Por su parte, el cineasta Lance Weiler añade que la idea consiste en que las historias puedan viajar más allá de la pantalla, que no tengan límites, ni barreras. Revise el video [Transmedia Storytelling para entender el término](#), la narración y el transmedia como nuevo formato.

Pino Arboleda & Ríos Hernández, (2018, pág. 221) acercan la experiencia del uso y viabilidad de aplicaciones tecnológicas, estrategias comunicaciones a través de narrativas transmedia como herramienta de apoyo para campañas de *fundraising* que pueden promover la conservación de fuentes de agua en cuencas prioritarias de Norte de Santander que permitan el cambio social.

Fundraising: La captación de fondos es un proceso para conseguir fondos, mediante la solicitud de donaciones de particulares, empresas, fundaciones benéficas, o agencias gubernamentales

En este estudio la investigación les permitió conocer que la información previa que posea una persona sobre aspectos inherentes a la conservación de los recursos naturales, la protección del ambiente y las TIC, son determinantes para su posible participación en campañas educativas tradicionales o en línea que incluyan las narrativas transmediales por su capacidad de expandir los relatos a través de diferentes medios. Conozca en el siguiente [artículo](#) la experiencia realizada en Colombia.



Actividad de aprendizaje recomendada

Los animo a buscar algunos conceptos que Scolari los refiere como una parte de la galaxia de los transmedia: *cross-media*, plataformas múltiples (*multiple platforms*), medios híbridos (*hybrid media*), mercancía intertextual (*intertextual commodity*), mundos transmediales (*transmedial worlds*), interacciones transmediales (*transmedial interactions*), multimodalidad (*multimodality*) o intermedios (intermedia)

9.1.1. El storytelling en la educación

La narración ha sido utilizada desde épocas remotas para transmitir el conocimiento y habilidades que tenían nuestros ancestros y se ha integrado al contexto educativo. “La riqueza de esta herramienta para innovar en la educación radica en la versatilidad y dominio de las emociones en el “otro” para cumplir un propósito: enlazar y conmover para afianzar el resultado deseado. (Observatorio de Innovación Educativa del Tecnológico de Monterrey, 2017)

Beltrán Flandoli, Maldonado, & Rivera (2020) señalan en este sentido, que en la esencia conceptual de estos términos se encuentra nuevamente un accionar paralelo, ya que, en su forma

tradicional y función central, el *storytelling* se refiere al proceso de desarrollo de narrativas personales basadas en ciertas experiencias de vida, lo que, conectado con las dimensiones de un proceso com-educativo basado en la emocionalidad, se sustenta en las incidencias teórico-prácticas inherentes tanto a la educación como a la comunicación.

Entre los elementos que el Observatorio de Innovación Educativa presenta en el texto sobre *Storytelling* y que van a permitir cautivar, reflexionar y conectar están: 1) consideración del sistema o taxonomía de la historia, 2) modelos para ejecutar con eficacia la transmisión oral o visual 3) revaloración de los materiales e ideas a exponer, y 4) el desenvolvimiento del narrador.

Observemos en los siguientes videos lo que nos plantean sobre el storytelling

[Storytelling Parte 1: Definición](#)

[Storytelling parte 2: Rol del profesor](#)

El TED, (Tecnología, Entretenimiento y Diseño) tiene como objetivo compartir ideas motivadoras, inspiradoras y creativas, quienes participan hacen en cierta forma uso del storytelling. Veamos en la [siguiente charla](#) al guionista chileno Daniel Castro, que habla sobre la importancia de crear historias.

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

Figura 19.*Construcción de Storytelling.**Fuente:* Educación 3.0

El relato es una herramienta poderosa de transmisión de conocimientos, cultura, perspectivas y puntos de vida. (...) El relato es interactivo, usa palabras, distintas acciones de vocalización, movimientos físicos, gesticulaciones para presentar una historia, que permiten que los alumnos utilicen sus habilidades y conocimientos para desarrollar historias y habilidades de pensamiento crítico conectados al propio mundo y experiencias. (Rosental Tolisano, 2009, citado en Saulius, 2016, pág. 16)

Hermann-Acosta (2020, pág. 30) en un estudio realizado sobre como el *storytelling* puede promover el paso de una comunicación unidireccional a otra multidireccional expone que lo primero es partir de la reflexión sobre cómo esta técnica de relatar historias permite lograr competencias digitales, comunicacionales hacia el logro de

competencias narrativas. Esto quiere decir, proveer de herramientas para que el prosumidor cuente sus experiencias y vivencias. En el sector educativo humanizar el aprendizaje, que estos dos mundos profesor-estudiante tengan una verdadera comunicación dialógica.

Los invito a que amplíen más conceptos y elementos sobre el *storytelling* en el [ensayo](#) *Storytelling y comunicación multidireccional: una estrategia formativa para la era digital*, en el cual Andrés Hermann concluye que el uso del *storytelling* basado en consideraciones comunicacionales y pedagógicas, no artefactuales, favorece la consolidación de esquemas de comunicación y educación abiertos, dialógicos y multidireccionales.



Semana 14

9.2. La gamificación en la educación

Beltrán, Rivera, & Maldonado, (2018, pág. 97) mencionan que la gamificación se presenta cuando se aplican conceptos y dinámicas propias del juego a la educación que estimulen y hagan más atractivo el aprendizaje.

El Observatorio de Innovación Educativa del Tecnológico de Monterrey (2016) señala que este término data del año 2008 y “se comienza a utilizar en los negocios para referirse a la aplicación de elementos del juego con el fin de atraer, animar y persuadir a los usuarios para realizar cierta acción” (pág. 6)

La tecnología ha permitido crear ambientes virtuales que potencien las habilidades que tenemos como usuarios, sin embargo, el reto en

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

la educación en la creación de contenido gamificado que permita aprender de forma lúdica.

Empresas tan antiguas como Lego han diversificado su oferta y cuentan con productos transmedia que siguen cautivando la atención de niños, jóvenes y adultos.

Durante décadas, el juego libre ha sido el paradigma de las guarderías escandinavas y, por lo tanto, un modelo pedagógico globalizado. Pero hoy, consecuencia del modelo de gamificación, el juego educativo orientado a objetivos es arrollador. La diferencia, fundamentalmente, es que el juego libre se centra en la adquisición de competencias genéricas (marcos para la acción) mientras que los juegos orientados a los objetivos lo hacen en un contenido específico (metas). Si el juego es un marco para la acción, entonces la actividad orientada a objetivos no es un juego. La estructura del mundo gamificado es un escenario de compartimentos funcionales en las que cada espacio y cada lugar, incluyendo los lúdicos, tiene un propósito específico. (Mosca, 2012, referido en Albaladejo Ortega, 2017, pág. 233)

Para Albaladejo Ortega, (2017, pág. 234), la gamificación entre narratólogos y ludólogos esta muchas veces vinculada al *storytelling*, a dinámicas que impliquen contar historias más o menos inéditas, con mayor o menor margen de creatividad e ingenio.

La UNESCO según Alcolea-Díaz, Reig, & Mancinas-Chávez (2018, pág. 169) ha contribuido a la publicación de diversos documentos en los que se proponen, de una forma más o menos desarrollada, métodos de trabajo, así como ejercicios concretos para implementar en el aula.

Existen diversos casos y experiencias de gamificación: Diseño de un *Escape Room* o *Break Out* Educativo en educación física mediante

realidad aumentada (López-Serrano, Manzano, Suárez, & Ruiz-Ariza, 2018); Roma: un juego de rol para vivenciar la vida en la República y el Imperio Romano (Víctor, 2018); la Gran Muralla China (Beltrán, Rivera, & Maldonado, 2018), entre otros.

