

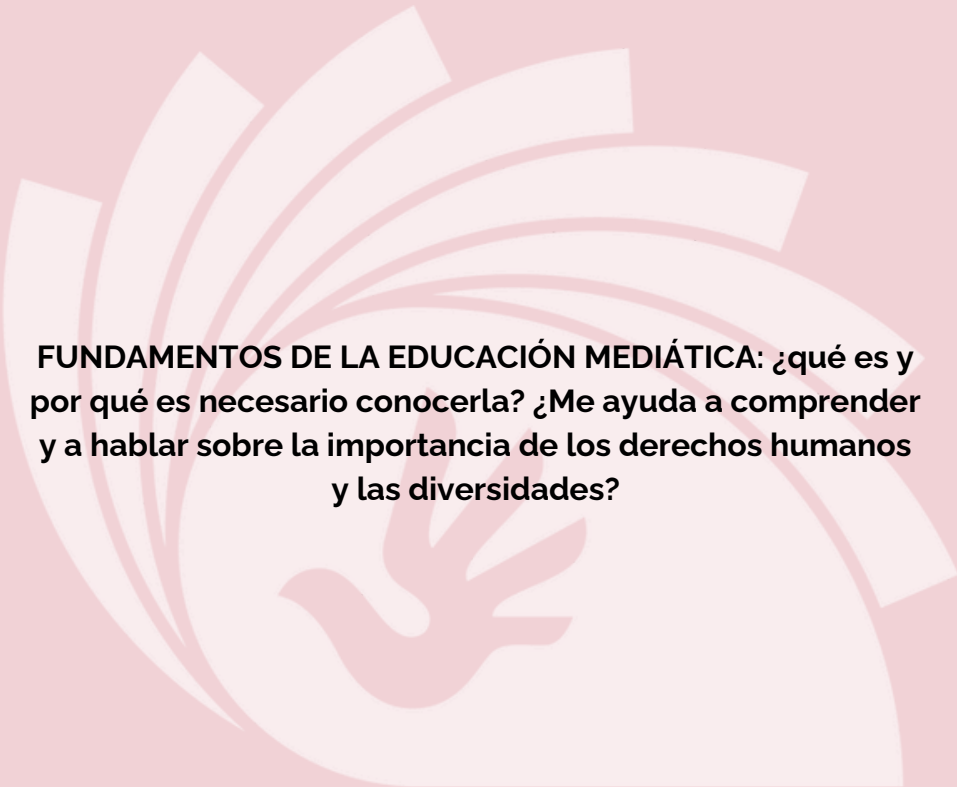
Organizadoras

Glaucia Carvalho Gomes
Marlei José de Souza Dias
Valéria Maria Rodrigues



2

**FUNDAMENTOS DE LA EDUCACIÓN
MEDIÁTICA: ¿qué es y por qué es
necesario conocerla? ¿Me ayuda a
comprender y a hablar sobre la
importancia de los derechos humanos y
las diversidades?**



FUNDAMENTOS DE LA EDUCACIÓN MEDIÁTICA: ¿qué es y por qué es necesario conocerla? ¿Me ayuda a comprender y a hablar sobre la importancia de los derechos humanos y las diversidades?

REALIZACIÓN:

MINISTERIO DE EDUCACIÓN - MEC

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN CONTINUA, ALFABETIZACIÓN DE
JÓVENES Y ADULTOS, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN - SECADI

COORDINACIÓN GENERAL DE POLÍTICAS EDUCATIVAS EN
DERECHOS HUMANOS - CGDH

UNIVERSIDAD FEDERAL DE UBERLÂNDIA - UFU

INSTITUTO DE GEOGRAFÍA, GEOCIENCIAS Y SALUD COLECTIVA
- IGESC

CURSO DE PERFECCIONAMIENTO EN EDUCACIÓN MEDIÁTICA
PARA LA PROMOCIÓN Y DEFENSA DE LOS DERECHOS
HUMANOS Y DIVERSIDADES

ALIANZAS:

SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA PRESIDENCIA
DE LA REPÚBLICA - SECOM

UNIVERSIDAD DE BRASILIA - UNB

PRORRECTORÍA DE EXTENSIÓN Y CULTURA - PROEXC/UFU

CENTRO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA - CEAD/UFU

FUNDACIÓN DE APOYO UNIVERSITARIO - FAU

Curso de Perfeccionamiento en Educación Mediática para la Promoción y Defensa de los Derechos Humanos y Diversidades

Sistematización y organización

Gláucia Carvalho Gomes
Marlei José de Souza Dias
Valéria Maria Rodrigues

Asesoramiento didáctico-pedagógico

Eliamar Godoi

Revisión

Regina Nascimento Silva
Nasser de Freitas Pena

Traducción

Isabela Cazarini do Prado

Proyecto gráfico e identidad visual

Gabriel Ballador

Diagramación e ilustraciones

Karen Regina Silva Costa

Autores

Carina Luisa Ochi Flexor
Cristiane Parente de Sá Barreto
Fernando Oliveira Paulino
Mariana Ferreira Lopes

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da UFU, MG, Brasil.

F981u	Fundamentos de la educación mediática [recurso eletrônico] : ¿qué es y por qué es necesario conocerla? ¿Me ayuda a comprender y a hablar sobre la importancia de los derechos humanos y las diversidades? / organização de Glaucia Carvalho Gomes, Marlei José de Souza Dias, Valéria Maria Rodrigues. -- Uberlândia : Proex/UFU, 2026. 85 p. : il. color -- (Curso de perfeccionamiento en educación mediática para la promoción y defensa de los derechos humanos y diversidades ; 2) ISBN: 978-65-6172-034-2 Inclui bibliografia. 1. Educación en derechos humanos. 2. Diversidades. 3. Educación mediática. 4. Educación básica. I. Gomes, Glaucia Carvalho, (Org.). II. Dias, Marlei José de Souza, (Org.). III. Rodrigues, Valéria Maria, (Org.). IV. Série. CDU: 37:342.7
-------	--

Bruna dos Santos Pinheiro
Bibliotecário(a)-Documentalista - CRB-6/3805

**FUNDAMENTOS DE LA
EDUCACIÓN MEDIÁTICA: ¿qué es
y por qué es necesario
conocerla? ¿Me ayuda a
comprender y a hablar sobre la
importancia de los derechos
humanos y las diversidades?**



SUMARIO

INVITACIÓN AL ESTUDIO.....	08
Programa.....	09
Diálogo Abierto.....	09
1 EDUCACIÓN MEDIÁTICA EN LA PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS Y LAS DIVERSIDADES	10
1.1 ¿Qué es la educación mediática?.....	15
1.2 Enfoques.....	19
1.3 Alfabetización mediática e informacional: la perspectiva de la Unesco.....	25
1.4 Educomunicación y los ecosistemas comunicacional....	28
2 IMPORTANCIA DE LA EDUCACIÓN MEDIÁTICA EN EL ACTUAL ENTORNO MEDIÁTICO DIGITAL.....	32
2.1 ¿Qué es un medio?.....	33
2.2 Ambiente en transformación.....	35
2.3 El derecho a la comunicación y a la información a través de la educación mediática.....	41
3 EDUCACIÓN MEDIÁTICA EN LA EDUCACIÓN BÁSICA.....	45
Instigaciones/curiosidades sobre el tema	52
ESTUDIO DE CASO.....	54
ACTUALIDADES.....	56
Sobre la curricularización de la educación digital y mediática....	57
CONEXIONES.....	59
¿Puedo confiar?.....	66
LEGISLACIÓN.....	68
VOCABULARIO	70
LÍNEA DE TIEMPO DE POLÍTICAS PÚBLICAS - EDUCACIÓN MEDIÁTICA.....	75
ASIMILE	79
REFLEXIONE.....	80
REFERENCIAS	82

INVITACIÓN AL ESTUDIO

¿Por qué hablar de educación mediática en la contemporaneidad?

Vivimos en un tiempo en que casi todo pasa por los medios: conversaciones, aprendizajes, juegos, decisiones e incluso las formas en que entendemos el mundo. Y esto es especialmente cierto para niños y adolescentes, que están en contacto con contenidos digitales desde muy temprano, ya sea en las redes sociales, en las plataformas de video, en los juegos en línea o en aplicaciones que forman parte de la rutina familiar y escolar.

Ante este escenario, el papel de la escuela y de los profesionales de la educación se amplía significativamente. No se trata solo de enseñar a leer y escribir palabras, sino también de desarrollar la capacidad de lectura crítica y de interpretación del ambiente mediático que atraviesa la vida social.

Este material propone la presentación de los fundamentos de la educación mediática y la comprensión de cómo este campo puede contribuir al desarrollo de prácticas pedagógicas más críticas, creativas y articuladas con los derechos humanos y la valorización de las diversidades.

A lo largo de los contenidos, se exploran conceptos centrales, como medio-educación, educomunicación, alfabetización mediática e informacional, entre otros, además de reflexiones sobre el uso ético y consciente de las tecnologías. El objetivo es favorecer una comprensión más profunda de este universo, permitiendo modular expectativas y construir posibilidades de uso de la comunicación mediática en favor de procesos educativos comprometidos con los derechos humanos y con las diversidades.

Más que ofrecer respuestas listas, la propuesta consiste en abrir caminos para la reflexión y para la acción. En este sentido, se presentan cuestiones iniciales que pueden orientar la mirada sobre la práctica educativa y el cotidiano de la educación básica, tales como: de qué manera los medios influyen en los comportamientos y modos de pensar de niños y adolescentes; cómo la escuela puede contribuir a usos más creativos, críticos y responsables.

de los medios y las tecnologías; y cómo la educación mediática puede fortalecer la ciudadanía y el respeto a la diversidad.

La propuesta es recorrer este terreno fértil que se constituye en la interfaz entre educación y comunicación, con ojos atentos, escucha activa y disposición para la transformación.

PROGRAMA

Qué es la educación mediática y su importancia en el actual ecosistema comunicacional. Educación mediática. Educación para, con y por los medios. Educomunicación. Alfabetización mediática e informacional. Medios, responsabilidad social y rendición de cuentas. Cultura participativa y aprendizaje informal con los medios. La importancia de conocer, reconocer y estimular una educación mediática como herramienta de promoción y defensa de los derechos humanos y las diversidades. Educación mediática en la Educación Básica.

DIÁLOGO ABIERTO

¿Ya ha tenido alguna experiencia con los medios de comunicación en sus prácticas pedagógicas? ¿Ya sea el uso de una película para reflexionar sobre un contenido didáctico o para una actividad lúdica, un enfoque más reflexivo sobre "memes" o videos virales reproducidos por estudiantes o incluso una experiencia de producción de contenido sobre situaciones cotidianas de la comunidad escolar?

Estas son algunas de las posibilidades de acciones y reflexiones sobre la educación mediática que se relacionan con la criticidad, la creatividad y la participación cuando pensamos en las múltiples vivencias que no solo los estudiantes, sino todos nosotros tenemos en el ambiente mediático y digital.

En este horizonte, el objetivo de este material es apoyar la construcción de prácticas pedagógicas que contribuyan al desarrollo del pensamiento crítico, de la producción creativa y de la participación ciudadana de niños y adolescentes, a partir del diálogo con el ambiente mediático y de la promoción de los derechos humanos y de las diversidades.

