

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/305391499>

Media Literacy in the Education of the Faculty and Communicators

Article · July 2016

READS

26

1 author:



[Luis M Romero-Rodríguez](#)

Universidad de Huelva

22 PUBLICATIONS 25 CITATIONS

SEE PROFILE

A PUBLICATION OF THE NATIONAL TELEMEDIA COUNCIL

THE JOURNAL OF
MEDIA LITERACY

VOLUME 63, NUMBERS 1 & 2 * 2016

ACROSS CULTURES:
A Global Look at Media Literacy Education

A TRAVÉS DE LAS CULTURAS:
Una mirada global de La educación mediática

IN COLLABORATION WITH **Comunicar**

GUEST EDITORS

BELINHA DE ABREU, PH.D (USA) • IGNACIO AGUADED, PH.D (SPAIN)

THE JOURNAL OF MEDIA LITERACY

National Telemedia Council, Inc.

1922 University Avenue • Madison, WI 53726
(608) 218-1182 • NTelemedia@aol.com
www.NationalTelemediaCouncil.org

www.JournalofMediaLiteracy.org

EDITORIAL BOARD

EDITOR

Marieli Rowe

GUEST EDITOR

Belinha De Abreu

COMUNICAR EDITOR

Ignacio Aguaded

MEMBERS

Karen Ambrosh

Neil Andersen

Belinha De Abreu

Henry Jenkins

Joanna Overn

Martin Rayala

Copyright © 2016 National Telemedia Council, Inc.
Reprints by permission only. ISSN: 1944-4982

CREDITS

Visuals within each article were provided by the respective authors or are property of NTC. Some images and photographs used herein have been found on the Internet and are used here under Fair Use Guidelines and are intended for educational purposes only.

ABOUT THE JOURNAL OF MEDIA LITERACY

The Journal of Media Literacy (first published in 1953 as Better Broadcasts News and later as *Telemedium*, *The Journal of Media Literacy*) is published by the National Telemedia Council (NTC), the oldest ongoing media literacy education organization in the United States, having been founded in 1953. The editors invite special guest editors for particular issues of the *Journal*. *The Journal of Media Literacy* reflects the philosophy of NTC, which takes a positive, non-judgmental approach to media literacy education as an essential life skill for the 21st Century. The National Telemedia Council is an organization of diverse professionals interested in the field of media literacy education. NTC encourages free expression of views on all aspects of media literacy in order to encourage learning and increase growth of understanding of issues in Media Literacy. Any opinions expressed in *The Journal* or by individual members of NTC, therefore, do not necessarily represent policies or positions of the National Telemedia Council.

ACROSS CULTURES: A Global Look at Media Literacy Education A TRAVÉS DE LAS CULTURAS: Una mirada global de La educación mediática

FROM THE EDITORS

Toward a Broader Perspective through a Shared Vision

By Marieli Rowe and Karen Ambrosh 2

Cultures, Connections and Collaborations: The Journal of Media Literacy

By Belinha De Abreu, PhD. 4

Perspectives on Media Literacy

By Ignacio Aguaded, PhD. 8

Media literacy from international organizations in Europe and Latin America

By Dr. Ignacio Aguaded, Dr. Yamile Sandoval-Romero and Dr. María-M. Rodríguez-Rosell 10

Media literacy in the school curriculum

By Dr. Ana Castro, Dr. Paula Renes and Dr. Alejandra Phillippi 18

National educational policy for media literacy education: Media Arts in the Australian Curriculum

By Michael Dezuanni, PhD 28

Learning Media Literacy in Urban and Rural Schools in China

By Alice Y. L. Lee, PhD 34

Media education in Portuguese curricula

By Vitor Tomé, PhD 42

Media literacy: Good practices

By Dr. Paloma Contreras-Pulido, Dr. Laybet Colmenares and Dr. M.-Carmen Caldeiro 50

Curriculum contexts: How might context influence or inflect media literacy education?