Hay diferentes tipos de gamificación que se están utilizando por ejemplo en el periodismo y que dependen del enfoque, contenidos y finalidades según Torres-Toukoumidis & Romero-Rodríguez, (2018, pág. 42): los *serious games*, cuya finalidad es as formativa e informativa; y, los *game-based learning* que siguen intrínsecamente un modelo funcional-educativo; los *adver-games* que permiten promocionar un producto o servicio.

El aula gamificada permitirá que los docentes utilicen espacios lúdicos que despertarán la creatividad, el trabajo en equipo, la solidaridad, valores que son reconocidos por los gamers. Eso significa que el estudiante pasará de ser un objeto a sujeto en el entorno educativo.

Existen páginas, *apps* que son integrados en los planes académicos y que permiten que el docente las implemente en el aula como: *socrative*, *kahoot*, *minecraft education*, *classcraft*. trabajar con espacios lúdicos significa crear estrategias de aprendizaje que estén acompañadas con insignias o puntos que crearán espacios cooperativos en las diferentes misiones que emprendan los estudiantes.

Existe una diferencia entre gamificación, juegos serios y aprendizaje basado en juegos, a continuación, se describe brevemente la clasificación realizada por el Observatorio de Innovación Educativa del Tecnológico de Monterrey, (2016, pág. 7):

Gamificación: no se trata de utilizar juegos en sí mismos, sino tomar algunos de sus principios o mecánicas tales como puntos o incentivos, la

narrativa, la retroalimentación, el reconocimiento, la libertad de equivocarse que provoquen comportamientos específicos y generen un ambiente atractivo para que participen los estudiantes.

Juegos serios: Son juegos creados con fines educativos. Sitúa al jugador en un contexto muy participativo con el objetivo de desarrollar un conocimiento o habilidad. Este tipo de juegos buscan incidir en la resolución de problemas reales en entornos fabricados que simulan la vida real.

Aprendizaje basado en juegos: son juegos como medios de instrucción, se presentan en un contexto educativo diseñado por los profesores. Son juegos existentes con mecánicas establecidas, son adaptadas para que exista un balance entre la materia, el juego y la habilidad del jugador. *Angry Birds* es una referencia de juego que sirve para explicar conceptos de tiro parabólico por ejemplo.

Puede revisar el documento [Gamificación](#) en el Observatorio de Innovación educativa del Tecnológico de Monterrey, ahí podrá ampliar los conocimientos en relación a este tema que actualmente tiene que ser estudiado y desarrollado por los establecimientos educativos y los docentes si se pretende generar espacios de conocimiento que apliquen el aprendizaje a través de un proceso, es decir, que haya un cambio en las estrategias pedagógicas empleadas en el aula.

La Unidad 9 realiza una revisión de los conceptos de *storytelling*, narrativa transmedia y gamificación en el aula. La autoevaluación le permitirá reforzar sus conocimientos, considere las lecturas recomendadas, videos y la lectura de toda la Unidad.

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas



Autoevaluación 9

Ubique una V si es verdadero o una F si es falso. En la pregunta de opción múltiple, seleccione una alternativa correcta.

1. () Una comunicación que solo atiende a lo cognitivo a lo largo del tiempo es eficaz según Carter.
2. () Una descripción narrativa de una historia debe plantear preguntas y resolverlas.
3. () Los usuarios en esta era son capaces de participar en todo el proceso creativo de creación de historias.
4. El concepto de transmedia se aplicaría a:
 - a. Cuando un contenido salta sin alterarse de un medio a otro.
 - b. El momento que un medio de comunicación convencional muta a un medio digital.
 - c. Con el desarrollo de narrativas de forma transversal que se complementan a través de varios canales de distribución.
5. () Las iniciativas que utilizan *fundraising* apuntan a captar fondos mediante la solicitud de donaciones a particulares, empresas, fundaciones benéficas o agencias gubernamentales
6. () La gamificación comienza a utilizarse desde el 2008 en entornos educativos.

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

7. () El periodismo está haciendo uso de experiencias de gamificación que dependen fundamentalmente de la finalidad.
8. () Los *adve-games* tienen objetivos formativos e informativos.
9. () *MineKraft* es un espacio virtual lúdico que permite crear estrategias de aprendizaje.
10. () Los juegos serios permiten incidir en la resolución de problemas.

[Ir al solucionario](#)

[Índice](#)

[Primer
bimestre](#)

[Segundo
bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias
bibliográficas](#)

Resultado de aprendizaje 1, 2 y 3

- Relaciona comunicación con educación.
- Conoce la historia y definiciones de la Educomunicación.
- Analiza los modelos de comunicación y su impacto.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje



Semanas 15



Unidad 10. La nueva sociedad de la información y del conocimiento

Internet y el aprendizaje a través de TIC nuevamente vuelven a plantear la necesidad de aprendizajes colaborativos y recíprocos, que como bien lo señala Santinello (2020, pág. 41) sean parte de la construcción del conocimiento a través de la colaboración entre profesores y alumnos, con un objetivo en común: identificar y realizar el análisis, que exista reflexión conjunta cuando sea posible.

[Índice](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Referencias bibliográficas](#)

El 2020, con el cierre de las escuelas y la imposibilidad del retorno a las aulas en más de 190 países del mundo, marcó un antes y un después para los docentes, instituciones educativas, estudiantes y padres de familia, se presentó un escenario que aceleró la necesidad de considerar a los entornos virtuales de aprendizaje como una opción, pero al mismo tiempo, mostró las grandes brechas tecnológicas que aún tiene la sociedad: maestros que no cuentan con competencias para explotar todo el potencial que tiene la información en la Red, estudiantes que a pesar de usar las tecnologías aún son analfabetos informacionales y en muchos casos digitales e instituciones educativas obsoletas, con métodos de enseñanza-aprendizaje poco actualizados.

Santinello (2020, pág. 42) expone la importancia de los procesos de interacción en ambientes virtuales de aprendizaje *“possibilitam uma compreensão mais ampla das relações entre Comunicação e Educação no ciberespaço, além de identificar e observar a comunicabilidade em plataformas digitais, percebendo como são estabelecidas a interação e a interatividade dos indivíduos nessas interfaces gráficas”*.

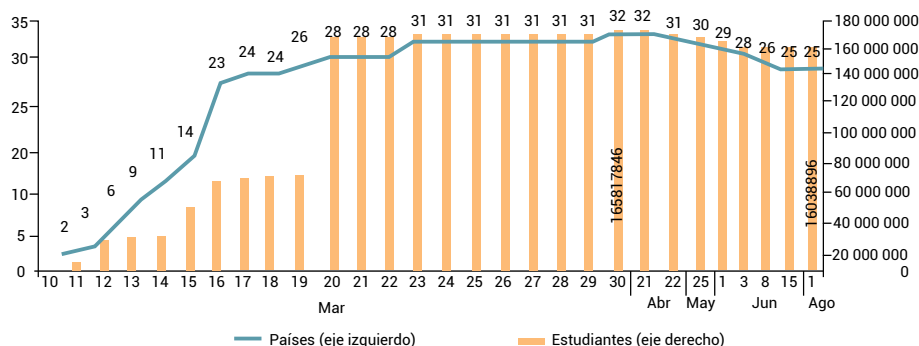
Traducción al español: “permitir una comprensión más amplia de las relaciones entre la Comunicación y la Educación en el ciberespacio, además de identificar y observar la comunicabilidad en las plataformas digitales, notando cómo se establece la interacción e interactividad de los individuos en estas interfaces gráficas”.

La brecha educativa creció nuevamente en países con pocos recursos económicos, que no cuentan con una infraestructura sólida tanto física como digital, con un sistema de medios de comunicación sin contenidos y con una democratización digital a medias. La UNESCO ha identificado desigualdades en la

distribución docente fundamentalmente en sectores con menos ingresos y fundamentalmente en zonas rurales: población indígena, actualmente con el fenómeno migratorio en América Latina de países como Venezuela o Nicaragua.