Se busca, así, favorecer la comprensión de los fundamentos de la educación mediática y de sus abordajes; reconocer de qué modo el ambiente mediático y digital influencia la formación de las subjetividades y de las relaciones sociales; identificar posibilidades de actuación pedagógica para, por, con y sobre los medios; y relacionar la educación mediática con la promoción de los derechos humanos y de las diversidades.

Para iniciar esta reflexión, presentamos algunas situaciones-problema que pueden estar presentes en el cotidiano escolar:

- Una tendencia popular en las redes sociales se viraliza entre los/las alumnos/as, pero trae mensajes ofensivos. ¿Cómo intervenir sin que la censura se imponga e impida la oportunidad de promover una reflexión crítica?
- Estudiantes están expuestos a la desinformación y reproducen informaciones falsas en trabajos escolares. ¿Cómo ayudarles a evaluar la veracidad de las fuentes?
- El ecosistema comunicativo en su comunidad escolar es poco dialógico. ¿Cómo sería posible transformarlo a partir de la participación de los/las estudiantes?

Estas son algunas de las posibilidades de diálogo que se propone profundizar a lo largo del texto. La perspectiva adoptada comprende la escuela como un espacio de escucha, expresión, crítica y creación, capaz de constituirse como un ecosistema comunicativo rico en diversidad. No se trata de negar el uso de los medios, sino de buscar formas conscientes y críticas de apropiación de estos recursos, poniéndolos al servicio de una comunicación fundamentada en los derechos humanos y en la valorización de las diversidades.

1 EDUCACIÓN MEDIÁTICA EN LA PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS Y LAS DIVERSIDADES

Educación mediática, medio-educación, educación para la comunicación, educomunicación, alfabetización mediática e informacional, literacidad mediática, pedagogía de la comunicación. ¿Reconoce alguno de estos términos y sus definiciones durante su actuación pedagógica?

Quien transita por la interfaz entre los campos de la comunicación y la educación está sujeto a encontrarse con una gran diversidad de enfoques, perspectivas teóricas y nomenclaturas para definir lo que significa tal interrelación. En principio, puede parecer una tarea imposible definir el lugar desde donde se habla, lo que se piensa y lo que promueve este interfaz, considerando el uso de diferentes términos, objetivos y conceptos que, a veces convergen y otras divergen. Y, en consecuencia, también puede parecer igualmente difícil proyectar puentes y diálogos con la educación en derechos humanos de antemano. Por eso, antes de adentrarnos más profundamente en el tema en cuestión, es importante situarnos en este vasto campo, atentos a las proximidades y a las diferencias de estos dos campos de referencia: la comunicación y la educación.

Al retomar las contribuciones de Paulo Freire, es posible establecer una contraposición entre la educación bancaria y la educación emancipadora y dialógica. De modo análogo, la comunicación puede ser comprendida tanto como un proceso "bancario", centrado en la transmisión unidireccional de informaciones entre un emisor y un receptor, cuanto como un proceso dialógico de producción de sentidos, que sobrepasa la centralidad exclusiva de los medios de comunicación, aunque estos constituyan parte fundamental de ese proceso.

En esta segunda perspectiva, la comunicación asume un carácter crítico y emancipatorio, en el cual quien recibe la información se reconoce como sujeto activo del proceso. Se trata de la concepción que el comunicador y educador uruguayo Mario Kaplún (2002) denomina modelo educativo con énfasis en el proceso, entendido como aquel en que los sujetos se educan mutuamente por medio del compartir conocimientos, experiencias y afectos, tanto en las relaciones interpersonales como en las interacciones mediadas por las tecnologías de la comunicación. Para Kaplún, cada concepción de proceso educativo se articula, de forma indisociable, a una determinada perspectiva de comunicación, y viceversa.

A partir de esta comprensión, la comunicación mediática puede ser pensada como un proceso que incide directamente sobre la educación, ya sea por su potencial formativo, ya sea por su influencia en la construcción de sentidos, valores y prácticas sociales.

En esta perspectiva, educar no se reduce a una relación en la que uno enseña y otro aprende de forma pasiva, sino que se configura como un proceso continuo, construido en las vivencias cotidianas, en el diálogo y en los intercambios de experiencias que constituyen a los sujetos y posibilitan la formación permanente de uno mismo y de los demás.

Al transponer esta perspectiva al espacio concreto de la escuela, rescatamos una experiencia pedagógica que, según Kaplún, ejemplifica el modelo educativo con énfasis en el proceso: el periódico escolar de Célestin Freinet. Freinet fue un maestro que, a principios del siglo XX, enseñaba en una pequeña aldea del sur de Francia, enfrentando diversos desafíos: grupos de estudiantes con diferentes niveles de aprendizaje, problemas de salud, falta de estructura y un sistema de enseñanza muy rígido, que priorizaba la repetición de contenidos en detrimento de la vivencia y la construcción del conocimiento.

Ante este escenario, Freinet decidió experimentar una forma diferente de enseñar. Observó atentamente el contexto a su alrededor: el fin de la Primera Guerra Mundial, el avance de la industrialización y los primeros movimientos de renovación de la pedagogía. Y, en lugar de seguir con las lecciones memorizadas, adquirió un mimeógrafo - un tipo de impresora de la época - y empezó a producir, junto con sus estudiantes, un periódico escolar diario.

Este periódico - que se conoció como parte del "Método Freinet" - se elaboraba con textos libres, escritos por los alumnos a partir de sus propias vivencias. Luego, estos textos eran organizados, revisados en grupo, impresos y compartidos con otras escuelas. Se formó así una verdadera red de intercambios entre alumnos, que pasaban a conocer otras realidades y, al mismo tiempo, se expresaban desde su propio lugar en el mundo.

Lo más importante es que no se trataba de una copia de los periódicos de la prensa tradicional. Era una producción original, con reglas y procesos propios, orientada a una forma de aprender que valoraba la observación, la experiencia, el trabajo colectivo y el deseo de comunicar algo importante a los demás. Como decía el propio Freinet (1974, p. 21), "el niño se expresa inserto en un contexto que nos corresponde hacer lo más educativo posible, con objetivos que debemos englobar en nuestras técnicas de vida".

Esta forma de enseñar sitúa en el centro el interés y la experiencia de los alumnos, y no solo el contenido que el profesor debe transmitir. Si así se considera, la comunicación, en este contexto, no es solo una herramienta, sino que puede convertirse en uno de los pilares de la propuesta pedagógica. Los estudiantes escribían para ser leídos, y eso marcaba toda la diferencia: saber que alguien iba a leer lo que producían despertaba el placer de aprender, investigar y mejorar los textos. De cierta manera, saber que serían leídos, que el contenido del periódico hablaba de sus vivencias, ayudaba a dar sentido a la actividad y a construir el sentimiento de que importaban, de que lo que tenían que decir era importante.

En cierto sentido, ¿la búsqueda de este sentimiento no dialoga con la búsqueda de pertenencia y validación, no exclusiva, pero tan característica de la infancia y la adolescencia? ¿Sería posible que, de alguna manera, a través de las prácticas pedagógicas, la escuela contribuyera a la construcción de esta identidad, apropiándose de los medios de comunicación y de otras tecnologías?

Desde nuestra perspectiva, la experiencia de Freinet ilustra cómo la interfaz entre comunicación y educación puede entenderse como comunicación educativa o educación comunicativa, definidas por Kaplún (2014) como procesos en los que el conocimiento se construye en el diálogo y la expresión de ideas y experiencias de las personas involucradas, lo que, a su vez, solo se establece cuando los involucrados encuentran sentido en el proceso.

Sin embargo, más allá de esta comprensión, el periódico escolar, adaptado a los tiempos actuales, es un ejemplo de las posibilidades de trabajar la comunicación en nuestra vida cotidiana. Es decir, no solo a partir de su condición procesual, en el entendimiento de una educación dialógica, sino también como una práctica que se concreta en una educación con, para y por los medios. Se trata de un enfoque pedagógico que explora las potencialidades de la comunicación y sus materialidades para el desarrollo de habilidades y competencias (Moran, 2018).

En este sentido, la educación **con** los medios utiliza los medios como recursos pedagógicos; la educación **por los** medios estimula la producción de contenido por parte de los/as alumnos/as, como la experiencia de Freinet; y la educación **para** los medios implica el análisis crítico de los contenidos mediáticos.

Cuando observamos nuestra realidad actual y la experiencia desarrollada en el pasado, a principios del siglo XX, ¿sería posible –con los medios y las especificidades de nuestras escuelas– desarrollar experiencias similares, en las que los/as estudiantes puedan ser protagonistas? ¿Experiencias como estas podrían contribuir al proceso de enseñanza-aprendizaje, por ejemplo, en aspectos de la Base Nacional Común Curricular (BNCC), como los proyectos de vida?

Muchas veces, el acercamiento a la interfaz entre educación y comunicación ocurre precisamente en las potencialidades del uso de los medios de comunicación como recursos pedagógicos, capaces de ejemplificar o ilustrar un contenido abordado en el aula. Si, por un lado, estos medios pueden representar desafíos, como noticias falsas o contenidos atravesados por prejuicios y discriminaciones, por otro lado, pueden ofrecer ricas oportunidades de profundización, favoreciendo reflexiones y aprendizajes por medio de lenguajes más cercanos al universo de los/as estudiantes.

Por ejemplo, podemos utilizar películas para discutir un determinado acontecimiento histórico o para abordar una cuestión actual que haya ganado protagonismo en la narrativa filmica. Este elemento, al llamar la atención de los/las alumnos/as, puede servir como punto de partida para transformar el hecho o la información en conocimiento.

Estas potencialidades son reforzadas y exploradas por iniciativas como la MultiRio (Empresa Municipal de Multimédios), vinculada a la Secretaría Municipal de Educación de Río de Janeiro. La iniciativa, que existe desde hace más de treinta años, tiene como objetivo integrar las tecnologías de la comunicación y la información en el día a día escolar, mediante la creación de recursos educativos en diferentes lenguajes y formatos, extendiéndose a la formación de profesionales de la educación.

Es a partir de este conjunto de posibilidades que pretendemos reconocer, en este material, y construir enfoques propositivos y reflexivos sobre el ambiente mediático, y esto es lo que propone la educación mediática. Es en este camino que le invitamos a recorrer con nosotros, buscando identificar medios y posibilidades

posibilidades de apropiación de los medios como instrumento para la promoción de una educación mediática efectivamente formadora, fundamentada en la educación en derechos humanos y en la valorización de las diversidades.

SEPA MÁS

En 2022, MultiRio lanzó el proyecto "Cartografías de Buenas Prácticas de la Red", que reúne cerca de trescientas acciones realizadas en las escuelas cariocas en diecisiete áreas diferentes, incluyendo la educación mediática, allí denominada media-educación. Conozca el proyecto en: <https://multirio.rj.gov.br/index.php/cartografias-de-buenas-praticas-de-la-red>.

1.1 ¿QUÉ ES LA EDUCACIÓN MEDIÁTICA?

