

di a Logos DE LA COMUNICACIÓN

www.dialogosfelafacs.net

EDICIÓN 93

Comunicación y Educación en la Era Digital

Coordinador del número

Dr. Francisco Albarello

falbarello@austral.edu.ar

Número de contacto:

Tel: (5411) 5239-8000 Int. 8110-8112

Universidad / institución:

Facultad de Comunicación

Universidad Austral de Argentina

Francisco Albarello es Doctor en Comunicación Social por la Universidad Austral, y se desempeña como profesor investigador en la Universidad Austral y en la Universidad Nacional de San Martín, en la Argentina. Es docente de grado y posgrado, y su línea de investigación está relacionada con la lectura y el consumo en las pantallas, las narrativas transmedia, la ecología de los medios y la

relación entre comunicación y educación. Ha publicado libros y artículos sobre esa temática y es editor asociado de la revista académica *Austral Comunicación*.

1. COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN EN LA ERA DIGITAL

Introducción

La fuerte innovación tecnológica que atravesamos desde las últimas décadas del siglo XX nos encuentra ante un cambio de paradigma comunicacional, en el cual se hace necesario actualizar los esquemas de problematización y reflexión acerca de los medios, la tecnología y su relación con la cultura.

El número monográfico “Comunicación y Educación en la Era Digital” se refiere a un campo de estudio que, hasta el momento, esta revista no había abordado de lleno: el de las fuertes transformaciones sociales, culturales, educativas e individuales que están provocando las tecnologías digitales, así como también cómo estas tecnologías van tomando forma a partir de las apropiaciones concretas que llevan adelante los usuarios.

La pertinencia de este monográfico tiene que ver con la generación de un espacio para aprender, investigar e intercambiar experiencias sobre la enseñanza y el aprendizaje en el ecosistema digital, lo cual permitirá aventurar hipótesis y proyectar posibles escenarios futuros.

2. OBJETIVOS DE LA EDICIÓN

El presente número de *Diálogos de la Comunicación* se propone los siguientes objetivos:

- Reflexionar sobre las diversas posibilidades que abren los medios y las tecnologías para la educación.
- Proveer elementos teórico-prácticos para desarrollar una didáctica de la comunicación social a fin de responder a la siguiente pregunta: ¿cómo enseñar a los comunicadores del siglo XXI?
- Describir el estado de la cuestión del cruce entre educación y comunicación, desde una perspectiva latinoamericana.
- Definir, caracterizar y problematizar el concepto “alfabetización” en el marco de la convergencia digital.

3. JUSTIFICACIÓN DE LA TEMÁTICA

Como nos ha enseñado la historia de los medios de comunicación, la irrupción de toda nueva tecnología genera posiciones encontradas, resistencias e idealizaciones sobre sus alcances, posibilidades y efectos. La clásica antinomia *apocalípticos/integrados* acuñada por Umberto Eco en los años sesenta, lejos de ser superada, ha resurgido nuevamente a la luz del fenómeno digital. En la segunda década del nuevo siglo, cuando ya pasó la fase novedosa del cambio de paradigma de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, nos encontramos reflexionando sobre los posibles efectos que tienen estas tecnologías, en sus implicancias contradictorias y complejas y en nuevos marcos conceptuales para comprenderlas.

La ecología de los medios, recuperada en los últimos años por haber explicado en buena parte la complejidad de las transformaciones sociales y tecnológicas que estamos viviendo en el presente, hoy protagoniza un cruce inesperado con los estudios de las neurociencias que parecen respaldar sus planteos sobre las transformaciones perceptuales que produce el uso de los medios. Estas transformaciones no solo se limitan al modo en que nos relacionamos con la información o con los contenidos mediáticos, sino que hacen a la construcción de la identidad y a las formas de socialización, fenómeno que se ve claramente en el crecimiento diversificado de las redes sociales.

¿Cuál puede ser el aporte de la educación en este nuevo escenario? Lejos de cualquier mirada nostálgica que pretenda restablecer el rol central y homogeneizador del sistema educativo en la sociedad, este nuevo entorno, modificado por los medios, atraviesa una diversificación de las fuentes, una relegitimación del saber y, sobre todo, una desintermediación en la construcción del conocimiento. Éste discurre a través de las redes, se encarna en algoritmos de *software* de los buscadores, repositorios y aplicaciones, y promueve el surgimiento de nuevos actores que producen conocimiento de modo innovador.