Figura 20.

Estadísticas de suspensión de clases y estudiantes afectados



Fuente: CEPAL 2020.

Habíamos revisado en la Unidad 5 la estrategia que la UNESCO ha impulsado para formular planes que permitan formar una ciudadanía mundial empoderada, En este informe se hacen hincapié en esa necesidad de empoderamiento ciudadano que permita:

(...) que se apropien y construyan sus realidades sobre la base del fortalecimiento de relaciones sociales, mediante el cuidado de sí mismas y de los demás, la empatía, el respeto y el reconocimiento de la diversidad, la amistad y la solidaridad, contribuyendo así a la convivencia y cohesión sociales, necesarias para fundar las acciones colectivas. (CEPAL, 2020)

En Ecuador, el Ministerio de Educación trabajó en un documento enfocado en el “Currículo Priorizado para la Emergencia - Fase 1 “Juntos Aprendemos en Casa” que intenta dar continuidad al proceso educativo hasta la finalización del año lectivo 2020- 2021 el

plan educativo “Aprendamos juntos en casa”, el mismo contempla acciones didácticas para que los docentes puedan trabajar en forma conjunta para la aplicación de los recursos educativos. (Ministerio de Educación, 2020)

Figura 21.

Recursos educativos Plan educativo COVID-19. Ministerio de Educación Ecuador



Fuente: (Ministerio de Educación, 2020)

10.1. La escuela 2.0: Redes sociales y comunidades virtuales de aprendizaje. La WEB Social y sus posibilidades educativas.

“La educación es la formación práctica y metodológica que se le da a una persona en vías de su desarrollo y crecimiento. Es un proceso mediante el cual al individuo se le proveen herramientas y conocimientos esenciales para que pueda ponerlos en práctica en su vida cotidiana, ya sean habilidades, creencias, valores o hábitos que le permitan desarrollarse tanto en lo personal como en lo profesional.

Por otro lado, la pedagogía es conocida como una ciencia de la educación, esta intenta describir, fundamentar y sistematizar

todos los procesos educativos, es fundamental conocer que el objetivo principal de la pedagogía es la educación, como un prodigio socio-cultural, es decir, que la misma permite al ser humano formarse a partir de sus vivencias y creencias en el contexto que lo rodea.” (Formación Ib, 2021)

La Web social ofrece actualmente una cantidad indefinida de recursos. Los docentes actualmente se han convertido en mediadores del conocimiento, los estudiantes tienen todo en la web, la función principal es ser guía en la búsqueda que deben realizar y presentarles todas las alternativas posibles para que desarrollen sus competencias digitales.

La web 2.0 más que una tecnología es una actitud, es decir va a depender de nosotros lo que hagamos y el uso que le demos. Por otro lado, se han dado las alternativas necesarias para la creación de contenido a partir de la colaboración, es una comunidad de usuarios que aprenden unos de otros, que se tienen confianza, que potencian sus habilidades, lo que vendría a llamarse inteligencia colectiva.

Como se había mencionado en la Unidad 5, los contenidos para los niños y jóvenes tuvo que desarrollarse en tiempo récord, algunas iniciativas y experiencias se presentaron en diferentes países, en el siguiente cuadro se realiza un resumen:

Tabla 12.

Experiencias educativas para la web en tiempos de Covid19

País	Tema	Red Social o plataforma	Enlace
Perú	Educación a Distancia	YouTube	enlace web
	Aulas creativas en casa	YouTube	enlace web
	Educación Virtual	YouTube	enlace web

País	Tema	Red Social o plataforma	Enlace
Colombia	Está preparada Colombia	YouTube	enlace web
	Así nos va con las clases virtuales	YouTube	enlace web
	E. V pone en evidencia la desigualdad	YouTube	enlace web
	Colombia aprende	YouTube	enlace web
	Madres pedía ayuda para reparar su celular 1 parte.	YouTube	enlace web
	Inolvidable regalo 2 parte	YouTube	enlace web
Uruguay	Plan Ceibal	Plataforma para docentes, nació en el 2007 y forma parte del Plan de Conectividad Educativa de Informática Básica para el Aprendizaje en Línea	enlace web
México	Aprendiendo desde mi comunidad	Plataforma del Gobierno del Estado de Oaxaca	Dirigido a niños indígenas que no tienen acceso a Internet o televisión, el programa es transmitido a través de radio. enlace web
Ecuador	EducaTv		
	Monito Burbuja	Programa de UNICEF-Ecuador que tiene como objetivo enseñar, entender y combatir el coronavirus a través de canciones.	enlace web

Santinello, (2020, pág. 38) realiza un repaso por las tecnologías educativas

entende-se desde: giz, quadro-negro, meios audiovisuais, sistemas multimídias, projetor multimídia, computador e todos os recursos por ele mediados, até o acesso à Internet por computador, ipad, iphone, entre outros dispositivos técnicos-educativos para apoio pedagógico ou recurso ao processo de ensino e de aprendizagem. Ramos, Linhares e Batista (2012) identificam por meio de uma pesquisa realizada em universidades portuguesas, sete categorias de uso das TIC no sentido de recurso para a aprendizagem, como: plataforma de gestão de aprendizagem, tecnologias para a publicação e partilha de conteúdos, tecnologias que permitem a colaboração, redes sociais, tecnologias que permitem a comunicação interpessoal, tecnologias de agregação de conteúdos, e, ambientes virtuais 3D.

Traducción del portugués: “se entiende desde: tiza, pizarra, medios audiovisuales, sistemas multimedia, proyector multimedia, ordenador y todos los recursos mediados por él, hasta el acceso a Internet por ordenador, iPad, iPhone, entre otros dispositivos técnico-educativos de apoyo o recurso pedagógico al proceso de enseñanza y aprendizaje. Ramos, Linhares y Batista (2012) identifican a través de una encuesta realizada en universidades portuguesas, siete categorías de uso de las TIC como recurso para el aprendizaje, tales como: plataforma de gestión del aprendizaje, tecnologías para publicar y compartir contenidos, tecnologías que permiten la colaboración, redes sociales, tecnologías que permiten la comunicación interpersonal, tecnologías para la agregación de contenidos y, entornos virtuales 3D”.

En un estudio realizado por Ferrés & Masanet (2017) sobre la eficacia comunicativa en la educación en España, indica que

aún existe una mentalidad más transmisora, menos interactiva y dialógica, entre los educadores, pese a trabajar en la comunicación interpersonal presencial, que entre los publicitarios. (...) su trabajo es de carácter cognitivo: «Que los alumnos se vayan a casa teniendo claro el mensaje clave que les quiero transmitir», «Hacerme entender», «Formar personas que tengan capacidad de comprensión», «Hacer llegar el mensaje de forma objetiva y clara», «Que entiendan», etc.

10.1.1. La educación no formal/invisible

Este tipo de educación extraescolar, informal, no formal surge por las fallas en el sistema formal y la necesidad de contar con otros espacios de aprendizaje diferentes que responden a necesidades, gustos y aptitudes individuales del ser humano. Esto se reitera con lo señalado por Hamadache (1991, pág. 118) “la misión de la educación no formal es corregir las deficiencias y contradicciones de la enseñanza escolar tradicional y atender a las necesidades, muchas veces inmediatas, que no satisfacen los servicios educativos formales”, Pastor Homs (2001, pág. 525) explica que este tipo de educación contribuye al desarrollo de individuos, así como el autoenriquecimiento cultural y autorealización personal.