El concepto de educación mediática dialoga con otras ideas, términos y prácticas que también se originan en la interfaz entre comunicación y educación. Entre ellos, la educación para, con y por los medios, ya mencionada anteriormente, además de nociones como educomunicación y alfabetización mediática e informacional, así como las discusiones sobre la responsabilidad social de los medios y la rendición de cuentas (*accountability*).

La educación mediática, que también puede ser comprendida como educación para la comunicación o medio-educación, se configura como un campo de estudio y práctica que busca desarrollar la capacidad crítica y reflexiva de los individuos en relación con los medios de comunicación. Busca capacitar a las personas para comprender, analizar y producir mensajes mediáticos de forma consciente y responsable (Soares, 2003). Como campo de intervención, implica el análisis de los lenguajes, los contenidos, las tecnologías y los impactos sociales de los medios, promoviendo la autonomía y el protagonismo de los ciudadanos.

Es decir, lo que llamamos educación mediática es un proceso en el que nos posicionamos de manera activa al recibir una información. Al recibirla, pensamos en ella, analizamos su veracidad, consideramos el punto de vista que conlleva y nos posicionamos ante él. ¿Estamos de acuerdo? ¿Estamos en desacuerdo? ¿Identificamos otras posibilidades? La educación mediática también es una invitación a la vivencia crítica en el ambiente mediático y tecnológico.

Destacamos, aquí, un aspecto fundamental: en la construcción de un conocimiento sobre el ecosistema comunicacional, la educación mediática promueve el desarrollo y el fortalecimiento de la reflexión crítica, la participación y la expresión creativa. Este es uno de los principales aportes que la educación mediática puede ofrecer a la escuela: contribuir al desarrollo de la participación creativa y crítica, especialmente por parte de los/las estudiantes.

Es importante observar que el conjunto de habilidades y competencias promovido no se restringe al uso de los medios, extendiéndose al reconocimiento y la comprensión del ambiente mediático y de las relaciones que los sujetos establecen con las materialidades comunicacionales. Esto se debe a que, de hecho, el desarrollo de estas competencias es fundamental para el ejercicio de la ciudadanía en la vida cotidiana, ya que permite al individuo asumir una postura participativa y crítica en la sociedad.

En países como Reino Unido, Francia, Estados Unidos, Australia y Argentina, se observa una tradición de acciones de educación mediática en el ámbito formal de aprendizaje, por medio de políticas y programas que abordan el tema en los currículos escolares (Fantin, 2006). Francia, por ejemplo, cuenta desde hace más de 40 años con un centro dedicado a la formación de profesores/as, a la elaboración de recursos y a la promoción de iniciativas que abarcan desde la educación infantil hasta la enseñanza secundaria. El CLEMI (Centro para la Educación Mediática e Informacional), mantenido por el gobierno francés, ofrece estrategias y materiales dirigidos también a padres y tutores, entendiendo que la educación para la comunicación no es una tarea exclusiva del sistema educativo, sino que debe ser igualmente abordada en el ámbito familiar.

SEPA MÁS

Es posible navegar por el sitio web del CLEMI y conocer las acciones y recursos del Centro. Basta con hacer clic en el enlace y pedir a su navegador que realice la traducción automática al español, si lo prefiere. Acceda en: <https://www.clemi.fr/>

En Brasil, también observamos una pluralidad de iniciativas de educación para la comunicación. Analizando desde el presente, es interesante considerar que la discusión que hacemos hoy sobre educación mediática se remonta, al menos, a la década de 1960, aunque muchas de esas acciones hayan ocurrido de forma aislada y puntual, mientras que otras se actualizan y siguen vigentes hasta el día de hoy.

Otro elemento relevante al considerar este proceso en perspectiva histórica es percibir que la construcción que tenemos actualmente también se alimentó de iniciativas ocurridas en otros países. Es el caso del Plan de Educación Cinematográfico para Niños (Plan de Niños o Plan-DENI), desarrollado en Quito, Ecuador, que tenía como objetivo promover una educación sobre el lenguaje cinematográfico articulada a investigaciones sobre niños y cine. La experiencia del Plan-DENI, realizada en 1967 y considerada pionera en América Latina como acción sistemática de educación para la comunicación, llegó a Brasil por medio del CINEDUC, en la década de 1970 (Ramos, 2003). El CINEDUC, una organización no gubernamental carioca, trabajó con cine y educación, promoviendo formaciones para niños, adolescentes y adultos por más de 40 años.

Otro hito importante en las iniciativas de educación mediática en Brasil fue el proyecto "Lectura Crítica de la Comunicación" (LCC), que integró las acciones de la Unión Cristiana Brasileña de Comunicación Social, en los años 1980, junto a movimientos populares. Este es un ejemplo interesante de cómo la práctica puede contribuir a la resignificación de abordajes teóricos, como veremos más adelante.

Inicialmente, las acciones de la LCC se estructuraron en forma de talleres que sobrevaloraban la figura del educador y subestimaban la importancia de los educandos, promoviendo una postura de pasividad ante el proceso. Ciertamente, ese formato fue influenciado por el contexto de la dictadura militar en Brasil, período en el que, en gran medida, los medios de comunicación estaban asociados a la legitimación social, política y económica del régimen. Aunque limitada por este contexto, la experiencia

fue fundamental, pues permitió identificar el desconocimiento de las personas sobre la posibilidad de que los medios fueran apropiados como objeto de estudio. A partir de ahí, se hizo evidente que, tan importante como la información vehiculada es la interpretación de quien la recibe, lo que abrió camino para la construcción de estrategias de una educación mediática orientada a la lectura y al entendimiento crítico como parte fundamental del derecho a la comunicación.

Cabe destacar que la experiencia de la LCC ocurrió fuera del ambiente escolar, en espacios no formales de aprendizaje. Esta es una característica marcante de la educación mediática en Brasil, que también tiene como protagonistas a los movimientos sociales, las organizaciones no gubernamentales y las instituciones de enseñanza superior en la proposición e implementación de proyectos – muchas veces en asociación con escuelas. Resaltar este aspecto es fundamental para comprender cuánto este contexto, que frecuentemente involucra el entorno de la escuela, es esencial en este proceso. Al fin y al cabo, las personas que componen la escuela en determinado momento también forman parte de la sociedad, espacio en que la comunicación se realiza con sus vicios y sus virtudes.

En lo que respecta a las políticas públicas dirigidas a la educación básica, existe un historial de iniciativas locales y de incidencia en políticas más amplias, como la Base Nacional Común Curricular (BNCC). En 2023, con la creación de la Coordinación General de Educación Mediática, vinculada a la Secretaría de Políticas Digitales de la Secretaría de Comunicación de la Presidencia de la República (CGEM/SPDIGI/SECOM-PR), se desarrolló la Estrategia Brasileña de Educación Mediática (Brasil, 2023), documento orientador con directrices y frentes de actuación en el área.

Y usted, ¿ya oyó hablar de "educación mediática"? ¿Sabía que se trata de un proceso en curso en Brasil desde hace más de medio siglo? ¿Sabía que no se refiere solo a los modernos medios de comunicación, como Internet o las redes sociales, sino que abarca la comunicación de manera más amplia?

1.2 ENFOQUES

Aun antes de seguir por el camino que hemos recorrido, entendemos que es importante destacar un aspecto relevante: los diferentes enfoques posibles para la comprensión de la educación mediática. Esto se debe a que, al analizar la historia de la educación mediática, identificamos algunos enfoques que evidencian perspectivas teórico-metodológicas sobre las relaciones en los ambientes mediáticos, incluso en cuanto a los impactos de los medios de comunicación en la vida social cotidiana, especialmente de niños y adolescentes.

Sin embargo, estos enfoques no representan, necesariamente, fases sucesivas ni indican que alguno de ellos esté superado. Se refieren a cómo la educación mediática ha sido comprendida e identificada en diferentes contextos. Es importante conocerlos, ya que pueden aparecer, de forma indirecta, en los discursos que defienden una educación mediática orientada en esta o aquella dirección.

También destacamos que estas concepciones están relacionadas con las formas en que nosotros, como audiencias, somos comprendidos por los estudios de comunicación. En este sentido, se reconocen predominantemente dos roles antagónicos: por un lado, el sujeto pasivo y vulnerable; por otro, el sujeto crítico y activo (Siqueira, 2008). Observemos, en los enfoques siguientes, cómo el papel de quien recibe la información —el receptor— se modifica, pasando de una postura de negación a una posición pasiva, hasta alcanzar una perspectiva más crítico-participativa. Son estas: la inocularia, lectura crítica, ideológica y de las ciencias sociales (Siqueira, 2008; Fantin, 2006).

Inocularia: surge a partir de la década de 1930. Los medios de comunicación eran vistos como elementos negativos y perjudiciales para el desarrollo social y psicológico de niños y adolescentes. Las iniciativas de educación mediática, en este contexto, buscaban proteger a este público de los efectos nocivos de los medios y, en este sentido, se adoptan dos posturas: ignorar los medios de comunicación y mantenerlos fuera de los muros de la escuela, o promover acciones de resistencia cultural como forma de combatir los perjuicios de los ambientes mediáticos.

Lectura crítica: surge a partir de la década de 1960, con el desarrollo de los estudios de semiótica. El cine se convierte en objeto de análisis en cuanto a narrativas, contenidos y estéticas, especialmente en cineclubes. Estas experiencias tenían como objetivo desnaturalizar los medios de comunicación, con un enfoque más en el análisis textual que en el contexto de producción del contenido.

Ideológica: en las décadas de 1960 y 1970, especialmente en países de América Latina, surge un enfoque inspirado en la perspectiva crítico-marxista. Desde esta óptica, los medios de comunicación ejercen un papel central en la reproducción de las ideas dominantes de la sociedad, como, por ejemplo, el apoyo a regímenes autoritarios o el mantenimiento de las desigualdades sociales. En este contexto, muchas iniciativas de educación para la comunicación surgieron con el objetivo de alertar sobre los intereses ideológicos detrás de la producción de contenido. Términos como manipulación, alienación y pasividad del público eran comunes en estos debates. El esfuerzo se concentraba en liberar a los sujetos de una supuesta dominación cultural promovida por los medios de comunicación.

Ciencias sociales: a partir de la década de 1980, los llamados Estudios Culturales británicos, cuyos orígenes se remontan a décadas anteriores, provocaron un importante giro en este debate. En lugar de considerar al público como pasivo o siempre manipulado, se empezó a valorar la experiencia de los sujetos con los medios de comunicación. Esta nueva perspectiva abrió espacio para comprender cómo diferentes grupos —con sus historias, culturas y vivencias— atribuyen sentidos diversos a los contenidos que consumen. Así, las prácticas de educación mediática pasaron a considerar la subjetividad y las estrategias que los propios sujetos utilizan en su relación con los medios.

Un punto interesante, al considerar los diferentes enfoques, es la caracterización del sujeto como receptor. En las concepciones inoculatoria e ideológica, por ejemplo, los receptores son vistos como individuos pasivos o como personas a ser salvadas por la educación mediática.

Por ello, destacamos la importancia de los Estudios Culturales al valorar la cultura popular y reconocer la pluralidad cultural, además de contribuir a la superación de una visión fatalista y determinista sobre el potencial de los receptores en sus relaciones con los medios de comunicación.