By Neil Andersen 58

Reexamining the Early History of American Media Education & Literacy

By Ryan Goble 60

Media Literacy as a responsibility of families and teachers

By Dr. Rosa García-Ruiz, Dr. Armanda Matos and Dr. Gabriela Borges 82

Media Literacy in the Education of the Faculty and Communicators

By Dr. Jorge-Abelardo Cortés-Montalvo, Mgrter. Silvia Bacher and Dr. Luis-M. Romero-Rodríguez 92

Media Literacy and media competence:

Dimensions for analysis and implementation of educational proposals 102

By Dr. M. Amor Pérez-Rodríguez, Dr. Águeda Delgado-Ponce and Dr. Diana Rivera-Rogel

Youth-produced media: Platforms for social inclusion

By Jordi Torrent 110

Media Literacy in the Education of the Faculty and Communicators

By Dr. Jorge-Abelardo Cortés-Montalvo (Mexico)

By Mgter. Silvia Bacher (Argentina)

By Dr. Luis-M. Romero-Rodríguez (Spain)



JORGE ABELARDO CORTÉS MONTALVO Professor of the Universidad Autónoma de Chihuahua, Mexico. Ph.D. in Information Sciences, Communication and Journalism from University of Sevilla (Spain). Member of the National System of Researchers. Member of the consolidated Academical Group of Education & Communication Research UACHIH 034. Publications: articles in specialized journals, book chapters, and the books *Economía global, política y medios de comunicación* (2000) and *Educación, comunicación y cultura política: experiencias de investigación en la configuración de un Cuerpo Académico* (2004). Email: jcortes@uach.mx



LUIS M. ROMERO-RODRÍGUEZ Ph.D in Communications (Huelva University, Spain, 2014), MA in Social Communications (Almería University, Spain, 2012), Postgraduate 3-years programme in International Politics & Laws (Central University of Venezuela, 2010), BA Major Concentration in Journalism (Santa María University, Venezuela, 2007), Lawyer (Santa María University, Venezuela, 2006) and BA Major Concentration in International Relations (Concordia University, Canada, 2001). Former Dean of Continuing Education & Community Service (2006-2010) at Santa María University (Venezuela), Professor of Communication since 2006 at universities in Venezuela and Peru; and Guest Lecturer at the University of Huelva and International of Andalusia (Spain) since 2012. Email: lromero2021@gmail.com



SILVIA BACHER Master in Communication and Culture (Universidad de Buenos Aires). Bacher is one of the pioneers in developing the field of communication and education in Latin America. In her professional and academic field, she has specialized in the interacting areas of culture, education and communication. She is the head of the Las Otras Voces. Comunicación para la Democracia NGO (www.lasotrasvoces.org.ar). She is a member of the Advisory Council on Audiovisual Communication and Childhood (Argentina). She is also member of the International Scientific Committee Reviewers of "Comunicar". Coordinates Alfamed in Argentina, the Euro-American inter-university research network on media literacy for citizenship. She is

author of *Tatoo by the media. Dilemmas of education in the digital age* (Paidós) and *Dialogues between communication and education* (UNESCO).

The communication media are currently going through a stage of transformation. This is not just a change of platforms to computers and other devices, but a change in the way the communication system works, which also means that it is modifying the models of public access to information and journalism practice. Media literacy is one of the key concepts which the new generation has in terms of their access to a full citizenship education. None-

theless, besides the fact that interactive connectivity is overloaded with screens and also the state distributes thousands of tablets and netbooks in schools, the education of the teachers and communicators still falls behind. There have been different proposals in several Latin-American countries that have accelerated the education initiatives and the development of the media competence. These affect the academic syllabus in a way that leaves behind the education of the commu-

Alfabetización mediática en la formación del profesorado y comunicadores

Por Dr. Jorge-Abelardo Cortés-Montalvo (México)

Por Mgter. Silvia Bacher (Argentina)

Por Dr. Luis-M. Romero-Rodríguez (España)

Los medios de comunicación se encuentran actualmente atravesando una etapa de mediamorfosis, la cual no solamente significa un cambio de plataformas hacia las pantallas de ordenadores y otros dispositivos, sino un cambio de paradigma en el ecosistema comunicativo, modificando los modelos tanto en cuanto al acceso público a la información, como del ejercicio del periodismo. La alfabetización mediática es una de las claves para que las nuevas generaciones tengan acceso a una ciudadanía plena. Sin embargo, a pesar de que la conectividad interactiva se ha saturado de pantallas y desde el estado se distribuyen en las escuelas millones de tablets y netbooks, las políticas de formación de docentes y de comunicadores enfrentan aún muchos rezagos. Distintas propuestas en varios países latinoamericanos han generado la aceleración de iniciativas de formación y desarrollo de la competencia mediática, que impactan a los currículos académicos en un espectro que rebasa la formación de comunicadores y periodistas. El presente artículo propone presentar algunas claves que pueden, en sus inicios, mostrar un camino para la visibilización y el abordaje de estas urgencias.