Philip H. Coombs realiza una primera aproximación al concepto de educación informal: “aquellas actividades que se organizan intencionadamente con el propósito expreso de lograr determinados objetivos educativos y de aprendizaje”. En 1973, Coombs, Prosser y Ahmed proponen la siguiente clasificación:

Educación formal: es el «*sistema educativo*» jerarquizado, estructurado, cronológicamente graduado, que va desde la escuela primaria hasta la universidad e incluye, además de los estudios académicos generales, una variedad de programas especializados e instituciones para la formación profesional y técnica a tiempo completo

Educación informal: Al hablar de educación informal nos referimos exactamente al proceso a lo largo de toda la vida a través del cual cada individuo adquiere actitudes, valores, destrezas y conocimientos de la experiencia diaria y de las influencias y recursos educativos de su entorno .de la familia y vecinos, del trabajo y el juego, en el mercado, la biblioteca y en los medios de comunicación.

Educación no formal: (...) definimos la educación no formal como cualquier actividad educativa organizada fuera del sistema formal establecido -tanto si opera independientemente o como una importante parte de una actividad más amplia- que está orientada a servir a usuarios y objetivos de aprendizaje identificables. (Referido en Pastor Homs, 2001, pág. 527)

El fundador de Wikipedia, Jimmy Wales reafirmar el hecho que en el sistema formal todo está muy pactado y que este tipo de educación debería fomentar que las personas se motiven para continuar con el aprendizaje informal de forma voluntaria, experimental. (BBVA, 2018)

El aprendizaje invisible se centra en cómo aprender y no qué aprender. Cristóbal Cobo plantea que lo invisible no es lo que no existe, sino aquello que no es posible observar. Por tanto, una característica distintiva de lo “invisible” es la imposibilidad de registrarlo con nuestros ojos.

La adopción de este modelo demanda una serie de transformaciones y una alta flexibilidad, ya que se requiere un cambio en las herramientas, pedagogías y las prácticas, con miras a formar a estudiantes nómadas a futuro expertos adaptables

El estadounidense John Moravec es editor de la *Knowmad Society*, junto a Cristóbal Cobo, trabajaron en un libro llamado Aprendizaje Invisible, en el cual presentan su principal preocupación ¿Cómo hacer que las escuelas logren el capital humano que se requiere

para el mundo complejo e incierto que se avecina, acelerado por los cambios tecnológicos y globalizado?

Para Cobo & Moravec, (2011, pág. 22) el aprendizaje invisible:

es una llamada a construir de manera conjunta un paradigma de educación que resulte inclusivo, que no se anteponga a ningún planteamiento teórico en particular pero que ilumine áreas del conocimiento hasta ahora desatendidas. Aprendizaje invisible no pretende proponer una teoría como tal, sino una metateoría capaz de integrar diferentes ideas y perspectivas. Es por ello por lo que hemos querido denominar un protoparadigma, que se encuentra en fase beta y en plena etapa de construcción. Una especie de *work-in-progress* abierto a las contribuciones de diferentes miradas y disciplinas. Si esto fuese un software libre, este libro apenas pretendería ser el *kernel*, que luego escalará y se reinventará a medida que se sumen más y mejores ideas.

En el libro se plantean cinco ejes:

1. Las competencias no evidentes resultan invisibles en los entornos formales.
2. Las TIC se hacen invisibles
3. Las competencias adquiridas en entornos informales son invisibles.
4. Las competencias digitales resultan invisibles
5. Hay ciertas prácticas empleadas en la escuela/universidad que podrían invisibilizarse.

Entre las experiencias de aprendizaje invisible se podría mencionar las siguientes: *edupunk*, aprendizaje permanente, *edupop*, aprendizaje incidental y aprendizaje ubicuo.

En los siguientes videos [John Moravec](#) y [Cristobal Cobo](#) hablan sobre el aprendizaje invisible.

Los nativos digitales sienten atracción por todo lo relacionado con las nuevas tecnologías. Con las TICs satisfacen sus necesidades de entretenimiento, diversión, comunicación, información y, tal vez, también de formación” (García, Portillo, Romo, & Benito, 2007, pág. 2), se puede reconocer uno de los grandes desafíos pedagógicos de la sociedad actual: adaptarse a los nuevos sistemas y procesos digitales.

Uno de los países donde se ha cambiado el sistema educativo y ha ubicado al alumno como protagonista de su aprendizaje es Finlandia, Pérez & Casanovas, (2019, pág. 169) señalan que en el año 2016 todos los centros educativos del país introdujeron el método *phenomenon based learning (PhenoBL)*, las materias tradicionales son sustituidas por proyectos, existe un cambio importante porque docentes y alumnos trabajan en equipo, el maestro no tiene todo el control sino que el aprendizaje fluye considerando los conocimientos previos del alumno, construye su propio conocimiento y aprende a su ritmo de acuerdo a sus necesidades.

En España, la legislación está cambiando y han introducido un nuevo concepto que es el aprendizaje basado en proyectos (ABP). En Cataluña también ha adoptado la implementación de esta pedagogía La Fuente Martínez, (2019, pág. 2) señala que el ABP intenta fomentar competencias como el pensamiento crítico, la creatividad, el aprender a aprender, la solución de problemas complejos, etc.

José María Ruiz Ruiz, profesor de la Universidad Complutense de Madrid hace hincapié en que debe existir una preparación previa en el cuerpo docente “Han de saber cómo llevarlos a cabo: su diseño, la configuración de los grupos de trabajo... No se trata de dividir una clase de 25 alumnos en grupos de cinco, sino de que trabajen en equipo alumnos con diferentes capacidades que se complementan”, el profesor de “abrir las antenas de la observación antes de intervenir e introducir cambios” (Santodomingo, 2021)

10.1.2. Experiencias educativas en Ecuador

Se pueden trabajar proyectos educomunicacionales desde las aulas universitarias, que logren un vínculo con el sector educativo o la sociedad civil. Desde la Universidad Técnica Particular de Loja – UTPL- se han desarrollado diferentes iniciativas dentro y fuera de las aulas.

En el 2017, el proyecto de vinculación “Entre líneas” se realizó en el Centro de Infractores de Loja. Docentes, estudiantes de la UTPL trabajaron con 25 jóvenes en esta iniciativa que tenía como objetivo desarrollar de destrezas sobre lectura crítica y competencias audiovisuales. El resultado fue la creación de videos creados creativamente por los jóvenes, cuentos y la composición de una canción. (Dialoguemos, 2018)

Se han desarrollado proyectos para que estudiantes universitarios sean quienes impartan capacitaciones a adultos mayores, a estudiantes de educación básica y media, en el uso efectivo de las redes sociales, las ventajas y peligros que conlleva.

A través del proyecto Ruta Participativa que lleva adelante la Cátedra UNESCO de Cultura y Educación para la Paz de la UTPL, se han generado sinergias que permiten abordar temáticas como violencia, a través del acompañamiento de jóvenes universitarios y una metodología lúdica y participativa dispuesta en cinco estaciones,

los niños reflexionan sobre los estereotipos que ellos tienen sobre la violencia. Desde la comunicación el aporte ha sido la generación de productos educacionales como radiocuentos, campañas de sensibilización con el lema #ponlefin integradas en una página web que permitan ubicar la información del proyecto. (Mier-Sanmartín, Moreira-Aguirre, & Coronel-Salas, 2019)

Figura 22.

Página web de Ruta participativa de Salto en Salto

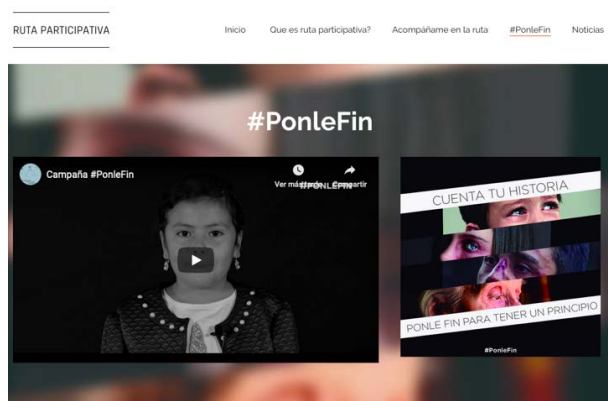


Figura 23.