¿Y usted, incluso hoy en día, se ha encontrado con esta visión de que los medios serían dañinos o salvadores? ¿Que deberían prohibirse o venderse como la solución a todos los problemas? ¿Cuál es su percepción de este proceso?

Cuando los Estudios Culturales comenzaron a ganar fuerza como perspectiva teórica en el campo de la comunicación, todavía en la década de 1980, percibimos un "giro" en las posibilidades de actuación en torno a la educación mediática. Se empieza a comprender que las personas interpretan, negocian y resisten los sentidos de los mensajes producidos y diseminados por los medios de comunicación, es decir, se entiende que podemos "leer e interpretar" narrativas y mensajes mediáticos de diferentes formas, a partir de nuestras referencias personales y colectivas. Así, se asume que el proceso de recepción no es lineal. Por el contrario, sufre influencias provenientes de contextos culturales, sociales, políticos, históricos, económicos e incluso generacionales, incluyendo aspectos de la individualidad como gustos y preferencias (Orozco Gómez, 2014).

Un ejercicio interesante para observar este proceso de producción de sentido es el análisis crítico de productos comunicacionales, como los memes que se viralizan en internet. Es posible proponer que los/las estudiantes compartan sus memes favoritos y que, en grupo, elijan uno para responder a preguntas como: ¿sobre qué nos hace reflexionar este meme? ¿Qué referencias presenta? Si yo fuera a producir un meme sobre esta misma reflexión, ¿cómo sería?

Durante las discusiones, es posible reconocer las diferencias y similitudes en las interpretaciones de los mensajes, así como reflexionar sobre cuestiones éticas relacionadas con el uso y el intercambio de estos materiales en Internet.¹

¹ Puedes encontrar planes de lecciones de educación mediática para trabajar con memes en el repositorio de EducaMídia: <https://educamidia.org.br/plano-de-aula/memes-na-comunicacao>.

1. Análisis textual: ¿qué dicen los medios y cómo lo dicen?

Este primer eje de abordaje de acciones de educación mediática nos invita a observar con atención los **lenguajes de los medios**: ¿cómo se construyen las noticias, los anuncios, los videos, los juegos, las publicaciones en las redes sociales? Nada de esto es neutro. Las elecciones hechas por **quienes producen estos contenidos** - en las palabras, en las imágenes, en los sonidos - moldean la forma en que vemos el mundo. Por ejemplo, cuando un reportaje exhibe solo imágenes negativas de un determinado grupo social, contribuye a reforzar estereotipos y silenciar otras historias posibles.

Trabajar el análisis textual ayuda a los/las estudiantes a percibir los significados detrás de los mensajes, cuestionando ideas como "esto es verdad porque está en la TV" o "si está en internet, es confiable". Buckingham (2003; 2022) afirma que este proceso nos ayuda a "familiarizar lo extraño", es decir, a entender cómo funcionan los lenguajes mediáticos, desarrollando una mirada más crítica y consciente.

2. Análisis contextual: para quién y en qué contexto fue creado este contenido

El segundo eje se enfoca en comprender **quién produce los contenidos mediáticos, con qué intereses, para qué públicos y en qué contextos sociales, culturales, políticos y económicos**. Por ejemplo, al hablar de las grandes tecnológicas, como Meta -dueña de plataformas como Instagram, Facebook y WhatsApp- es preciso reflexionar no solo sobre las plataformas en sí, sino sobre las empresas detrás de ellas, los datos que recopilan y los contenidos que priorizan para atraer más audiencia y, consecuentemente, generar lucro.

Este tipo de análisis puede desarrollarse mediante actividades como investigaciones en grupo, estudios de caso, entrevistas, levantamiento de perfiles de público o simulaciones de campañas publicitarias. La idea es comprender cómo los medios de comunicación están insertos en nuestro cotidiano, influyendo en comportamientos, deseos e incluso opiniones políticas.

Ejemplo de meme que aborda con humor característico del lenguaje la vida cotidiana de profesores/as:



Fuente: <https://blog.institutosingularidades.edu.br/memes-gifs-e-fake-news-como-o-professor-pode-aborda-los-em-sala-de-aula/>.

Descripción de la imagen: la imagen es un meme que muestra una escena de la película La Novicia Rebelde, musical estrenado en 1965, en el que la actriz principal, una mujer blanca de cabello rubio y corto, con un vestido oscuro y un delantal a rayas, baila feliz con los brazos abiertos. El paisaje es un valle florido con montañas cubiertas de nieve al fondo. En letras blancas, se superpone la frase "Cómo me siento con todas las notas puestas".

¿Y por qué es esto importante en la educación mediática? Porque debemos considerar el contexto y el repertorio de los/as estudiantes tanto en la producción de sentido sobre los medios como en los usos sociales que hacen de estos medios de comunicación y tecnologías en su vida cotidiana. Esta comprensión nos ayuda a evitar enfoques que proponen acciones de educación mediática solo basándose en lo que consideramos importante, a partir de nuestras propias experiencias.

En este sentido, el investigador David Buckingham (2022) propone un enfoque de educación mediática que va más allá de la idea de un uso instrumental de los medios o de habilidades restringidas a su manejo. Su propuesta abarca también el análisis de los lenguajes mediáticos y los contextos de producción, además de abrir posibilidades para la creación. Son tres ejes de acción que se complementan: análisis textual, análisis contextual y producción creativa, que se describirán a continuación.

3. Producción creativa: aprender sobre comunicación haciendo comunicación

El tercer eje propone que los estudiantes se pongan "manos a la obra" y se conviertan también en **productores de contenido**. **No basta solo con analizar y criticar**: es preciso crear, experimentar, probar lenguajes y formatos. Esta creación puede tomar la forma de un periódico escolar, una campaña contra el acoso escolar, un podcast sobre temas de la comunidad, un video con consejos de lectura o incluso un juego educativo.

La creación permite que los/las estudiantes aprendan, en la práctica, sobre los desafíos de la comunicación, al mismo tiempo que fortalece su autoría, creatividad, colaboración y sentido crítico. Se puede partir de formatos ya consolidados en los medios de comunicación, como un telenoticiero, por ejemplo, hasta experiencias con nuevos lenguajes y formatos. Y no es necesario tener equipos sofisticados: con papel, pegamento, bolígrafos, revistas y periódicos, ya es posible desarrollar fanzines con los/las alumnos/as.

Es importante resaltar que esta propuesta de abordaje no debe entenderse como una receta, sino como un camino posible para pensar e implementar acciones de educación mediática orientadas a la promoción de los derechos humanos y la valorización de las diversidades en nuestros contextos de actuación. Podemos tomar estos tres ejes como base para reflexionar sobre situaciones del cotidiano escolar.

Sin embargo, es necesario tener cuidado. Esto se debe a que, al trabajar con educación mediática, es común caer en algunas trampas. Una de ellas es creer que el papel del educador sería el de "salvar" a los/las estudiantes de la influencia negativa de los medios y las tecnologías, como si fueran siempre ingenuos/as o desinformados/as. Buckingham (2022) nos recuerda que esta visión mesiánica no contribuye al proceso educativo. Por el contrario: es fundamental valorar los saberes, las vivencias y las formas de lectura que los/las alumnos/as ya poseen, aunque sean diferentes de las nuestras. Todos estamos inmersos en el ecosistema mediático, y todos aprendemos algo con él.

Por ello, más que "enseñar lo correcto", la propuesta de la educación mediática es crear espacios de diálogo, escucha, intercambio y creación, en los que podamos reflexionar juntos sobre los sentidos que atribuimos a lo que consumimos y producimos en los medios.

Y usted, ¿ya ha desarrollado o conoce acciones que se relacionen con uno o más ejes de abordaje de la educación mediática, como los presentados por Buckingham?

PARA INSPIRARSE

EducaMídia es un programa enfocado en la concientización y el compromiso con la educación mediática en la sociedad. Una de sus áreas de actuación es la formación de educadores a través de cursos y la disponibilización de recursos como planes de clase sobre temas como la desinformación, las representaciones y la inteligencia artificial. Conozca más en: <https://educamidia.org.br/>.

1.3 ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA E INFORMACIONAL: LA PERSPECTIVA DE LA UNESCO

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) es una de las principales instituciones responsables de legitimar y ampliar el debate sobre la educación mediática a nivel internacional. Desde la década de 1960, la Unesco ha promovido discusiones sobre el tema. Inicialmente, el enfoque estaba en las potencialidades pedagógicas de los medios de comunicación. Ya en la década de 1970, este organismo comenzó a adoptar un enfoque centrado en la lectura crítica de los medios, enfatizando aspectos como la participación, el acceso a los medios y la creatividad.

Un hito importante en esta trayectoria es la Declaración de Grünwald, de 1982. Este documento destaca el impacto social de los medios de comunicación y la necesidad de desarrollar programas educativos que promuevan la criticidad, la creatividad y la participación social. La declaración defiende que este compromiso sea asumido por los sistemas políticos y educativos de los países signatarios, incluyendo a Brasil.

En las décadas siguientes, la UNESCO continuó promoviendo eventos, publicaciones y recomendaciones para fortalecer la educación mediática. Entre estas acciones, destaca el documento "Alfabetización mediática e informacional: directrices para la formulación de políticas y estrategias", publicado en 2013.

En este contexto, la formación de educadores es un eje central, concretado en la propuesta de un currículo de Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) para profesores/as, elaborado en 2013 y actualizado en las directrices más recientes de 2021. El documento señala siete conjuntos de competencias necesarias para el desarrollo de la alfabetización mediática e informacional en las escuelas:

1. Comprender el papel de los medios, la información y la tecnología en la democracia;
2. Comprender los contenidos y sus usos;
3. Acceder a la información de forma eficaz, ética y segura;
4. Evaluar críticamente las fuentes y los contenidos;
5. Aplicar medios tradicionales y digitales;
6. Contextualizar socioculturalmente los contenidos;
7. Promover la AMI entre los/las estudiantes y gestionar los procesos de cambio.

La AMI busca desarrollar habilidades que van desde la definición de necesidades informativas hasta el uso ético y responsable de las tecnologías, integrando la educación mediática, informacional y digital en una perspectiva unificada. Según la UNESCO, las tres dimensiones de la AMI son:

1. Alfabetización informacional
 - Identificación de necesidades informativas;
 - Localización, acceso, organización y comunicación de información;
 - Uso ético y responsable de los datos;

2. Aplicación de tecnologías para el procesamiento y la producción de contenido
- Alfabetización mediática;
 - Comprensión crítica del papel de los medios en sociedades democráticas;
 - Evaluación del contenido mediático;
 - Participación social y producción creativa;
 - Relación entre medios, representaciones y cultura.
3. Alfabetización digital
- Uso de herramientas digitales con seguridad y ética;
 - Comprensión de la identidad y los derechos digitales;
 - Gestión del bienestar y la comunicación en el entorno digital.

PARA INSPIRARSE

Global MIL Week y MIL Alliances

Anualmente, la Unesco celebra la Semana Mundial de la Alfabetización Mediática e Informacional (Global Media and Information Literacy Week) entre el 24 y el 31 de octubre. El evento reúne acciones de AMI desarrolladas por agentes que promueven la educación mediática en sus países, con el objetivo de concienciar y celebrar los avances logrados en este campo.