1. Introducción

En América Latina y el Caribe hay aproximadamente 117 millones de niños, niñas y adolescentes en edad de asistir a la escuela. Sin embargo, según datos de UNICEF, 6,5 millones de ellos no asisten y 15,6 millones concurren a ella arrastrando fracasos y señales de desigualdad expresadas en dos o más años de desfase grado-edad o rezago escolar.¹ En América Latina la mayoría de los países, cuenta con un alto grado de penetración de las TIC. Según proyecciones del Banco Interamericano de Desarrollo el número de escolares cubiertos por programas de modelo 1 a 1 alcanzará, en

América Latina, a más de 43 millones en 2015.

Las tecnologías pronostican la progresiva desaparición de las restricciones de espacio y de tiempo en la enseñanza y la adopción de un modelo de aprendizaje más centrado en el estudiante. Los ambientes de aprendizaje tecnológicos son eficaces, cómodos y motivantes, y pueden ser preocupantes para aquellos que no hayan incursionado como usuarios en ellas y/o que no las manejen con propiedad. Este ambiente de aprendizaje es activo, responsable, constructivo, intencional, complejo, contextual, participativo, interactivo y reflexivo (Kustcher y St.-Pierre, 2001), lo que permite, para el que interactúe con ellas la posibilidad de obtener ventajas, pero también pueden tener desventajas por mal uso o por descontextualización.

En general las pantallas llegan a través de la implementación de política de inclusión digital que buscan integrarlas a las aulas y, desde allí, a los hogares. Programas como Conectar Igualdad en Argentina, el Plan Ceibal en Uruguay, Computadoras para Educar, en Colombia, o el Servicio de Aula Base Telemática en México, entre otros.

En tanto las TIC llegan a las aulas, la formación de profesionales de la educación y de la comunicación se demora. Y cuando llega, la capacitación suele estar concebida en términos de accesibilidad y manipulación de los dispositivos tecnológicos. Sin embargo, para que los desafíos de las sociedades en relación a la construcción de ciudadanía avancen, es urgente la formación de docentes y comunicadores desde una perspectiva que conciba la comunicación como derecho. Es necesario señalar que, mientras millones de niños van a la escuela tal como la conocemos, otros millones sólo acceden a las TIC que se constituyen en 'la escuela de las pantallas' donde no existe conciencia de la educación que desde allí se imparte. La

nicators and journalists. This article sets out some key cases in their beginning stage that can show a way in order to deal with these urgencies.

1. Introduction

In Latin America and the Caribbean, there are approximately 117 million boys, girls, and teenagers old enough to go to school. But according to UNICEF data, 6.5 million of them do not go to school and 15.6 million of them go, but they have problems of inequality because they have been lagging behind and are no longer with kids of their age (<http://goo.gl/jZ1TnB>). In Latin America, most of the countries have a high scale of introduction of the IT. According to the projects of the Inter-American Development Bank, the number of students covered by model programs 1 on 1 in Latin America reached more than 43 million in 2015.

Technology predicts the progressive disappearance of space and time restrictions in education and the implementation of a learning model that is more centered on the student. The technological learning environments are effective, comfortable, and encouraging. However, they can be a concern for those who have not used them or the ones that do not manipulate them properly. This learning environment is active, responsible, constructive, intentional, complex, contextual, participatory, interactive, and thoughtful (Kustcher and St.-Pierre, 2001). It allows the user both the possible obtaining of benefits and the disadvantages due to misuse or decontextualization (isolation).

Generally, the use of the screen is generated through the implementation of policies of digital inclusion, which seek to integrate these to the classrooms and from there, to their homes. These include programs such as “Conectar Igualdad” in Argentina, “Plan Ceibal” in Uruguay, “Computadoras para Educar” in Colombia, or the “Servicio de Aula Base Telemática” in Mexico, etc.