Imagen del Programa Come Aventuras.



Existen otros proyectos en el país como iniciativas de UNICEF Ecuador, *Come aventuras*, un programa para niños y jóvenes que se transmite a través del programa Aprender La Tele.

La realidad mediática que viven las nuevas generaciones está marcada por el aumento constante de manipulación, fabricación de información y difusión a través de los diferentes canales tradicionales y digitales. En un mundo cada vez más mediatizado sino hay una educación en medios difícilmente se podrá discernir el empleo de los *mass media* con fines políticos.

En este sentido, existe una corresponsabilidad en la educación de la población en general. Tanto padres, como docentes y medios de comunicación eluden la competencia educativa. Los docentes no logran un vínculo efectivo con los padres de familia, estos a su vez han delegado la tarea a la escuela, escenario que fue cambiado con la pandemia, donde la familia ha tenido que ser un soporte fundamental en casa, y en muchos casos los centros educativos que se resistían a utilizar los medios de comunicación y la tecnología como parte del proceso de enseñanza-aprendizaje, han tenido que reinventarse.

Por otro lado, los entornos mediáticos construyen mensajes que llegan a tener impacto y de alguna forma aúnan en la construcción de los valores sociales y culturales. Los medios deben contribuir en la formación de una ciudadanía más crítica y respetuosa de la persona. Los prosumidores ahora tienen el poder de consumir, construir, compartir información. El consumo de contenido en diferentes pantallas, el uso de las redes sociales vuelve urgente una educación mediática efectiva, que forme parte del currículo escolar, universitario y no formal.

Educar a través de los medios debería dejar de ser sinónimo de aburrimiento. El gran reto que aún tienen los comunicadores es lograr productos que logren al mismo tiempo informar, educar y

entretener, eso va de la mano con buscar y saber contar historias positivas y de interés para la población.

Este escenario debe generar un compromiso en primera instancia desde el hogar, los padres deben involucrarse en el proceso y apoyar el uso eficiente del consumo y manejo de la información a través de las diferentes pantallas. Por otro lado, los establecimientos educativos deben estar abiertos a la actualización, renovación y desarrollo de competencias en TIC, así como encaminar a las nuevas generaciones a que realicen un verdadero análisis crítico y decodificación de contenido de los medios de comunicación, que el exceso de datos no termine en una infoxicación de información o la homogenización y deshumanización del sujeto.



Actividad de aprendizaje recomendada

Revisar conceptos y experiencias de: *edupunk*, aprendizaje permanente, *edupop*, aprendizaje incidental y aprendizaje ubicuo.

Con el material investigado realizar un escrito de no más de una página. En el mismo intente responder la pregunta que se hacen los autores ¿cómo educar para un mundo global, plano y crecientemente interconectado?

Nota: conteste las actividades en un cuaderno de apuntes o en un documento Word.

La Unidad 10 se revisa el papel de la escuela 2.0, conceptos como educación formal, no formal, invisible. Considere las lecturas recomendadas, videos y la lectura de toda la Unidad para realizar la siguiente autoevaluación.



Autoevaluación 10

Ubique una V si es verdadero o una F si es falso.

1. () Ecuador trabajó un proyecto para la continuidad de los estudios durante la pandemia llamado “Juntos Aprendemos en Casa”
2. () El objetivo de la pedagogía es la educación como un prodigio socio-cultural que permita una formación práctica al individuo.
3. () El docente es una guía que presenta las alternativas necesarias para formar las competencias digitales.
4. () Las tecnologías educativas comprenden la pizarra, la tiza, el proyecto, ordenador.
5. () La tecnología ha permitido que la educación cambie la mentalidad transmisora según el estudio realizado por Ferrés y Masanet
6. () El objetivo de la educación no formal es atender las necesidades que la escuela no ha solucionado.
7. () La educación no formal e informal son lo mismo.
8. () El aprendizaje invisible para Cristóbal Cobo es como un trabajo en progreso, siempre abierto a contribuciones y miradas diferentes

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

9. () Entre uno de los cinco ejes planteados sobre aprendizaje invisible plantean que los sistemas de evaluación en entornos formales no estimulan la posibilidad de aprender, todo lo contrario estimulan la repetición.
10. () Los entornos mediáticos son los responsables directos de la construcción de valores sociales y culturales.

[Ir al solucionario](#)

[Índice](#)

[Primer
bimestre](#)

[Segundo
bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias
bibliográficas](#)



Semana 16



Actividad de aprendizaje recomendada

Realice una búsqueda de buenas prácticas en la educación formal o no formal que fortalezcan el sistema educativo y desarrollen competencias en los estudiantes. (en cualquier parte del mundo)

Realice tres entrevistas a los siguientes actores del proceso educativo para conocer lo siguiente:

- ¿Conoce y utiliza recursos digitales que han sido integrados en el aula virtual?
- ¿Qué destrezas desarrolló a partir de la pandemia, haciendo uso de las tecnologías de información y comunicación?
- ¿Qué opinión tiene sobre el proyecto de televisión educativo “Aprendemos juntos en casa”? ¿Utiliza este material audiovisual?

Nota: conteste las actividades en un cuaderno de apuntes o en un documento Word.

[Índice](#)[Primer bimestre](#)[Segundo bimestre](#)[Solucionario](#)[Referencias bibliográficas](#)



4. Solucionario

Primer bimestre

Autoevaluación 1	
Pregunta	Respuesta
1.	c
2.	b
3.	b
4.	a
5.	V
6.	F
7.	V
8.	F
9.	F
10.	V

Ir a la
autoevaluación

Autoevaluación 2	
Pregunta	Respuesta
1.	V
2.	F
3.	F
4.	V
5.	V
6.	F
7.	F
8.	b
9.	a
10.	V

[Ir a la autoevaluación](#)

[Índice](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias bibliográficas](#)

Autoevaluación 3	
Pregunta	Respuesta
1.	F
2.	V
3.	F
4.	b
5.	b
6.	a
7.	V
8.	V
9.	V
10.	V

[Ir a la autoevaluación](#)

[Índice](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias bibliográficas](#)

Autoevaluación 4	
Pregunta	Respuesta
1.	a
2.	F
3.	F
4.	F
5.	V
6.	F
7.	V
8.	b
9.	V
10.	V

[Ir a la autoevaluación](#)

[Índice](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias bibliográficas](#)

Autoevaluación 5	
Pregunta	Respuesta
1.	V
2.	F
3.	F
4.	F
5.	F
6.	V
7.	F
8.	F
9.	V
10.	V

Ir a la
autoevaluación

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

Segundo bimestre

Autoevaluación 6	
Pregunta	Respuesta
1.	c
2.	F
3.	F
4.	F
5.	c
6.	V
7.	V
8.	F
9.	F
10.	V

[Ir a la autoevaluación](#)

[Índice](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias bibliográficas](#)

Autoevaluación 7	
Pregunta	Respuesta
1.	V
2.	F
3.	V
4.	F
5.	V
6.	V
7.	F
8.	F
9.	V
10.	V

[Ir a la autoevaluación](#)

[Índice](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias bibliográficas](#)

Autoevaluación 8	
Pregunta	Respuesta
1.	V
2.	V
3.	V
4.	F
5.	F
6.	V
7.	F
8.	F
9.	V
10.	V

Ir a la
autoevaluación

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

Autoevaluación 9	
Pregunta	Respuesta
1.	F
2.	F
3.	V
4.	c
5.	V
6.	F
7.	F
8.	F
9.	V
10.	V

[Ir a la autoevaluación](#)

[Índice](#)

[Primer bimestre](#)

[Segundo bimestre](#)

[Solucionario](#)

[Referencias bibliográficas](#)

Autoevaluación 10	
Pregunta	Respuesta
1.	V
2.	V
3.	V
4.	V
5.	F
6.	V
7.	F
8.	V
9.	V
10.	F

Ir a la
autoevaluación

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas



5. Referencias bibliográficas

Aguaded Gómez, I. (2002). *Aulas en la pantalla: presente y futuro de la tv educativa*. Huelva: Grupo Comunicar Ediciones.