Lo llamativo de este proceso de desintermediación es que afecta de modo similar a los docentes y a los periodistas como agentes protagónicos de información y conocimiento. En cambio, los *youtubers*, los MOOCS, o las comunidades de fans que se conectan en red, son algunos de los fenómenos que dan cuenta de un nuevo modo de producir, compartir y consumir información; pero a la vez son una muestra de cómo circula el conocimiento. *Aprendizaje invisible*, *aprendizaje ubicuo*, la *enseñanza de la programación*, todas estas propuestas hablan de los nuevos aspectos que adquiere la alfabetización digital. Precisamente, en una década que es escenario de fuertes políticas públicas de inclusión digital y educativa –como el caso del modelo 1 a 1 o el de las aulas digitales móviles-, reflexionar sobre los efectos reales de esas políticas en las formas de enseñar y aprender resulta de capital importancia.

La convergencia digital, en sus dimensiones tecnológica y cultural, también es escenario de nuevas formas de narrar y de consumir historias. Las narrativas transmedia, nacidas a la luz de las grandes franquicias de Hollywood, se van extendiendo a lo largo del todo el universo narrativo de las industrias del entretenimiento, y presentan grandes desafíos y oportunidades para su aprovechamiento educativo.

Los relatos de ficción y también los documentales encuentran en la transmedia la posibilidad de expandirse en diversos medios y plataformas y enriquecer así su universo narrativo con la participación activa de los consumidores, quienes no solamente pueden reconstruir esas historias, a través de su recorrido interactivo por las diversas extensiones narrativas, sino que pueden crear sus propios relatos alrededor de ellas. No es raro entonces encontrarnos con la necesidad de hablar de una *transmedia literacy* que suceda, de alguna manera a la tradicional *media literacy*. La alfabetización mediática, educación para los medios, o *educomunicación*, como se la sigue llamando en el ámbito latinoamericano, encuentra en esta multiplicación de medios y plataformas, una oportunidad de reinventarse. Pero esa reinención no debe pensarse teniendo en cuenta solamente el aspecto tecnológico: el instrumentalismo o las posiciones tecnocráticas han significado siempre un peligro enorme para la educación en medios. En cambio, debemos prestar principal atención a las *mediaciones* que hacen los usuarios, recuperando aquel planteo de Jesús Martín Barbero de los años ochenta. Estas mediaciones tienen lugar hoy en una multiplicación de dispositivos y pantallas. Si antes no podíamos ocultar nuestra perplejidad ante el consumo

multitarea, hoy ese consumo no solamente se hace a través de múltiples medios, sino que además, el usuario busca una coherencia para entender el mundo narrativo. ¿Cómo consumen noticias hoy los jóvenes que asisten a la universidad? ¿Cómo debemos enseñar teniendo en cuenta que cada medio puede aprovechar su especificidad para construir una especie de sinfonía mediática global en la que todo debe sonar armónico para que el mensaje llegue a las audiencias?

Y son precisamente las audiencias las que más han cambiado. Tal vez nos encontremos distraídos observando, muchas veces como testigos inmóviles, el acelerado cambio tecnológico, dejando el terreno libre al mercado para que moldee las mentes de los usuarios sin mediar desde la educación. Pero perdemos de vista la fuerte transformación en los modos de consumir historias. Las audiencias, hoy, se construyen en las redes, a través de conversaciones. El contenido ha dejado de ser el rey para integrarse a conversaciones que suceden, en tiempo real, en dispositivos móviles, tecnologías relacionales que conectan a los usuarios a partir de intereses en común, que producen, remezclan y comparten contenido; y todo gracias a una interfaz de *software* que conecta todo con todo.