While IT gets to the classroom, the training of professionals in education and communication is lagging. And when it comes, this is just about accessibility and handling of the technological devices. However, based on the challenges of the society to promote citizenship, it is urgent to educate the teachers and communicators from a perspective that understands communication as a right. Therefore, it is necessary to point out that even if millions of kids go to school as

we know it, there are other millions that can just access the IT and that are instructed in using the “screens” school where there is no conscience of education that comes from there. The education of communicators and teachers, used for children and teenagers, has to keep in mind that it educates. Therefore, it has to guarantee rights, respect diversity, recover their voices, and promote their participation.

2. The Argentina Case

In Argentina,¹ the technology with stronger presence in households is the television, then the cellphone (almost 8 out of 10 use one). In addition, almost 7 out of 10 people use a computer or the Internet.

After a large debate, that included great opposition in 2009, the “Law for audiovisual *communication services*”, (N° 26.522) became effective. In this article, the complexity of the storyline of interests and tensions that the implementation of this norm in political and economic terms entailed is not going to be the focus of attention, rather the focus on the progress in the education of journalists, communicators and producers. Thus, this is about the perspective of rights, regarding children and teenagers.

The Law N° 26.522 creates the CONACAI, (Audiovisual Communication and Childhood Advisory Council) and the Office of the News Ombudsmen. Both of these institutions coordinate efforts to publish and encourage the compliance of the communication rights of children and teenagers, and therefore the education of journalists, communicators and teachers cannot be put off.

The CONACAI has a multidisciplinary, pluralist, and federal scope. Its members perform ad honorem and they are recognized specialists and organizations regarding childhood, adolescence, and infancy.² Amongst its functions, they are able to elaborate proposals to improve quality of the list of programs for boys, girls, and teenagers. Also, they produce a Program of Education in Critical Reception of Media and Information Technology; and finally, promote the creation of competitive funds to improve the quality of audiovisual production for children. In the case of the Office of the News Ombudsmen, it represents the interests of spectators and directs their complaints.

Both agencies, the CONACAI and Office of the News Ombudsmen, produce training materials and

formación de comunicadores y educadores, pensada en términos de infancia y de juventud, debe tener en cuenta que educa y, por lo tanto, garantizar sus derechos, respetar la diversidad, recuperar sus voces, promover su participación.

2. El caso Argentina

En Argentina² la tecnología con mayor presencia en hogares es la televisión, seguida por el teléfono móvil (casi 8 de cada 10 emplean celular) y casi 7 de cada 10 personas utilizan computadora o Internet.

Tras un amplio debate, que incluyó grandes resistencias, en 2009 se promulgó La *Ley de servicios de comunicación audiovisual* (Nº 26.522). No nos abocaremos en este artículo a la compleja trama de intereses y tensiones que conllevó la aplicación de esta norma en términos políticos y económicos sino que focalizaremos en los avances que -a partir de esta ley- se han producido en la formación de comunicadores y productores con una perspectiva de derechos en términos de infancia y juventud en los últimos años.

La Ley Nº 26.522 crea el *Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia* (CONACAI) y la *Defensoría del Público* ambos organismos coordinan esfuerzos para dar a conocer e impulsar el cumplimiento de los derechos comunicacionales de la infancia y la adolescencia para lo cual resulta impostergable la formación de comunicadores y docentes.

El CONACAI es un ámbito multidisciplinario, pluralista y federal, sus miembros se desempeñan *ad honorem* y son reconocidos especialistas y organizaciones en el ámbito de la adolescencia, infancia y niñez.³ Entre sus funciones, les cabe elaborar propuestas para mejorar la calidad de la programación dirigida a los niños, niñas y adolescentes. Producir un Programa de Formación en Recepción Crítica de Medios y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Finalmente, promover la creación de fondos concursables para la mejora de la calidad de la producción audiovisual para la infancia. En el caso de la Defensoría del Público, representa los intereses de los espectadores y canaliza reclamos.