Aguaded, I. (2011). La educación mediática, un movimiento internacional imparables. ONU, Europa y España apuestan por la educomunicación. *Comunicar*, 7-8.

Aguaded, I., & Martín-Pena, D. (2013). Educomunicación y radios universitarias: Panorama internacional y perspectivas futuras. *Chasqui*.

Aguaded, I., & Sánchez, J. (2010). Televisión educativa universitaria en un mundo digital. *Comunicación: estudios venezolanos de comunicación*, 37-46.

Albaladejo Ortega, S. (abril de 2017). LEGO BRICK LEARNING: Hacia un modelo de alfabetización transmediática a través del storytelling. *Tesis*. Murcia, España: Universidad Católica de Murcia.

Alcolea-Díaz, G., Reig, R., & Mancinas-Chávez, R. (2018). Juego educativo para la enseñanza aprendizaje de la Estructura de la información en la educomunicación: diseño, adaptación y aplicación. En A. Torres-Toukoumidis, & L. M. Romero-Rodríguez, *Gamificación en Iberoamérica: Experiencias desde la Comunicación y Educación* (págs. 167-189). Quito: Abya Yala.

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

- Aparici, R., & García-Marín, D. (2018). Mario Kaplún y la pedagogía de la educomunicación. En C. y. viene, *Roberto Aparici; David García-Marín*. Barcelona, España: Gedisa.
- Arenas García, G. E. (2009). ¿Puede ser la radio una herramienta pedagógica? *Revista de Investigaciones UNAD*, 211-228.
- Aula Planeta. (s/n). *Ocho videos para trabajar la alfabetización mediática*. Obtenido de <https://www.aulaplaneta.com/2017/11/13/recursos-tic/ocho-videos-trabajar-la-alfabetizacion-mediatica/>
- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Madrid: Fonde de Cultura Económica de España.
- Bawden, D. (2002). Revisión de los conceptos de alfabetización informacional y alfabetización digital. *Anales de documentación*, 361-408.
- BBVA. (21 de mayo de 2018). *BBVA Aprendamos juntos*. Obtenido de Jimmy Wales, creador de Wikipedia "Aprender cómo aprender es más importante que nunca": <https://aprendemosjuntos.elpais.com/especial/el-aprendizaje-informal-jimmy-wales/>
- Beltrán Flandoli, A., Maldonado, J. C., & Rivera, D. (2020). Storytelling para potenciar la creatividad en el aula universitaria. . *Universidad-Verdad*, 32 - 43.
- Beltrán, A. M., Rivera, D., & Maldonado, J. C. (2018). El valor de la gamificación como herramienta educativa. En A. Torres-Toukoumidis, & L. R.-R. R, *Gamificación en Iberoamérica* (págs. 97-109). Quito: Abya Yala.
- Bin, S. (6 de agosto de 2020). *Redacción*. Obtenido de Cómo se las ingenian docentes y estudiantes para enseñar y aprender a través de la radio: <https://www.redaccion.com.ar/como-se-las->

ingenian-docentes-y-estudiantes-para-enseñar-y-aprender-a-traves-de-la-radio/

- Bonete Perales, E. (. (1999). *Ética de la comunicación audiovisual*. España: Tecnos.
- Callejas, L. E., Pérez, A. M., & Rodríguez, M. (22 de Noviembre de 2014). *Slideshare.net*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/>
- CEPAL. (2020). *La educación en tiempos de la pandemia de COVID-19*. Santiago: CEPAL-UNESCO.
- Cobo, C., & Moravec, J. W. (2011). *Aprendizaje invisible: Hacia una nueva ecología*. Barcelona: Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Consani, M. A. (2017). Produção midiática em educomunicação : uma vertente a ser construída. En P. C.-M. G. Paramio-Pérez, *La educación mediática en entornos digitales. Retos y oportunidades de aprendizaje* (pág. 20). Sevilla: Egregius.
- Dialoguemos. (27 de octubre de 2018). *UTPL trabaja con jóvenes privados de la libertad*. Obtenido de <https://dialoguemos.ec/2018/10/entre-lineas-el-trabajo-conjunto-de-la-utpl-trabaja-con-jovenes-privados-de-la-libertad/>
- Diccionario etimológico castellano de Chile. (3 de enero de 2020). *Etimologías de Chile*. Obtenido de <http://etimologias.dechile.net/?educar>
- Ferrés, J. (2007). La competencia en comunicación audiovisual: dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 100-107.
- Ferrés, J. (2014). *Las pantallas y el cerebro emocional*. Barcelona: Gedisa S.a.

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

Ferrés, J., & Masanet, M.-J. (2017). La eficacia comunicativa en la educación: potencias las emociones y el relato. *Comunicar*.

Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta. *Comunicar*, 75-82.

Formación Ib. (15 de febrero de 2021). *Formacionib*. Obtenido de Pedagogía y Esperanza dos conceptos claves para la Educación Actual en tiempos de Pandemia: <http://formacionib.org/noticias/?Pedagogia-y-Esperanza-dos-conceptos-claves-para-la-Educacion-Actual-en-tiempos#>

Francisco Amat, A. (2010). ¿Por qué educar en medios? *Revista Quaderns Digitals*.

Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*. México: Siglo XXI editores.

Freire, P. (2011). *La educación como práctica de la libertad*. México: Siglo XXI editores.

Fuenzalida, V. (2000). *La televisión pública en América Latina. (Reforma o privatización)*. Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica.

García, F., Portillo, J., Romo, J., & Benito, M. (2007). Nativos digitales y modelos de aprendizaje. *Conference: Post-Proceedings del IV Simposio Pluridisciplinar sobre Diseño, Evaluación y Desarrollo de Contenidos Educativos Reutilizables, SPDECE*. Bilbao: CEUR Workshop Proceedings.

Green, M. C. (1 de Abril de 2004). *El relato de historias en la enseñanza*. Obtenido de APS Association for Psychological Science: <https://www.psychologicalscience.org/observer/storytelling-in-teaching?es=true&es=true>

Gutiérrez, E. (Noviembre de 2019). De la educación a la comunicación-educación en la cultura. Invisibilidades, saberes emergentes y metodologías en construcción. *Chasqui*(141), 365-376.

Gutiérrez, F. (4 de diciembre de 1981). Educación y medios de comunicación social. *Revista de filosofía UCR*, 147-151. Obtenido de <https://educomunicacionfacso.wordpress.com/2015/12/04/francisco-gutierrez-perez/>

Hamadache, A. (1991). La educación no formal: concepto e ilustración. *Perspectivas*, 116-130.

Hermann-Acosta, A. (2020). Storytelling y comunicación multidireccional: una estrategia formativa para la era digital. *Revista de Comunicación y Cultura*, 29-42.

Hernández, C. A. (1996). Educación y comunicación: pedagogía y cambio cultural. *Nómadas*. Obtenido de <http://nomadas.ucentral.edu.co/index.php/inicio/44-comunicacion-educacion-una-relacion-estrategica-nomadas-5/684-educacion-y-comunicacion-pedagogia-y-cambio-cultural>

Hernández-Santaolalla, V. (2018). *Los efectos de los medios de comunicación de masas*. Barcelona: UOC.

Huergo, J. (2002). *Comunicación y Educación: Ámbitos, prácticas y perspectivas*. La Plata-Argentina: Universidad de la Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación.