Parafraseando a McLuhan, hoy podemos decir que *el software es el mensaje*. Si el *software* es transversal a todos los medios, recreados por las interfaces digitales, la educación para los medios más que nunca debe ser transversal, debe ser transmedia, debe ser el código del código, debe intentar explicar cómo se construyen los relatos, cómo se los consume y cómo se transforman los contenidos mediáticos que viajan de un dispositivo a otro.

Nos espera un gran desafío: una articulación entre la comunicación y la educación que esté a la altura del reto digital, que indague en sus cimientos, que derribe toda visión neutral de la tecnología que aún hoy perviva, y que –sobre todo– alumbre nuevos caminos para construir una comunicación liberadora que haga uso de las herramientas digitales y que dote de nuevo sentido a los medios en la educación.

4. NORMAS DE PUBLICACIÓN

Todo artículo debe ser original e inédito y no puede encontrarse postulado de forma simultánea en otras revistas u órganos editoriales.

La conformación final de la edición deberá estar compuesta por el 75% de informes de investigación, el resto podrán ser artículos de reflexión, reseñas y entrevistas.

Todas las contribuciones que sean enviadas a la edición que esté en preparación deberán siempre y en todo momento atender en su estructura a las normas de la *American Psychological Association* (APA), las cuales establecen los estándares internacionales para la publicación de producción científica.

Para conocer las normas de publicación, la explicación de las diversas secciones de la revista así como el proceso de evaluación, se ha de consultar el documento llamado: *proceso para publicar*.

Extensión de documentos

Editorial

Una extensión máxima de 1.500 palabras escritas a espacio 1.5 (incluyendo referencias), en hoja tamaño carta. Siempre debe utilizarse fuente Times New Roman de 12 puntos. Márgenes de 2.54 cm.

Artículos

Una extensión máxima de 6.000 palabras escritas a espacio 1.5 (incluyendo referencias), en hoja tamaño carta. Siempre debe utilizarse fuente Times New Roman de 12 puntos. Márgenes de 2.54 cm.

Informes de investigación

Una extensión máxima de 6.000 palabras escritas a espacio 1.5 (incluyendo referencias), en hoja tamaño carta. Siempre debe utilizarse fuente Times New Roman de 12 puntos. Márgenes de 2.54 cm.

Entrevistas

Una extensión máxima de 3.000 palabras escritas a doble espacio (incluyendo preguntas y respuestas), en hoja tamaño carta. Siempre debe utilizarse fuente Times New Roman de 12 puntos. Márgenes de 2.54 cm.

Reseñas

Una extensión máxima de máximo 2.500 palabras escritas a doble espacio (incluyendo preguntas y respuestas), en hoja tamaño carta. Siempre debe utilizarse fuente Times New Roman de 12 puntos. Márgenes de 2.54 cm

2.2 Estructura / componentes de los documentos

Atendiendo a las normas de la American Psychological Association (APA), que rigen la redacción científica en las ciencias sociales; y además, establecen los estándares para la diseminación del conocimiento científico de forma clara, uniforme y precisa, tanto los artículos como los informes de investigación deben incluir lo siguiente:

- Título.
- Resumen (Abstract) de máximo 300 palabras en español e inglés y portugués según sea el caso.
- Listado de palabras clave (máximo 8).
- Datos del autor(es) (nacionalidad, filiación institucional, títulos académicos y correo electrónico).
- Texto (incluyendo tablas, figuras o gráficos).
- Referencias.
- Apéndices.

2.3 Referencias, citas y bibliografía

Todo el documento atenderá en su estructura a las normas de la American Psychological Association (APA), las cuales establecen los estándares internacionales para la publicación de producción científica. A continuación, algunas consideraciones claves para tener en cuenta al momento de construir el documento:

- Las referencias bibliográficas deben manejarse en el sistema de paréntesis, ej.: (Serrano, 2010), al final deben listarse como bibliografía con los datos completos.
- Para el caso de la Biblia y el Corán, y las referencias a comunicaciones personales se citarán en el documento, pero no se incluyen en la lista de referencias.
- Si la oración incluye el apellido del autor, sólo se escribe la fecha entre paréntesis.

Ej.: Robledo (2005) asegura que en mortalidad infantil los indicadores presentan un descenso significativo, mientras que en 1950 se registraban 123,2 muertes de menores de un año por mil nacidos vivos, en el 2000 ocurrieron 28.1.