Para saber más, acceda a:

<https://www.unesco.org/en/weeks/media-information-literacy?hub=750>.

SEPÁ MÁS

La Unesco ha elaborado y compartido sistemáticamente directrices y recomendaciones sobre educación mediática.

Para conocer estos materiales, acceda a:

<https://www.unesco.org/en/media-information-literacy>.

La Unesco también ha impulsado iniciativas de Alfabetización Mediática e Informacional a través de redes y alianzas regionales en todo el mundo. El Capítulo Latinoamericano de esta red ha estimulado acciones e intercambio de información que se pueden consultar en: <https://www.linkedin.com/groups/9861541/>.

1.4 EDUCOMUNICACIÓN Y LOS ECOSISTEMAS COMUNICACIONAL

Más presente en prácticas y acciones realizadas desde Brasil, la educomunicación se basa en la interacción dialógica entre educación y comunicación, buscando la construcción de espacios de diálogo y participación social (Soares, 2003). Este campo de intervención promueve la apropiación crítica de los medios y el desarrollo de prácticas comunicativas que fortalezcan la ciudadanía y la transformación social.

El reconocimiento de este campo se fundamenta en una investigación realizada entre 1997 y 1998 por el Núcleo de Comunicación y Educación de la Universidad de São Paulo (NCE/USP), cuyo objetivo fue identificar aspectos teóricos y prácticos de la interrelación entre las áreas de la comunicación y la educación. Partiendo de tres hipótesis –la existencia de un nuevo campo de intervención social, inaugurador de un paradigma discursivo transversal; su naturaleza relacional; y la posibilidad de subdivisión de este campo en diferentes áreas de actuación profesional–, el estudio consultó a más de 170 especialistas de diferentes nacionalidades, y las evidencias comprobaron los supuestos iniciales (Soares, 1999).

A este campo, que ya venía siendo delineado y fundamentado en las premisas del protocolo mediático –la lucha por el derecho a la comunicación y por la democratización de los medios de comunicación (Soares, 2014)–, además de la aproximación con las teorías de las mediaciones, se le atribuyó el nombre de educomunicación, en referencia al neologismo creado por Mario Kaplún (2002).

Casi treinta años después, se observa en Brasil un fortalecimiento en torno a la educomunicación, sin, no obstante, refutar otras denominaciones de la interfaz entre comunicación y educación. Ejemplos de esa consolidación incluyen: la creación de los cursos de licenciatura y bachillerato en Educomunicación, ofrecidos por la Universidad de São Paulo y la Universidad Federal de Campina Grande, respectivamente; la fundación de la Asociación Brasileña de Investigadores y Profesionales en Educomunicación (ABPEducom); el proyecto Educom.rádio – la Educomunicación por las ondas de la radio, que propuso en 2001 la creación de radios escolares en la ciudad de São Paulo y sirvió de base para la Ley Educom, de 2004, que instituyó el programa EDUCOM –

Educomunicação por las ondas de la radio en el municipio; además de la incidencia en otras agendas públicas, como la ambiental, y en el propio campo educacional, como macrocampo del programa Más Educación, del Ministerio de Educación.

En 2021, el término educomunicação pasó a integrar el Vocabulário Ortográfico de la Lengua Portuguesa (VOLP) de la Academia Brasileira de Letras, cuyo significado es:

1. Conjunto de conhecimentos y acciones que buscan desarrollar ecossistemas comunicativos abertos, democráticos y creativos en espaços culturais, midiáticos y educativos formales (escolares), no formales (desarrollados por ONGs) e informales (medios de comunicación orientados a la educación), mediados por los lenguajes y recursos de la comunicación, de las artes y tecnologías de la información, garantizándose las condiciones para el aprendizaje y el ejercicio práctico de la libertad de expresión.
2. Formación y actividad profesional del educador, relacionadas al estudio y aplicación de esos conocimientos.²

La educomunicação tiene como propósito planificar e implementar acciones orientadas al fortalecimiento de ecossistemas comunicativos en espaços educativos, ya sean formales, como escuelas y universidades, o no formales, como centros culturais y proyectos sociales. El concepto de ecossistema comunicativo es central en la educomunicação y aproxima la perspectiva ecológica de las interacciones sociales en el contexto educativo. Se refiere a las redes de relaciones que se establecen entre los sujetos en comunidades educativas, formales o informales, siendo el espacio en el que se desarrollan acciones orientadas a la creación de ambientes armónicos, abertos y dinámicos.

Según Soares (1999), se trata de la organización del ambiente, la disponibilidad de recursos, el modo de hacer de los sujetos y las prácticas comunicacionales presentes en determinado contexto. Utilizando la metáfora ecológica, este autor diferencia sistemas comunicativos áridos –marcados por la unidireccionalidad y el cierre a la participación– de sistemas ricos, en los cuales el diálogo, la expresión y el intercambio de sentidos son valorados.

² Definición extraída del VOLP a la que se puede acceder en: <https://www.academia.org.br/nossa-lingua/nova-palavra/educucomunicacao>.

La educomunicación propone la transformación de estos ambientes con base en dos principios: la educación como un proceso comunicativo y la comunicación como una acción educativa, retomando aquí la concepción aportada por Mario Kaplún. Se busca promover, así, ambientes inclusivos, democráticos, mediáticos y creativos, capaces de potenciar el aprendizaje, la conciencia crítica y la movilización colectiva. Los ecosistemas comunicativos ganan potencia cuando son organizados de forma intencional y estructurada, promoviendo relaciones basadas en el diálogo, la creatividad y la expresión mediática.

La intencionalidad y la racionalidad que estructuran este proceso están directamente relacionadas con las diferentes áreas de actuación de la educomunicación, entre ellas, la educación para la comunicación, también conocida como educación mediática. Estas áreas se complementan, formando un campo articulado de prácticas y reflexiones, conforme a Almeida (2024) y Soares (2011):

- **Educación para la comunicación:** busca comprender el fenómeno de la comunicación y sus materialidades en sus interrelaciones con diferentes ámbitos de la sociedad;
- **Epistemología de la educomunicación:** reflexiona sobre la construcción del conocimiento educomunicativo;
- **Expresión creativa por medio de las artes:** promueve diálogos basados en la creatividad y la emancipación por medio de los diferentes lenguajes artísticos;
- **Gestión de la comunicación:** aborda la implementación y la mejora de los flujos comunicacionales en el desarrollo y el fortalecimiento de ecosistemas comunicativos.
- **Mediación tecnológica:** enfocada en la inserción de las tecnologías en la educación;
- **Pedagogía de la comunicación:** aborda la interrelación entre comunicación y educación, por medio del uso de recursos comunicacionales en los procesos de aprendizaje;
- **Producción mediática:** relacionada con la creación de contenidos mediáticos con finalidad educativa.

Además de estas áreas, las intervenciones educomunicativas señalan posibilidades de diferentes intersecciones, como en los campos de la asistencia social, la salud y el medio ambiente. Este

último destaca el historial de la educomunicación como línea de acción en el Programa Nacional de Educación Ambiental (ProNEA), con foco en el quehacer educomunicativo orientado a la promoción de la sostenibilidad, tema que será contextualizado aún durante el curso.

Para reflexionar:

Considerando el concepto de ecosistema comunicativo como el conjunto de relaciones, prácticas y dinámicas que estructuran la comunicación en el ambiente escolar, incluyendo el uso de los recursos disponibles, la participación de los sujetos y la cultura de diálogo, ¿cómo usted:

- Describiría el ecosistema comunicativo de su escuela o espacio educativo?
- ¿Qué aspectos percibe como fortalezas que favorecen la participación, la expresión, el diálogo y la colaboración?
- ¿Qué desafíos o barreras aún dificultan estas interacciones?
- ¿Qué acciones cree que podrían fortalecer este ecosistema?
- ¿Estas acciones se relacionan con alguna de las áreas de intervención educomunicativa? Si es así, ¿cuáles?

PARA INSPIRARSE

Proyecto Imprensa Jovem y ABPEducom

Desde 2005, el proyecto Imprensa Jovem promueve la creación de agencias de noticias en escuelas de educación infantil y primaria de la ciudad de São Paulo-SP. El proyecto es desarrollado por el Núcleo de Educomunicación de la Secretaría Municipal de Educación, siendo una referencia en el fortalecimiento de los ecosistemas comunicativos por medio del protagonismo de los/las estudiantes en la producción comunicacional, utilizando diferentes lenguajes.

Conozca más en:

<https://educacao.sme.prefeitura.sp.gov.br/educomunicacao/>.

La ABPEducom reúne a diferentes profesionales e investigadores/as que comparten sus experiencias y conocimientos en publicaciones, cursos y otras acciones realizadas por la Asociación. Conozca más en: <https://abpeducom.org.br/>.

PARA INSPIRARSE

Más recientemente, en 2024, la Universidad Federal de Uberlândia (UFU) creó el proyecto de extensión "Escuela sin Fake News", organizado por un colectivo de docentes y estudiantes vinculados a la propia universidad, a la Escuela de Educación Básica (ESEBA/UFU), al Instituto Federal del Triángulo Mineiro (IFTM) y a la Universidad Federal de Tocantins (UFT). El foco del proyecto es desarrollar estudios y promover la formación docente en educación mediática crítica, además de incentivar acciones educativas colectivas orientadas a enfrentar la desinformación y los discursos de odio en espacios escolares y universitarios. El grupo de estudios se reúne quincenalmente y está compuesto por profesores/as de la red pública de educación básica, estudiantes de licenciaturas y de cursos de comunicación de universidades públicas, además de profesionales del área de educomunicación. Entre los objetivos del grupo están la creación de materiales didácticos y la organización de eventos sobre el tema. Conozca más en: [instagram.com/escolasemfakenews](https://www.instagram.com/escolasemfakenews).

2 IMPORTANCIA DE LA EDUCACIÓN MEDIÁTICA EN EL ACTUAL ENTORNO MEDIÁTICO DIGITAL

Comprender la importancia de la educación mediática en el actual ambiente mediático digital exige, antes que nada, una reflexión sobre el propio concepto de medio y sobre las profundas transformaciones que marcan los modos contemporáneos de producir, circular y acceder a la información. Vivimos en un contexto en el que diferentes medios atraviesan la vida cotidiana, influyen en percepciones, comportamientos y relaciones sociales, al mismo tiempo que amplían disputas en torno al derecho a la comunicación y a la información. En este escenario, la educación mediática se presenta como un campo fundamental para la formación crítica, ética y ciudadana, al posibilitar que los sujetos comprendan las dinámicas del ambiente mediático en transformación y se apropien, de forma consciente y emancipadora, de los medios de comunicación como espacios de expresión, participación y ejercicio de derechos.

2.1 ¿QUÉ ES UN MEDIO?

Para que los profesionales de la educación actúen como promotores de la educación mediática, los derechos humanos y

las diversidades, es fundamental el conocimiento de algunos conceptos básicos sobre el funcionamiento de los medios de comunicación, que nos acompañan en muchas de nuestras actividades diarias. En este sentido, presentamos, a continuación, algunas definiciones introductorias sobre medios, vehículos de comunicación, periodismo, publicidad y cine, también organizadas en el vocabulario de este material.