Ambos organismos, el CONACAI y la Defensoría del Público, producen materiales de capacitación y llevan adelante capacitaciones, conferencias, encuentros para comunicadores, productores,

publicistas y profesores. El objetivo es que se reconozcan como actores con responsabilidad social y desde ese lugar, lleven adelante prácticas periodísticas y de ficción de manera respetuosa de los derechos de la infancia y la adolescencia. Hasta el momento CONACAI ha elaborado diferentes documentos, entre ellos, *Los Criterios de calidad para la producción audiovisual y los Criterios para el tratamiento de la infancia y la adolescencia en las noticias*. La Defensoría, por su parte, ha producido, entre otros materiales, la publicación *Herramientas para estudiantes y profesionales de la comunicación. Por una comunicación democrática de la niñez y la adolescencia*. UNICEF ha sido un aliado en estos temas.

Uno de los grandes desafíos de las sociedades es que los comunicadores comprendan su responsabilidad por abogar por los derechos comunicacionales de la infancia. En sociedades construidas fundamentalmente por intereses y perspectivas de adultos, no sorprende que la comunicación periodística tienda a reproducir y amplificar la discriminación que sufren a diario niñas, niños y adolescentes (generalmente los pobres o perteneciente a minorías).

En los medios masivos ni sus voces ni sus opiniones encuentran espacio. Por ello resulta impostergable que los comunicadores y las audiencias se capaciten, conozcan los derechos que corresponden a los más jóvenes. La formación debe incluir la urgencia de consultar voces diversas de los más jóvenes (mujeres y varones, con y sin discapacidad, perteneciente a minorías étnicas, perspectiva de género, entre otras). Esto es indispensable para que la comunicación aporte a construir democracias en la que haya espacio para todos los ciudadanos.

3. El caso de México

Hoy por hoy, el discurso del sistema educativo mexicano está sustentado en la noción de competencias y saberes de integración, los cuales se dirigen a los conocimientos socialmente productivos: "aquellos que se relacionan con el trabajo, la educación y la participación democrática. La consciencia del lugar que se ocupa de la estructura, propicia saberes de trabajo que transforman el modo de vida y se vinculan

have trainings, conferences, meetings with journalists, communicators, producers, publicists, and professors. The objective is that they are recognized like actors with social responsibility. Consequently, acting as such, they undertake journalistic and fiction practices in a respectful manner of children's and teenagers' rights. Up

...contemporary education encourages multimedia language learning to acquire the communicative competence in its entire scope and technological and digital dimensions...

until now, CONACAI has produced different papers, among them are, "Los criterios de calidad para la producción audiovisual" and "Criterios para el tratamiento de la infancia y la adolescencia en las noticias". Office of the News Ombudsmen, has produced, among other materials, the publication "Herramientas para estudiantes y profesionales de la comunicación. Por una comunicación democrática de la niñez ya la adolescencia". Also, UNICEF has been an ally regarding these topics.

One of the main challenges in society is that communicators may understand the responsibility to intercede for the communication rights of children. In societies built fundamentally with interests and perspectives of adults, it is not surprising that journalistic communication tends to express and amplify discrimination that affects boys, girls, and teenagers on a daily basis (generally the poor or minorities).

In the mass media, their voices and opinions can seem fit. That is why communicators and audiences' training cannot be put off. Thus, they also have to know the rights that apply to the youngest. The education has to include the urgency of checking the different voices of the youngest (women and men, with or without disabilities, the ones who are part of ethnic minorities, gender perspective, among others). This is essential so the communication contributes to building of a democracy in which every kind of citizen can fit.

The Audiovisual Communication and Childhood Advisory Council produced training materials for journalists.

3. Mexico's Case

Today, Mexico's educational system functions with competences and integration factors, and these are di-

rected to socially productive knowledge: "Those that are related to work, education and democratic participation. The consciousness of the place that it occupies in the structure promotes working knowledge that transforms the way of living and is linked with the economic, political and cultural system, and also with the possibility to create the material and symbolic base to deal with the concrete needs and define particular interactions" (Gómez and Hamui, 2009, pp. 12-14)

In this regard, contemporary education encourages multimedia language learning to acquire the communicative competence in its entire scope and technological and digital dimensions. In this way, through all the stages of the syllabus from childhood education to university studies, the notion of communication as an individual, group, and social activity would be present.