- Si no se incluye el autor en la oración, se escribe entre paréntesis el apellido y la fecha.

Ej.: En mortalidad infantil los indicadores presentan un descenso significativo, mientras que en 1950 se registraban 123,2 muertes de menores de un año por mil nacidos vivos, en el 2000 ocurrieron 28.1 (Robledo, 2005).

- Si la obra tiene más de dos autores, se cita la primera vez con todos los apellidos. En las menciones subsiguientes, sólo se escribe el apellido del primer autor, seguido de la frase et al. Y si son más de seis autores, se utiliza et al. desde la primera mención.

Ej.: El término inteligencia emocional lo utilizaron por primera vez Salovey y Mayer en 1990. (Álvarez Manilla, Valdés Krieg & Curiel de Valdés, 2006)
En cuanto al desempeño escolar, Álvarez Manilla et al. (2006) encontraron que la inteligencia emocional no incide en el mismo.

- La bibliografía incluye las fuentes que sirven para profundizar en el tema y debe estar en estricto orden alfabético, según el apellido de los autores. Si hay más de un texto de un mismo autor, se pone en orden cronológico, desde el más antiguo al más nuevo. Si aparece una obra de un autor y otra del mismo autor pero con otras personas, primero se pone el del autor solo y luego el otro. Los datos que deben incluirse son los siguientes:

- Apellido.
- Nombre.
- Año.
- Título.
- Ciudad.
- Editorial.

3. EVALUACIÓN

A continuación se detallan los diversos criterios que serán valorados en una escala de 0% a 100% durante el proceso de arbitraje de los documentos que se presenten. Para ser publicados en el número en cuestión dichos documentos deben ser valorados en una escala igual o superior al 75%.

N°	CRITERIO	PORCENTAJE
----	----------	------------

1	Pertinencia con la temática. Se busca establecer qué tanto está en línea con el tema central del número.	0 - 10%
2	Fundamentación conceptual. Se pretende analizar el desarrollo organizado y sistemático del conjunto de ideas, teoría y conceptos que permiten argumentar y comprender la perspectiva de la cual el autor parte.	0 - 20%
3	Metodología.	0 - 20%
4	Nivel de análisis. Se busca valorar la capacidad de análisis del autor, examinando la calidad de la información mostrada y su postura frente al tema.	0 - 20%
5	Hallazgos o aportes.	0 - 15%
6	Coherencia / estilo redacción. Se refiere a la unión de ideas con sentido lógico, ortografía, gramática, signos de puntuación.	0 - 15%

Entrevistas:

N°	CRITERIO	PORCENTAJE
1	Pertinencia con la temática. Se busca establecer qué tanto está en línea con el tema central del número.	0 - 25%
2	Perfil del entrevistado. Se pretende establecer qué tan pertinente resulta el entrevistado en la temática y ámbito del número.	0 - 30%
3	Orientación de las preguntas (elaboración conceptual). Se refiere a la pertinencia de las preguntas, su construcción y alcances.	0 - 20%
4	Hallazgos o aportes.	0 - 15%
5	Coherencia / estilo redacción. Se refiere a la unión de ideas con sentido lógico, ortografía, gramática, signos de puntuación.	0 - 10%

Reseñas:

N°	CRITERIO	PORCENTAJE
1	Pertinencia con la temática. Se busca establecer qué tanto está en línea con el tema central del número.	0 - 20%
2	Autor(es) del libro. Se pretende establecer qué tan pertinente resulta el autor(es) en la temática y ámbito del número.	0 - 15%
3	Nivel de síntesis. Se busca valorar la capacidad de resumen del autor de la reseña, analizando la calidad de la información y su fidelidad con la obra.	0 - 25%
4	Postura o criterio de valoración del libro.	0 - 30%
5	Coherencia / estilo redacción. Se refiere a la unión de ideas con sentido lógico, ortografía, gramática, signos de puntuación.	0 - 10%

CALENDARIO DIÁLOGOS DE COMUNICACIÓN No. 93 - NOVIEMBRE DE 2016

Coordinación de número: 93