Los medios, en su esencia, pueden entenderse como el conjunto de recursos utilizados para la producción, la transmisión de información y el acceso a contenidos diversos. Abarca desde los tradicionales periódicos y revistas hasta las modernas plataformas digitales, como las redes sociales y los sitios web (Sodré, 2006).

La palabra "mídia" (medios) deriva del latín *media*, plural de *medium*, que significa "medio". Este origen etimológico ya indica su función de intermediario en la comunicación entre emisor y receptor. Es fundamental que los medios se utilicen de forma ética y responsable, promoviendo información de calidad y un debate democrático. Los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en la sociedad, influyendo en la formación de opiniones, difundiendo conocimientos y moldeando comportamientos (Lima, 2009).

Los vehículos de comunicación son los canales específicos a través de los cuales se manifiestan los medios. Incluyen televisión, radio, periódicos impresos, revistas, internet y cine. Cada vehículo posee características propias que determinan su alcance, formato y lenguaje. La televisión, por ejemplo, combina audio y video, mientras que la radio utiliza solo el sonido.

Internet revolucionó los medios de comunicación, permitiendo la interacción en tiempo real y la personalización del contenido (Castells, 1999), fenómeno acentuado con el advenimiento y la popularización de las llamadas redes sociales o medios sociales, como veremos a lo largo de este curso.

El periodismo es una actividad profesional que consiste en la recopilación, verificación, redacción y difusión de informaciones de interés público. Se distingue de la simple transmisión de datos por su búsqueda de la veracidad, objetividad y relevancia de los hechos (Traquina, 2005). El periodismo desempeña un papel esencial en la democracia, al fiscalizar el poder público y garantizar el acceso a la información.

Importante para la financiación de gran parte de los medios de comunicación que consumimos, la publicidad es una forma de comunicación persuasiva que tiene como objetivo promover productos, servicios o ideas. Utiliza diversas técnicas y herramientas, como eslóganes, imágenes y vídeos, para atraer la atención del público, ejerciendo una gran influencia sobre el consumo y los hábitos de la sociedad (Santaella, 2001).

Reconocido como el Séptimo Arte, y presente mucho más allá de las salas de exhibición, el cine es una forma de arte y entretenimiento que utiliza la proyección de imágenes en movimiento para contar historias o transmitir mensajes. El cine combina elementos visuales, sonoros y narrativos para crear experiencias inmersivas para el público, pudiendo también ser utilizado como herramienta de comunicación, disseminando informaciones e ideas (Xavier, 2003).

Con las transformaciones tecnológicas, surgieron nuevas tecnologías de comunicación e información, como las plataformas y medios digitales, que permiten la interacción directa del público con los contenidos. Según Valente (2020), las plataformas digitales son infraestructuras en línea que permiten la interacción entre diferentes usuarios: individuos, empresas u otras organizaciones. Funcionan como mediadoras de estas relaciones, posibilitando el intercambio de información, bienes, servicios y contenidos.

Para comprender este concepto, podemos pensar en una tienda virtual, donde los compradores se encuentran con los vendedores, o en una red social, donde las personas comparten ideas y experiencias. Estas plataformas se han convertido en actores centrales en la economía y en la sociedad contemporánea, ejerciendo un poder significativo sobre la forma en que accedemos a la información y nos comunicamos.

Valente (2020) también destaca que, aunque facilitan la conexión y el intercambio, las plataformas digitales tienden a la concentración, pudiendo evolucionar hacia monopolios digitales. Esto ocurre porque el gran volumen de datos y usuarios atrae aún más usuarios, generando un ciclo de crecimiento que dificulta la competencia. Esta dinámica plantea cuestiones relevantes sobre el control y la gestión de la información, la influencia de estas empresas y la necesidad de regulación para garantizar un entorno digital más justo y plural.

La llegada y la expansión de Internet también hicieron posible el funcionamiento de las redes sociales, importantes canales de comunicación con gran impacto en la diseminación de información y en la formación de opinión. La convergencia mediática, que integra diferentes medios en una única plataforma, ha transformado profundamente la forma en que consumimos e interactuamos con el contenido (Jenkins, 2009).

Hablar de participación social y diálogo con la sociedad nos lleva a reflexionar sobre el papel que los medios pueden y deben desempeñar ante su responsabilidad social, comprendida como el compromiso de los medios de comunicación con la ética, la transparencia y la promoción del bienestar colectivo.

Dado el papel fundamental de los medios de comunicación en la construcción de una sociedad más justa y democrática, la responsabilidad social de los medios implica la producción de contenidos relevantes y de calidad, el respeto a la diversidad y la defensa de los derechos humanos (Paulino, 2008).

2.2 AMBIENTE EN TRANSFORMACIÓN

Cuando Gilberto Gil lanzó la canción "Pela Internet", en 1997, todo era aún un páramo. Internet había llegado a Brasil a finales de la década de 1980, a través de la conexión entre ordenadores de la Universidad Federal de Río de Janeiro (UFRJ) y la Universidad de Maryland, en Estados Unidos. Fue solo entre 1994 y 1995 que se hizo pública y comercial. Años después, vimos los primeros portales de noticias crear sus propios sitios web. Era un tiempo en el que se usaban expresiones como: "voy a entrar en internet" y "voy a salir de internet".

Creé mi sitio web
Lancé mi página principal
Con 5 gigabytes
Ya daba para hacer
Un barco que navegue

Mi nuevo sitio web
Mi nueva fanpage
Ahora es terabyte
Que no se acaba más
Por más que se desee
Que el deseo ahora es buscar
En las tierras de las montañas peladas virtuales
Las criptomonedas, bitcoins y demás
No hace economías, nuevos capitales
Si es música el deseo a considerar
Es solo hacer clic que la tienda digital ya tiene
Anitta, Arnaldo Antunes, y no sé quién más
Mi amor, el iTunes tiene
De la A a la Z quien puedas imaginar
Estoy atrapado en la red
Como pez pescado
Es zapzap, es like
Es Instagram, está todo muy bien pensado
El pensamiento es nube
El movimiento es dron
El monje en el convento
Por el iPhone
Cada día una nueva invención
Son tantos aplicativos que ya no sé más
What's app, what's down, what's new
Mil platos sugestivos en un nuevo menú
Mil pratos sugestivos num novo menu
Es Facebook, es FaceTime, es Google maps
Un zigzag diferente, un callejón, un código postal
Que no consta en la lista del viejo correo
Desde cualquier lugar
Waze es un nombre feo, pero es el mejor medio
Para llegar igual que Google Maps

(Gilberto Gil – Pela Internet 2, 2018).

En los versos de la canción considerada visionaria en la época de su lanzamiento, Gil cuestionaba cuántos gigabytes³ serían necesarios para construir una balsa y navegar en la red. Tal vez cinco, como el compositor ponderó en la segunda versión de la canción, en 2018. La verdad es que no hay información precisa sobre cuántos datos circulaban por Internet en 1997, pero se estima que, en 2024, se han producido diariamente 402,74 millones de terabytes, siendo que cada terabyte equivale a 1 billón de bytes. Tal vez una balsa, hoy, no sea suficiente.

³ Medida de unidad de información: 1 gigabyte equivale a 1 billón de bytes, siendo el byte la menor unidad de medida de información.

De cierto modo, esta cuestión es bastante abstracta para todos nosotros. Al fin y al cabo, ¿qué son 402,74 millones de terabytes? Entre lo que son, están las informaciones o aquello a lo que accedemos cuando "navegamos en internet". En general, ¿cómo hacemos esto? O ya tenemos aquel sitio electrónico al que accedemos siempre, o hacemos una búsqueda por tema o palabra clave, y buscadores como Google y Bing nos devuelven un conjunto de opciones. El principio es simple: quien produce y disponibiliza la información permite el acceso a ella, y el buscador la entrega a quien la busca, conectando a quien oferta con quien busca.

Desde 2024, se observan cambios significativos en los resultados presentados por los motores de búsqueda en internet. En la parte superior de las páginas, en lugar del acceso directo a los enlaces de información, se pasó a mostrar una entrada producida por Inteligencia Artificial (IA) que sintetiza el tema buscado. Solo después de esta presentación inicial se ponen a disposición los enlaces a las fuentes originales, a diferencia del formato anteriormente predominante.

En este mar de informaciones, es como si los buscadores, antes, nos mostraran direcciones posibles hacia donde podríamos conducir nuestra balsa. Luego, pasaron a indicar la corriente marítima más veloz, como les sucedió a los personajes Dorothy y Nemo, en la película Buscando a Nemo. Incluso con esta corriente, no siempre precisa, pero más rápida, el mar todavía estaba allí, a disposición de quien quisiera elegir su propio rumbo o la fuente de la información buscada.

En 2025, Google –que responde por cerca del 90% de las búsquedas en este vasto mar de terabytes– inició pruebas para dejar de mostrar las respuestas de la IA seguidas de los tradicionales enlaces de búsqueda, pasando a exhibir solamente las respuestas generadas por la IA. ¿Cuál es el impacto de esto? Es difícil de prever. Pero una cosa es cierta: **Internet tal como la conocemos, así como la forma en que nos relacionamos con ella, está a punto de pasar por transformaciones profundas.**

Esta cantidad de datos creados y consumidos es fruto de nuestra presencia cada vez más intensa en el ambiente digital. La Encuesta Nacional por Muestra de Domicilios Continua de 2023 (PNAD Continua), levantamiento realizado anualmente por el

Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE), muestra que el 92,5% de los hogares brasileños tienen acceso a Internet, un total de 72,5 millones de residencias en el país, reflejando un aumento de un punto porcentual en relación con 2022.

Cuando comparamos áreas urbanas y rurales, observamos que este porcentaje se modifica. Mientras que el 94,1% de los hogares urbanos tienen acceso a Internet, este número cae al 81% en las zonas rurales. Pero, a pesar de la diferencia, el análisis histórico muestra una expansión más rápida en las áreas rurales que en las urbanas en los últimos años (IBGE, 2024).

Aunque estemos en camino de la universalización del acceso a Internet en Brasil, el hecho es que casi 6 millones de hogares aún no la utilizan. En este contexto, es interesante observar los principales motivos señalados, según la encuesta del IBGE (2024): el 33,2% respondió que nadie en la residencia sabe usar Internet; el 30%, debido al alto costo del servicio; y el 23,4% alegó no sentir necesidad de acceder a ella. Considerar este panorama es importante y necesario para evitar la generalización equivocada de que todos están presentes en el entorno digital de la misma manera y de que sus impactos afectan a todos por igual.

Cuando analizamos los datos sobre el acceso a la señal de televisión, un medio de comunicación popular en Brasil, la PNAD Continua señala que el 5,2% de los hogares no reciben señal de TV, lo que totaliza 3,8 millones de residencias. De este total, el 5,9% se encuentra en áreas rurales, siendo el 8,8% en el Centro-Oeste, el 8,1% en el Sur, el 6,4% en el Norte, el 5,4% en el Nordeste y el 4,6% en el Sudeste. En cuanto al acceso a servicios pagos de streaming de video, la investigación muestra que, entre las residencias que poseen aparato de TV, cerca del 42% tienen acceso a estas plataformas (IBGE, 2024).