Nevertheless, it does not have an impact on its media and audiovisual dimension, like an expressive and substantial key to the world in which we live in, regardless of the basis or technology in which it is represented.

According to UNESCO (AMI, 2012), media education must encourage users to develop a critical conscience. In order to achieve this, the educational programs thus include from the analysis of content of media messages, the usage of the instruments of creative expression, as well as the usage of the channels of active participation. The access to every kind of messages with no obstacles is accepted fact. Therefore, the ability to strengthen the analysis and consideration as filter mechanisms and critical defense in the presence of the informative super saturation and the "infopolution" is necessary (Desantes, 2004).

As a consequence, educators must be sufficiently prepared to:

- 1) Incorporate the students in the educational processes oriented to media literacy.
- 2) Contribute with students of all levels to the development of learning techniques that promote the use of the sources of information and its resources.
- 3) Improve the students' abilities in the use of Information Technology and Communication for the research, detec-

con el sistema económico, político y cultural, así como con la posibilidad de crear la base material y simbólica para atender necesidades concretas y conformar interacciones particulares” (Gómez & Hamui 2009, pp. 12-14).

En este tenor, la educación contemporánea fomenta el aprendizaje del lenguaje multimedia para adquirir la competencia comunicativa en sus ámbitos y dimensiones tecnológicas y digitales, de este modo, en todas las etapas del currículo, desde la educación infantil hasta los estudios universitarios, está presente la noción de la comunicación como habilidad individual, grupal y también social. No obstante, no se incide directamente en su dimensión mediática y audiovisual, como una clave expresiva sustancial del mundo que habitamos, independientemente del soporte o tecnología en el que esté representado. El siguiente cuadro puede dar una idea de la dieta mediática de los mexicanos.

Según la UNESCO (AMI 2012), la educación en medios debe favorecer la creación de una conciencia crítica de los usuarios. Para ello, se propugna que los programas educativos abarquen desde el análisis de contenido de los mensajes mediáticos hasta la utilización de los instrumentos de expresión creadora, sin dejar de lado la utilización de los canales de participación activa. El acceso a todo tipo de mensajes sin barreras espacio-temporales es un hecho, pero hay que potenciar el análisis y la reflexión como mecanismos de filtro y defensa crítica ante la sobresaturación informativa y la “infopolución” (Desantes, 2004). En consecuencia los profesores deben estar suficientemente habilitados para:

- Incorporar a los estudiantes en los procesos educativos orientados a la alfabetización mediática.
- Contribuir con estudiantes de todos los niveles para el desarrollo de técnicas de aprendizaje que fomenten el aprovechamiento de las fuentes de información y sus recursos
- Mejorar las habilidades de los estudiantes en la utilización de las Tecnologías de Información y Comunicación en la búsqueda, detección, selección y procesamiento de información mediática

útil para la solución de problemas y para su utilización como instrumento cognitivo, así como promover la generación y difusión de mensajes propios.

Sin embargo, a pesar de que en algunas universidades y centros educativos mexicanos profesores e investigadores han brindado importantes aportaciones al estudio y desarrollo del alfabetismo mediático, no existe a la fecha un plan lo suficientemente consistente para lograr su difusión y aplicación a nivel nacional. Tampoco se ha logrado el empuje por parte de educadores, comunicólogos, periodistas y promotores culturales para que se abra el debate en torno a su importancia y su decidida inclusión, como dominios de competencia genéricos y transversales, en las currícula académicas de los programas educativos en México. Este asunto ni siquiera ocupa un lugar en la agenda nacional. No parece, hasta ahora, ser importante para una estructura de poder basada en la administración de la pobreza, ocuparse de incorporar una alfabetización mediática crítica en el sistema educativo.

4. Educación mediática en los comunicadores

El ecosistema comunicativo actual, caracterizado por la masificación del uso de Internet y sus ingentes plataformas, aunado a la disminución de costos de los dispositivos móviles y las conexiones a la Red, han sido factores determinantes para la modificación de hábitos de consumo de medios tendientes a la infoxicación, la hiperconexión y la sobresaturación informativa. Estamos en un entorno digital en el que los canales de información convencionales (prensa, radio, televisión) atraviesan una dinámica de mediamorfosis en la que buscan su supervivencia compitiendo con las interfaces digitales caracterizadas éstas últimas por el imperio del entretenimiento, la velocidad del ciclo informativo, la superficialidad del tratamiento de las informaciones y la viralidad.