Iglesias Kuntz, L. (2020). Ambulante radioscopía de América Latina. *Correo de la Unesco*, 10-11.

Jenkins, H. (2008). *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica,S.A.

- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Cultura Transmedia: la creacion de contenido y valor en una cultura en red*. Barcelona: Gedisa.
- Kaci, L. (2020). *Unesco: Correo, un solo mundo, voces múltiples*. Obtenido de La radio: sonada pervivencia: <https://es.unesco.org/courier/2020-1>
- Kalman, J., Guerrero, I., & Hernández, Ó. (2015). *El profe 2.0. La construcción de actividades de aprendizaje con tecnologías de información, la comunicación y el diseño*. México: SM editores.
- Kaplún, M. (1985). *El comunicador popular*. Quito: Colección Intiyan.
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: De la Torre.
- Kaplún, M. (2010). Una pedagogía de la comunicación. En R. A. al, *Educomunicación más allá del 2.0* (págs. 41-61). Barcelona, España: Gedisa.
- Kimhennuy. (3 de enero de 2015). *No caigas en la trampa*. Obtenido de <https://nocaigasenlatrampa.wordpress.com/author/kimhennuy/>
- Klein, N. (2002). *No logo, el poder de las marcas*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- LaFuente Martínez, M. (2019). ¿Mejora el aprendizaje del alumnado mediante el trabajo por proyectos? *Fundació Jaume Bofill, Ivàlua*, 1-29. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/338335193_Mejora_el_aprendizaje_del_alumnado_mediante_el_trabajo_por_proyectos
- López Vigil, J. I. (2000). *Manuel urgente para Radialistas Apasionados*. Quito: Paulinas.

López Vigil, J. I., Cabanach, J., Rodino, María, A., González, Pedro, . . . Pinilla, H. (1984). Controversia: la educación por radio. *Chasqui*, 40-51.

López, J. O. (2008). Paulo Freire y la pedagogía del oprimido. *Revista Historia de la Educación*, 57-72.

López-Serrano, S., Manzano, S., Suárez, S., & Ruiz-Ariza, A. (2018). Diseño de un escape room o break out educativo en educación física mediante realidad aumentada. En A. Torres-Toukourmidis, & L. M. Romero-Rodríguez, *Gamificación en Iberoamérica: experiencias desde la comunicación y educación* (págs. 331-348). Quito: Abya Yala.

Manfredi Sánchez, J. L. (2008). *La televisión pública en Europa*. Madrid: Ediciones y Publicaciones Autor S.R.L.

Marín Gutiérrez, I., Velásquez Benavides, A., & Mier Sanmartín, C. (2017). ¿Aprendo solo o acompañado? Competencias mediáticas en Ecuador. En P. C.-M. En G. Paramio-Pérez, *La educación mediática en entornos digitales. Retos y oportunidades de aprendizaje*. Sevilla: Egregiu.

Martínez, J. (2015). Guía de Educomunicación. *Guía de Educomunicación*. Loja, Loja, Ecuador: EdiLoja.

Martínez-Salanova, E. (s/n). *Educomunicación*. Obtenido de <https://educomunicacion.es/didactica/0016educomunicacion.htm>

Maruri, M. (8 de agosto de 2020). *Edupasión*. Obtenido de Tele-educación. ¿Qué y para qué?: <https://edupasion.ec/blog/tele-educacion-que-y-para-que/>

McHugh, S. (2020). El podcast, la radio reinventada. *El Correo de la UNESCO*, 7-9.

- McLuhan, M. (1969). *El medio es el masaje: un inventario de efectos*. Buenos Aires: Paidós.
- McQuail, D. (1998). *La acción de los medios: los medios de comunicación y el interés público*. Argentina: Amorrortu.
- Medrano Samaniego, C. (2006). El poder educativo de la televisión. *Revista de Psicodidáctica*, 93-108.
- Medrano Samaniego, M. C. (2005). ¿Se puede favorecer el aprendizaje de valores a través de las narraciones televisivas? *Revista educación*, 245-272.
- Mier, C., Rodríguez, C., & Ortiz, F. (2019). Experiencias internacionales en políticas públicas. En D. R. (Coord), *Libro Blanco de Competencias Mediáticas* (pág. 112). Quito: Pearson.
- Mier-Sanmartín, C. (Septiembre de 2009). *La televisión en Ecuador: de la competencia comercial a la televisión pública*. Santiago de Compostela, España: Universidad Santiago de Compostela.
- Mier-Sanmartín, C. (Septiembre de 2015). *Creación y desarrollo de Ecuador TV*. Santiago de Compostela, España: Universidad Santiago de Compostela.
- Mier-Sanmartín, C. (2019). Educomunicación en la era digital, el desafío de comunicarse y aprender. *Economundo*.
- Mier-Sanmartín, C., Moreira-Aguirre, G., & Coronel-Salas, G. (2019). Educommunication as a link to a culture of peace. En ICERI, *12th annual International Conference of Education, Research and Innovation* (págs. 11237-11243). Sevilla: ICERI2019 Proceedings.
- Ministerio de Educación. (2020). *Plan educativo "COVID-19"*. Obtenido de <https://educacion.gob.ec/plan-educativo-covid-19/>

Ministerio de Educación de Ecuador. (01 de febrero de 2018). *Agenda Educativa Digital MinEduc*. Obtenido de Ministerio de Educación: <https://educacion.gob.ec/uem-en-funcionamiento/>

Ministerio de Educación del Ecuador. (2017). *Ministerio de Educación*. Obtenido de <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/11/Agenda-Educativa-Digital.pdf>

Montoya, A. (2010). Logros y desafíos de la educomunicación desde la razón y la radio popular en estas últimas tres décadas. *Revista Interacción - CEDAL*.

Morales, P. (4 de diciembre de 2015). *Educomunicacion Facso*. Obtenido de <https://educomunicacionfacso.wordpress.com/2015/12/04/francisco-gutierrez-perez/>

Morin, E. (2016). *Enseñar a vivir: manifiesto para cambiar la educación*. Barcelona: Paidós.

Narvaez-Montoya, A. (2019). Comunicación educativa, educomunicación y educación mediática: una propuesta de investigación y formación desde un enfoque culturalista. *Palabra Clave*.

Observatorio de Innovación Educativa del Tecnológico de Monterrey. (Septiembre de 2016). *Gamificación*. Obtenido de EduTrends : <https://observatorio.tec.mx/edutrendsgamificacion>

Observatorio de Innovación Educativa del Tecnológico de Monterrey. (Febrero de 2017). *Storytelling*. Obtenido de Edutrends: <https://observatorio.tec.mx/edutrends-storytelling>

Ojeda-Castañeda, G. (2005). Por un nuevo uso educativo de la radio y televisión en Iberoamérica. *Comunicar*, 87-90.

Organización Católica Latinoamericana y Caribeña de Comunicación. (2001). *Tres décadas de educomunicación en América Latina desde el Plan Deni*. Ecuador: Cámara Ecuatoriana del Libro-Núcleo Pichincha.

Orozco, G. (2008). Audiencias y pantallas en América. *Comunicar*, 10-13.

Oxford Reference. (2021). *Dictionary of Media and Communication*.
Obtenido de Subvertising : <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803100540465>

Pabón, F. (2019). El fenómeno de la contrapublicidad o subvertising. *Hologramática*, 119-151.

Parra Albarracín, G. (2000). *Bases Epistemológicas de La Educomunicación*. Quito: Abya Yala.

Pastor Homs, M. I. (2001). Orígenes y evolución del concepto de educación no formal. *Revista Española de Pedagogía*, 525-544.

Pérez Tornero, J. M. (2008). La sociedad multipantallas: retos para la alfabetización mediática1. *Comunicar*, 15-25.