El reconocimiento de estas múltiples realidades evidencia que, al hablar de educación mediática, no podemos ni debemos restringirnos a prácticas y estudios que tratan solo de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información. Al mismo tiempo, tampoco podemos desconsiderar que solo el acceso a Internet no garantiza un uso seguro, consciente y saludable de las tecnologías y dispositivos digitales, lo que refuerza la importancia de la educación mediática. Aunque algunas personas no tengan

¿El contacto directo con las redes sociales nos permite afirmar que no están siendo impactadas por la desinformación que circula en estas plataformas? O incluso: ¿cómo puede una comunidad escolar que no tiene acceso a Internet⁴ verse afectada por la dinámica del entorno digital? Y en su escuela, ¿cómo es el acceso? ¿Sus alumnos y alumnas tienen acceso a Internet de forma regular y consistente?

Al comprender los medios como un entorno, se pasa a considerarlos de manera similar a otros ecosistemas, en los que se establecen relaciones tanto entre sus diferentes materialidades —como la televisión, la prensa, la radio y las plataformas digitales— como entre estas materialidades y los sujetos que las utilizan. Es decir, hay una coexistencia entre nuevas y antiguas tecnologías, que se estructuran como un bioma en el que todas se influyen mutuamente, superando la idea evolutiva de que el surgimiento de una innovación mediática implica, irremediabilmente, la desaparición de su antecesora. De la misma manera, nuestras interacciones moldean y son moldeadas por este entorno. Esto es lo que propone la perspectiva teórica interdisciplinaria de la ecología de los medios, al buscar comprender cómo los medios de comunicación influyen en la percepción, el entendimiento y otros aspectos a partir de las relaciones que se establecen en este entorno (Strate; Braga; Levinson, 2019).

Partiendo de una observación cotidiana, podemos preguntarnos: ¿de qué modo Internet, en realidades que tienen acceso a este servicio, ha transformado las formas en que vemos la televisión? Las respuestas a este cuestionamiento suelen indicar que se le dan nuevos usos a esta práctica: desde el hábito de interactuar con múltiples pantallas mientras se ve un programa, por ejemplo, hasta la transformación del ritual colectivo y familiar en una experiencia más individual y de interacción en línea, cuando dejamos de ver por el televisor y pasamos a hacerlo por el teléfono móvil.

O incluso: ¿será que las formas en que, históricamente, el conocimiento se construye y comparte son las mismas de hace un siglo? La escuela es considerada un espacio legítimo y tradicionalmente responsable de la producción y circulación del

⁴ Según la encuesta TIC Educación 2023, el 92% de las escuelas de Enseñanza Primaria y Secundaria del país tienen acceso a Internet..

saber en la sociedad, junto con otras instituciones. Lo que observamos, en este ambiente mediático y digital, es que nuevos saberes y nuevos aprendizajes no solo ocurren en el ambiente formal de aprendizaje, sino que también cobran vida en procesos informales y colaborativos que se constituyen en la cultura mediática y digital, como veremos a lo largo del curso. Debemos cuestionarnos, entonces: ¿estos saberes atraviesan el ambiente escolar y sus dinámicas? ¿Y de qué modo el ambiente escolar y sus dinámicas los atraviesan?

La educación mediática es, así, una de las respuestas a estos cuestionamientos. Es importante resaltar que es una y no la única alternativa, sin la pretensión de ser una tabla de salvación. Su importancia también se refuerza por una premisa simple, pero no siempre evidente, cuando tratamos del ambiente mediático y digital en transformación.

Es común que, al hacer el mismo camino todos los días, dejemos de prestar atención a las características de ese trayecto. De la misma manera, por estar insertos en el ambiente mediático y digital cotidianamente, y hacer un uso cada vez más intenso de estos recursos en nuestras acciones diarias, dejamos de observar el ambiente en sí. El funcionamiento del ambiente mediático digital no siempre es transparente para nosotros.

Por ejemplo: quien escucha la Rádio Nacional da Amazônia sabe que, de lunes a viernes, de 15h a 17h (hora de Brasilia), se transmite el programa Tarde Nacional Amazônia. Pero, ¿quién sigue el programa diariamente sabe cómo se produce, cómo se seleccionan los temas a abordar ese día y cuál es su relación con el hecho de ser una emisora pública de radio? Quien utiliza plataformas digitales de redes sociales percibe que, muchas veces, los contenidos aparecen incluso sin haber sido buscados. Pero, ¿sabe ese usuario cómo funciona esa recomendación de contenido y con base en qué se hace?

"Hacer transparente lo opaco" podría ser un eslogan de las iniciativas de educación mediática. Esto se debe a que, muchas veces, el desconocimiento sobre el funcionamiento del entorno mediático y digital no solo está relacionado con la extrañeza ante la tecnología. No se trata, aquí, solamente de "no saber usar". La opacidad del entorno mediático digital es también una estrategia

de los sistemas de medios y tecnología que, guiados por intereses comerciales y políticos privados, no tienen interés en hacer evidentes los impactos y las repercusiones de su funcionamiento.

Por ello, el análisis crítico proporcionado por la educación mediática es fundamental, así como el reconocimiento de su importancia para promover la autoexpresión creativa y la participación en esos entornos, a partir de la apropiación y la resignificación de formatos, lenguajes y prácticas. Como canta Gil: "es zapzap, es like, es Instagram, todo está muy bien pensado" y necesitamos construir y fortalecer estrategias para no quedar "atrapados" en esas redes, al mismo tiempo que potenciamos sus beneficios.

2.3 EL DERECHO A LA COMUNICACIÓN Y A LA INFORMACIÓN A TRAVÉS DE LA EDUCACIÓN MEDIÁTICA

La pregunta "¿Educación mediática: por qué y para qué?" admite diversas respuestas, ya que son múltiples las posibilidades de concreción y reflexión sobre estas prácticas. Pero, entre todos los caminos a seguir, hay un horizonte común: la comprensión de que la educación mediática es un proceso que contribuye a la garantía y promoción de los derechos humanos y las diversidades.

En la construcción de este horizonte común, partimos del derecho a la comunicación y a la información de calidad como un derecho humano, condición que también implica la lucha por el fortalecimiento de la ciudadanía comunicativa y digital. Cabe recordar que la educación mediática y la educomunicación siempre han tenido el derecho a la comunicación como bandera, especialmente en la actuación de los movimientos populares durante la dictadura militar, a partir de experiencias en estos frentes.

La Declaración Universal de los Derechos Humanos (DUDH), en su Art. 19, afirma que "todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión". Realizaremos un análisis de esta definición a la luz de la educación mediática.

El derecho a la comunicación y a la información puede, a primera vista, no parecer tan concreto como otros derechos, como los derechos a la salud, a la educación o a la vivienda. Esta percepción es interesante para comprender la invisibilidad social de la ciudadanía comunicativa, como sugiere la presentación del libro *Introducción Crítica al Derecho a la Comunicación y a la Información* (Sousa Junior et al., 2017).

La invisibilidad del derecho a la comunicación se sostiene en el intento deliberado de no abrir espacio para el debate sobre este tema. Al fin y al cabo, hablar de este derecho es discutir la concentración mediática en Brasil. Existen pocos grupos que detentan el control y operan los principales medios de comunicación del país. Además, más allá de la concentración, este escenario se caracteriza por fuertes vínculos entre estos grupos y partidos o figuras políticas. Un estudio realizado por el Colectivo Intervozes mostró que, en las elecciones presidenciales de 2022, 45 candidatos a cargos de diputado federal, estatal, senador, gobernador y vicegobernador eran propietarios o tenían vínculos con empresas de medios, incluso a través de relaciones familiares.

Pero, ¿qué significa esto? En un contexto de concentración mediática, vivimos una comunicación menos plural y más sesgada por intereses económicos y políticos privados. Esto se refleja, por ejemplo, en la forma en que se construyen las noticias, en los temas que ganan visibilidad, en las personas que son vistas y oídas y, consecuentemente, en la forma en que aprehendemos el mundo, no solo en el periodismo, sino también en la publicidad y el entretenimiento.

Esta perspectiva cobra aún más fuerza cuando ampliamos nuestra percepción más allá del sistema de radiodifusión y consideramos las plataformas digitales, bajo el mando de grandes empresas de tecnología de carácter internacional, que se concentran en lo que popularmente se conoce como big techs (Morozov, 2018). En este caso, observamos una característica central de este ecosistema: la recopilación, el procesamiento y la monetización de datos como práctica estructurante de sus actividades.

El ejercicio de lectura crítica promovido por la educación mediática nos ayuda a reconocer esas representaciones y a comprender el contexto y las lógicas de producción de los medios de comunicación y las tecnologías. Como vimos, se trata de hacer transparente lo que es opaco. Pero, una vez más, la criticidad es solo uno de los ejes de la educación mediática. La creatividad y la participación abordan otra faceta del derecho a la comunicación: el derecho a transmitir información.

Al trabajar con el reconocimiento de lenguajes, formatos y procesos de producción de los medios de comunicación y tecnologías, la educación mediática permite que esta apropiación se desdoble en potencialidades de autoexpresión y participación en el ambiente mediático y digital. Esto incluye la escuela como espacio de democratización de la comunicación a través de la producción comunicacional. Veremos que, al ir más allá del uso instrumental de los medios y trabajar también la educación a través de los medios, estamos contribuyendo al fortalecimiento de la ciudadanía comunicativa desde el espacio escolar. Al fin y al cabo, cuando hacemos comunicación, aprendemos sobre comunicación.

En la reflexión sobre el ambiente mediático y digital, otro aspecto importante a destacar es el papel de la educación mediática en la promoción de la integridad de la información, entendida como el mantenimiento de la precisión, la confiabilidad y la consistencia de los datos a lo largo de todo su ciclo de vida, asegurando que no sean alterados, corrompidos o distorsionados (ONU, 2024). Este concepto es fundamental en un mundo cada vez más digital, donde la desinformación y las noticias falsas pueden tener impactos graves en la sociedad, desde la tensión política hasta los riesgos para la salud pública. Organizaciones como la ONU (2024) destacan que la integridad de la información es esencial para la democracia, el desarrollo sostenible y la protección de los derechos humanos.

La educación mediática emerge como una herramienta crucial para promover la integridad de la información, instruyendo a los individuos a evaluar críticamente el contenido que consumen y comparten (Unesco, 2013). Al desarrollar habilidades como la verificación de fuentes, la identificación de sesgos y la comprensión de los mecanismos de producción de noticias, las personas se vuelven menos vulnerables a la desinformación.

La Unesco (2013) destaca la importancia de integrar la alfabetización mediática en los sistemas educativos como estrategia esencial para preparar a las nuevas generaciones a actuar de forma crítica y consciente en un entorno informacional cada vez más complejo y en constante transformación.

Documentos como los *Principios Globales de las Naciones Unidas para la Integridad de la Información* (ONU, 2024) y las directrices de la Unesco para la educación mediática (Wilson, 2013; Grizzle *et al.*, 2021) resaltan la necesidad de cooperación entre gobiernos, instituciones educativas y plataformas digitales en la lucha contra la desinformación. La integridad de la información no es solo una cuestión técnica, sino un pilar para sociedades más justas e informadas. Invertir en educación mediática es, por lo tanto, un paso esencial para fortalecer la resiliencia democrática y garantizar que la información sea un bien común, accesible y confiable.