Atrás están quedando los tiempos en el que nos referimos a la «brecha digital» como una limitante de acceso a Internet por razones económicas, geográficas o de competencias digitales. La Red se ha convertido paulatinamente en la plataforma omnipresente por excelencia y los medios convencionales se han tenido que adaptar a sus características técnicas y

tion, selection, and processing of the useful media information to solve problems and to its usage as a cognitive instrument, and in the same way to promote the creating and broadcasting of their own messages.

However, while some universities and schools, Mexican professors and researchers have made important contributions to the study and development of the media literacy. There is no plan today that is consistent enough to accomplish a dissemination and application at a national level. The initiative of teachers,

The initiative of teachers, communication theorists, journalists, and developers to open a debate regarding the importance of media education, and to include these domains in the academic syllabus of the educational program in Mexico, has not been accomplished to date.

communication theorists, journalists, and developers to open a debate regarding the importance of media education, and to include these domains in the academic syllabus of the educational program in Mexico, has not been accomplished to date. This matter is not even regarded as important in the national agenda. It does not seem important, so far, for a power structure based on the administration of poverty, to handle the incorporation of critical media literacy in the educational system.

4. Media Education in Communicators

The current communications environment, characterized by the widespread growth of the use of the Internet and its enormous platforms, combined with the decrease of the costs of mobile devices and network connections, have been determining factors for the alteration of consumption habits of media that tend to “intoxicate”, and tend to have “hyperconnection” and informative supersaturation. We are in a digital environment in which the conventional information channels (press, radio, television) are going through a transformation in which they are looking for survival by competing with the digital interfaces characterized by having the empire of entertainment by their side,

the speed of the information cycle, the superficiality of information treatment, and “viralness”.

The times when we used to refer to the “digital gap” as a restriction to access to the Internet due to digital competences problems or economic and geographic reasons, are left behind now. The Network has gradually become the omnipresent platform and the conventional media have had to adapt to its technical and discursive characteristics, in which the current notion reigns but also in which advertising success is determined by web traffic and the average amount of clicks. This was done so that they can invest in advertising space, which forces the media rivalry to start laying their foundations on sensationalism.

Professors in fields like communication, journalism, and information science are not unaware of this situation. The profession is leading towards an informative trivialization because the environment does it and even if the universities try to maintain their syllabus intact, the professional pragmatics and the commercial-informative dynamic are aimed at benefitting the interest of the audience by the pseudo-information beyond what the gatekeepers themselves consider about the news relevance. Through this way, a new model of communicators leading to a no-information journalism, appear.

The situation gets even more complex with a society that tends to “prosume”, produce and consume, in which not only the audience has the recipient’s role, but that they also become creators and broadcasters of the contents they consider –maybe in a wrong way– useful or interesting for their social environment. Thus, all this transforms the journalist into a professional that competes every day more in a vague, scattered, and chaotic manner.

It is a need also, to understand that the actual journalism students and students from majors that are alike belong to the “Generation Z”, that they were born in the 90’s and the new millennium. This refers to a group of people that has adopted technology immediately and that grew up shaping the communication environment in which we live. Hence, they are immersed in this communication dynamic. Even in some cases, they do not know other ways to practice their profession than their own struggle for audience’s interest that is produced by the transformation of the media, which gradually leads to the deficiency of the

discursivas, en la que impera la noción de actualidad pero también en un medio en el que los anunciantes se rigen por el tráfico web y la tasa de clics promedio para invertir en espacios publicitarios, lo que obliga a que la competencia inter-*media* se fundamente en el sensacionalismo.

Los profesores de campos como la comunicación, el periodismo y las ciencias de la información no están ajenos a esta situación. La profesión se está dirigiendo hacia la banalización informativa porque el ecosistema lo hace y, aunque las universidades intenten mantener sus programas académicos intactos, la pragmática profesional y la dinámica comercial-informativa están encaminada a beneficiar el interés de la audiencia por la pseudo-información por encima de lo que consideren los mismos gatekeepers sobre la relevancia noticiosa, apareciendo así un nuevo modelo de comunicadores encaminados hacia el periodismo de la no-información.