Pérez, J. A., & Casanovas, J. B. (2019). El sistema educativo Finalndés y el aprendizaje invisible. *Pedagogías Emergentes en la Sociedad Digital*, 163-174.

Pincheira Muñoz, L. E. (2013). RADIO COMUNITARIA, UN ESPACIO EDUCATIVO NO FORMAL EN LA COMUNIDAD. *REXE: "Revista de Estudios y Experiencias en Educación"*, 183-193.

Pino Arboleda, M. C., & Ríos Hernández, I. N. (2018). La narrativa transmedia como herramienta de empoderamiento y cambio social de Colombia: caso Alianza BioCuenca. *KEPES*, 217-247.

Pinto, M. (2008). Información, acción, conocimiento y ciudadanía. La educación escolar como espacio de interrogación de construcción de sentido. En R. M. (Coord), *Los jóvenes y las pantallas* (págs. 137-155). Argentina: Gedisa.

Plaza, Á. (2 de mayo de 2016). *Visitante o residente digital, ¿tú cómo navegas?* Obtenido de Noticias actualidad Universidad Oberta de Catalunya: <https://www.uoc.edu/portal/es/news/actualitat/2016/086-visitante-residente-digital.html>

Portal de la educomunicación. (2001). https://educomunicacion.es/figuraspedagogia/0_mario_kaplun.htm. Obtenido de https://educomunicacion.es/figuraspedagogia/0_mario_kaplun.htm

Prieto Castillo, D. (2000). *La vida cotidiana fuente de producción radiofónica*. Quito, Ecuador: OCLACC.

Radio Negro. (8 de mayo de 2020). *Rio Negro*. Obtenido de Docentes de Mengué agudizan el ingenio para enseñar en cuarentena: <https://www.rionegro.com.ar/docentes-de-mencue-agudizan-el-ingenio-para-ensenar-a-cuarentena-1350450/>

Rivera, D., Mier, C., Rodríguez-Hidalgo, C., Andrade, L., Iriarte, M., Marín, I., . . . Torres-Toukourmid, Á. (2019). *Libro blanco de competencias mediáticas*. México: Pearson.

Rivera, D., Ugalde, C., González, C., & Salinas, G. (2016). Uso que profesores y estudiantes ecuatorianos dan a las Tecnologías de la Información y la Comunicación. *Espacios*.

Rivera-Vargas, P., & Raffaghelli, J. E. (18 de 01 de 2021). Alfabetización digital crítica en el uso de datos: un gran desafío para 2021. *Diario de la Educación*, pág. Opinión. Obtenido de <https://eldiariodelaeducacion.com/2021/01/18/>

alfabetizacion-digital-critica-en-el-uso-de-datos-un-gran-desafio-para-2021/

- Roncagliolo, R. (1997). El futuro imperfecto de la radio. *Chasqui*, 4-7.
- Rosero, M. (6 de septiembre de 2020). *Diario El Comercio*. Obtenido de La televisión, radio y fichas, opciones de educación en la pandemia: <https://www.elcomercio.com/actualidad/television-radio-fichas-opciones-educacion.html>
- Santinello, J. (2020). A Tríade Educação, Tecnologia, Comunicação: Interlocações dos Sujeitos e Desafios na Contemporaneidade Mediante Mundo Digital. En A. Versuti, C. Mier, & J. S. (Orgs.), *Comunicação, Educação e a Construção do Conhecimento* (págs. 25-48). Aveiro: Ria Editorial,.
- Santodomingo, R. (2 de febrero de 2021). *El Diario de la Educación*. Obtenido de El respaldo de la ley Celaá al aprendizaje por proyectos: <https://eldiariodelaeducacion.com/2021/02/08/el-respaldo-de-la-ley-celaa-al-aprendizaje-por-proyectos/>
- Saulius, R. S. (2016). Tesis doctoral. *Uso del relato digital (digital storytelling) en la educación. Influencia en las habilidades del alumnado y del profesorado*. España: Universidad de Alicante.
- Scarpati, E., & Ramírez, G. P. (2015). Influencia de los medios de comunicación en la condición de vida saludable: una revisión de literatura. *Acta odontológica venezolana*.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Planeta.
- Scott, C. (2015). El futuro del aprendizaje 2 ¿Qué tipo de aprendizaje se necesita en el siglo XXI? *Investigación y Prospectiva en Educación UNESCO*, 1-19.

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

Silva, V., & De Lorenzi, G. (2013). Pedagogía de los medios y pedagogía Freinet: puntos de encuentro. *Apertura*, 5(1).

Stanfor graduate school. (22 de noviembre de 2016). *Stanford researchers find students have trouble judging the credibility of information online*. Obtenido de <https://ed.stanford.edu/news/stanford-researchers-find-students-have-trouble-judging-credibility-information-online>

Telesur. (25 de junio de 2020). *Noticias Telesur*. Obtenido de ¿Cómo educar a través de radio y TV en tiempos de la Covid-19?: <https://www.telesurtv.net/news/coronavirus-educacion-distancia-radio-television-20200625-0057.html>

Terol-Bolinchesa, R., Alonso-López, N., & Pareja, A. M. (2019). La utilización del podcast como herramienta pedagógica. Caso de estudio de la asignatura Teoría y Ecología de los Medios Audiovisuales. *Congreso In-Red*, 183-197.

Tiching blog. (1 de abril de 2020). *El blog de educación y Tic*. Obtenido de El Podcast como herramienta educativa: <http://blog.tiching.com/el-podcast-herramienta-educativa/>

Tiscar. (7 de junio de 2005). *Tiscar Lara*. Obtenido de Usos educativos de la contrapublicidad: <https://tiscar.com/2005/06/07/usos-de-la-contrapublicidad/>

Tornero, M. (2017). Orígenes de la alfabetización mediática y fundamentación teórica basada. *Revista de Educación de la Universidad de Granada (REUGRA)*, , 99-116.

Torres, E. O., & González, V. (2012). *La comunicación educativa y los medios de enseñanza en la universalización*. Manta: Mar Abierto.

Torres-Toukoumidis, A., & Romero-Rodríguez, L. M. (2018). Con la información si se juega: los newsgames como narrativas

- inmersivas transmedias. En A. Torres-Toukoumidis, & L. M. Romero-Rodríguez, *Gamificación en Iberoamérica: experiencias desde la comunicación y educación* (págs. 35-53). Quito: Abya Yala.
- Tresserras, J. M. (2003). *Libro Blanco: La educación en el entorno audiovisual*. Cataluña: Quaderns del CAC.
- UNESCO. (2015). *Estrategia de educación de la UNESCO 2014-2021*. Francia: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura .
- UNESCO. (20 de octubre de 2020). Obtenido de Volver a encauzar la educación: el aprendizaje digital durante la pandemia de COVID-19: <https://es.unesco.org/news/volver-encauzar-educacion-aprendizaje-digital-durante-pandemia-covid-19>
- Velásquez, A., Mier, C., Rivera, D., & Marin, I. (2017). Entre el consumo de medios y las competencias de estudiantes universitarios ecuatorianos. *CISTI*. Lisboa: Conferencia Ibérica de Sistemas de Tecnologías de Información.
- Víctor, S. D. (2018). Roma: un juego de rol para vivenciar la vida en la República y el Imperio Romano. En A. Torres-Toukoumidis, & L. M. Romero-Rodríguez, *Gamificación en Iberoamérica: experiencias desde la comunicación y educación* (págs. 250-275). Quito: Abya Yala.
- Villalustre Martínez, L., & Del Moral Pérez, M. E. (2014). Digital storytelling: una nueva estrategia para narrar historias y adquirir competencias por parte de los futuros maestros. *Revista Complutense de Educación*, 115-132.
- Yaguana, H., & Delgado, W. (2014). *85 años de la radiodifusión en Ecuador*. Quito: Ciespal.