Esta dinámica no es culpa de los medios, de Internet, ni de los periodistas o creadores de contenidos digitales. Es la propia audiencia, como cliente informativo, la que funge como víctima propiciatoria de su propia desinformación; es un vicio de carencias de alfabetización mediática que viene desde la formación inicial de las sociedades, de ausencia de capacidad crítica sobre la información que reciben y de hábitos de consumo de medios en el que prima la sobresaturación de pseudo-informaciones.

La situación se complejiza aún más con una sociedad tendiente al prosumo, en la que no solamente la audiencia toma un papel de receptor, sino que se convierte en creadora y *broadcaster* de los contenidos que consideren –quizás erróneamente– de utilidad o interés para su entorno social, lo que transforma al periodista en un profesional que compite cada día más en un entorno difuso, descentralizado y entrópico.

Es menester también comprender que los actuales estudiantes de periodismo y carreras afines pertenecen a la «Generación Z», nacidos entre la década de los 90 y del nuevo milenio, cohorte que ha adoptado la tecnología a primera instancia, que ha crecido dándole forma al ecosistema comunicacional en el que vivimos, por lo que también se encuentran inmersos en esta dinámica comunicacional e incluso, en algunos casos, ni siquiera conocen otras formas del ejercicio de su profesión que la propia batalla por el

interés de la audiencia producto de la mediamorfosis ergo déficit paulatino de la calidad del producto informativo que ejemplifican en su interacción con los medios.

En un estudio realizado por Romero-Rodríguez & Aguaded (2015) a estudiantes de periodismo en Colombia, Perú y Venezuela, los autores concluyeron que 8 de cada 10 encuestados consideran que deben existir actividades educativas sobre el correcto uso de los contenidos de las redes, aun cuando en su mayoría aseguran haber obtenido sus competencias mediáticas de manera autodidacta por el propio uso de Internet y las redes sociales. Los estudiantes manifestaron, en el estudio en referencia, su desconocimiento acerca de herramientas educ comunicativas y de competencias mediáticas, digitales e informacionales para enfrentarse a los medios (convencionales y digitales) con responsabilidad y capacidad crítica y analítica, haciendo énfasis que la educación en medios debe estar presente desde edad temprana en los currícula de educación inicial y primaria. ❁

quality of the informative product that they exemplify in their media interaction.

In a study developed by Romero-Rodríguez & Aguaded (2015) to journalism students in Colombia, Peru and Venezuela, the authors concluded that 8 out of 10 of the interviewed students consider that there should be educational activities about the proper usage of the networks. Thus, this is even if most of them claim they gained their media competences by themselves using the Internet and the social networks. The students expressed, in the study, their lack of knowledge about educational and communicative tools and the media, digital and informational competences to face the media (conventional and digital) with responsibility and analytical and critical abilities, making an emphasis that media education must be present since early age in the syllabus of the initial and elementary education. ❖

REFERENCIAS

- Bacher, S. (2009). *Tatuados por los medios*. Buenos Aires: Paidós
- Desantes-Guanter, J.M. (2004). *Derecho a la información. Materiales para un sistema de la comunicación*. Valencia: Fundación COSO.
- Gómez-Sollano, M. & Hamui-Sutton L. (2009). *Saberes de integración y educación. Aportaciones teóricas al debate*. UNAM, México.
- Kustcher N., & St.-Pierre A., (2001). *Pedagogía e Internet Aprovechamiento de las nuevas tecnologías*. México DF: Trillas
- Loreti, D. (1999). *El derecho a la información relación entre medios, público y periodistas*. Buenos Aires, Paidós.
- Romero-Rodríguez, L.M., & Aguaded, I. (2015). Hábitos de consumo informativo y competencias digitales de estudiantes de periodismo de Colombia, Perú y Venezuela. *Convergencia*, 70(22).
- UNESCO (2011). *Alfabetización Mediática e Informativa*, Currículum para Profesores. <http://goo.gl/42HbE1>

¹National Survey on Access and use of information and communications technology -ENTIC- 2015.

²Silvia Bacher is CONACAI Councillor representing the NGO other voices. Communication for Democracy.