Desde esta perspectiva, la propuesta aquí consiste en comprender la educación mediática a partir de su amplio potencial para contribuir a la formación de sujetos críticos, capaces de apropiarse de las informaciones que reciben, comprenderlas y elaborarlas, transformando la información en conocimiento y en proceso educativo.

En este contexto, la escuela ocupa un lugar central. Ignorar los medios de comunicación o concebirlos solo como "amenazas" o "peligros" no se presenta como un camino adecuado, ya que la comunicación mediática atraviesa, de forma cada vez más intensa y dinámica, todos los aspectos de la vida social. Desconsiderarla o intentar protegerse de su presencia implicaría renunciar al significativo potencial formativo y de aprendizaje que ofrece.

En sentido opuesto, se defiende la construcción de un recorrido en el que la educación mediática se consolide como una herramienta potente para la formación ciudadana en el ámbito educativo. Para ello, es fundamental que la escuela y los profesionales de la educación básica asuman un papel protagonista en este proceso, reconociendo los medios como parte constitutiva de las experiencias formativas contemporáneas.

3 EDUCACIÓN MEDIÁTICA EN LA EDUCACIÓN BÁSICA

No hay alfabetización posible sin el empoderamiento de los sujetos para el uso de los medios a partir de una comprensión social, política, económica y cultural (Buckingham, 2022).

Vivimos un período marcado por transformaciones significativas en las formas de buscar información, relacionarse, comunicarse y consumir contenidos. En este contexto, se vuelve fundamental preparar a niños y adolescentes para lidiar de manera crítica y consciente con estos cambios. Este desafío se intensifica con la creciente presencia de la Inteligencia Artificial (IA), que ya se integra en el cotidiano social, aunque, en muchos casos, su actuación ocurra de forma poco perceptible.

La presencia de la IA puede identificarse en diferentes situaciones cercanas a la vida cotidiana. Entre los ejemplos más recurrentes, destacan las campañas publicitarias que utilizan esta tecnología para recrear o “revivir” artistas, como ocurrió en un anuncio de Volkswagen que promovió un dueto póstumo entre la cantante Elis Regina y su hija, Maria Rita. También hacen uso de IA aplicaciones ampliamente utilizadas, como Netflix, Spotify, Uber, Google Maps y Waze, que recurren a algoritmos para personalizar recomendaciones de contenidos y rutas.

Además, los asistentes virtuales, como Alexa, Siri y Google Assistant, así como los filtros de reconocimiento facial empleados en redes sociales, evidencian cómo la IA se encuentra incorporada a las prácticas comunicacionales y a los hábitos de consumo contemporáneos. Estos ejemplos ilustran la necesidad de comprender críticamente el funcionamiento de estas tecnologías y sus impactos en las experiencias sociales y educativas.

Esta misma tecnología, que facilita nuestra vida o puede ser utilizada en una broma aparentemente despreocupada, también puede ser mal utilizada, captando muchos de nuestros datos sin que lo hayamos autorizado. Hay casos, por ejemplo, de jóvenes

que manipularon fotos de colegas para difundir imágenes falsas y vergonzosas en Internet. Situaciones como esta nos llaman a debatir cuestiones como la ética, los derechos digitales y la necesidad de regulación de las plataformas (lo que no tiene nada que ver con la censura). Y este debate debe comenzar desde la educación básica, desde la escuela. Al fin y al cabo, muchos niños apenas abren los ojos y ya están en contacto con diferentes tipos de medios, ¿verdad? ¿Por qué, entonces, no enseñarles a hacer una mediación adecuada con estos diversos soportes y mensajes?

¿La escuela y sus profesionales pueden ignorar esta realidad? O, al reconocer que ya está establecida, ¿qué tal promoverla como tema de debate, orientar a los/las estudiantes y construir, junto con ellos/ellas, perspectivas éticas de actuar, fundamentadas en los derechos humanos? Al asumir este papel y buscar caminos posibles, la escuela da un paso más firme en la construcción y consolidación de su función civilizadora.

Es en este contexto que se inserta la educación digital y mediática discutida en este tópico. Se muestra fundamental para la formación de niños y adolescentes, no solo en el sentido del uso de los medios y las tecnologías, sino, sobre todo, para la comprensión crítica, ética y responsable de estos entornos y dispositivos. Dicha formación implica, entre otros aspectos:

Entender el modelo de negocio de las plataformas y lo que hacen con nuestros datos;

Discutir temas como salud mental, (ciber)acoso, discurso de odio, estereotipos y representación/representatividad;

Reflexionar sobre los impactos políticos, socioculturales, ambientales y económicos de las tecnologías;

Comprender el papel del periodismo y la libertad de prensa y expresión en el fortalecimiento de las democracias, además del valor de la integridad de la información.

Estos elementos refuerzan la importancia de un enfoque educativo que reconozca los medios y las tecnologías como dimensiones constitutivas de la vida contemporánea y que contribuya a la formación de sujetos críticos y comprometidos con la ciudadanía y los derechos humanos.

Estos asuntos están directamente ligados al desarrollo de la ciudadanía digital, y la Base Nacional Común Curricular (BNCC, 2017) reconoce esta conexión al incluir la educación mediática en el "Campo Periodístico-Mediático", dentro del área de Lengua Portuguesa. El documento estimula en los/las estudiantes brasileños/as la lectura crítica de los medios. Además de la BNCC, otras políticas y programas refuerzan esta importancia formativa, tales como:

Saberes Digitales Docentes (2024), que presenta seis ejes para el uso de tecnologías digitales en la práctica pedagógica: conectividad de calidad para uso pedagógico en todas las escuelas; equipos tecnológicos para uso pedagógico de profesores/as, gestores/as y estudiantes; tecnología para apoyar una gestión eficiente en la integración de datos y sistemas; recursos educativos digitales alineados a la BNCC; desarrollo de los saberes digitales de profesionales de la educación básica; currículos alineados a la BNCC, contemplando la ciudadanía digital. <https://www.gov.br/mec/pt-br/escolas-conectadas/20240822MatrizSaberesDigitais.pdf>.

Política Nacional de Educación Digital – PNED (2023), Ley nº 14.533/2023, instituida para fomentar el desarrollo de competencias digitales en la educación. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/lei/l14533.htm.

Estrategia Brasileña de Educación Mediática – EBEM (2023), creada a partir de consulta pública y basada en seis ejes, con foco en la educación básica. La EBEM prevé revisiones bienales, con nueva edición prevista para 2025. https://www.gov.br/secom/pt-br/arquivos/2023_secom-spdiigi_estrategia-brasileira-de-educacao-midiatica.pdf.

Estrategia Nacional Escuelas Conectadas (2023), que busca articular acciones para universalizar la conectividad de calidad con fines pedagógicos y administrativos en las escuelas públicas de educación básica. <https://www.gov.br/mcom/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/programas-projetos-acoes-obras-e-atividades/estrategia-nacional-de-escolas-conectadas-enec>.

Escuela a Tiempo Completo (2023), que fomenta la creación de matrículas a tiempo completo (igual o superior a 7 horas diarias o 35 horas semanales) en todas las etapas y modalidades de la educación básica. Disponible en: <https://www.gov.br/mec/pt-br/escola-em-tempo-integral>.

Anexo de Computación de la BNCC (2022), que trata de cultura digital en el currículo escolar. <https://www.gov.br/mec/pt-br/escolas-conectadas/BNCCComputaoCompletoDiagramado.pdf>.

Política de Innovación Educación Conectada – PIED (2021) / Ley nº 14.180/2021, que instituye la Política de Innovación Educación Conectada. <https://www.gov.br/mec/pt-br/assuntos/eb/piec>.

Ley 13.185 (2015), que instituye el Programa de Intimidación Sistemática (bullying). https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13185.htm.

Plan Nacional de Educación – PNE (2014), que trata de los temas relacionados con la educación digital. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l13005.htm.

Ley nº 13.006 (2014), que altera la Ley nº 9.394/1996 (Ley de Directrices y Bases de la Educación Nacional), determinando que las escuelas de educación básica, públicas y privadas, incluyan en su currículo la exhibición de películas nacionales por, como mínimo, dos horas mensuales, como forma de valorización de la cultura y producción audiovisual brasileña. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l13006.htm.

Plano Nacional de Educação em Direitos Humanos – PNEDH (2006), busca consolidar un proyecto de sociedad pautado en la democracia, ciudadanía y justicia social, promoviendo la construcción de una cultura de derechos humanos basada en la solidaridad y en el respeto a las diversidades. <https://www.gov.br/mdh/pt-br/navegue-por-temas/educacao-em-direitos-humanos/plano-nacional-de-educacao-em-direitos-humanos>.

¿SABÍAS QUE LA EDUCACIÓN MEDIÁTICA TIENE TANTAS INTERFACES Y ESTÁ ASOCIADA A DIVERSAS LEYES, PROGRAMAS Y PLANES?

Corresponde a la escuela contribuir para que niños y jóvenes desarrollen competencias para vivir bien en este mundo conectado: interpretar, producir y compartir información de manera responsable y ética, además de entender cómo los algoritmos, las redes y las tecnologías influyen en nuestra vida. El desarrollo de esta habilidad de comprensión de este "mundo conectado" es esencial para que niños y jóvenes logren participar, disfrutar y contribuir con este mundo. Pero también para que puedan "transitar" en este medio de forma cuidadosa y protegida.

Así como, al cruzar una calle concurrida, debemos ser capaces de mapear los diversos usos y descifrar el código de tránsito (mirar a ambos lados, cruzar por el paso de peatones, respetar la señalización, etc.), también necesitamos, en el ambiente virtual, comprender los riesgos existentes para adoptar un comportamiento protector.

Por ejemplo: imagine que una tendencia viral esté circulando y los niños de su escuela decidan adherirse, grabando un video o creando un carrusel para Instagram. Supongamos que esta grabación ocurre frente a la escuela, con los/las estudiantes usando el uniforme escolar. En una ciudad con cinco mil habitantes, ¿esta exposición puede representar algún riesgo? ¿Y en una ciudad con más de 500 mil personas? ¿Y en otra, con 5 millones?

Sabemos que existen videos de supuestos expertos que señalan riesgos en este tipo de situación, mientras que otros no los ven de la misma manera, dependiendo de cómo analizan y construyen sus percepciones. Ante esto, ¿cómo nos posicionamos desde una educación mediática que, al mismo tiempo que reconoce la importancia de vivir en este mundo conectado, también defiende la protección de niños y jóvenes como un derecho humano fundamental?

Es en este sentido que proponemos la unión de la discusión sobre educación mediática, derechos humanos y el papel de la escuela como agente formador.

Desde esta perspectiva, la educación mediática no es un "extra", sino parte de la formación integral. La escuela necesita trabajar las cuestiones planteadas por la educación digital y mediática, bajo el riesgo de mantenerse ajena a su tiempo. Si será a través de una disciplina específica o de forma transversal –que, en general, es lo que se recomienda para la educación básica–, es la propia institución la que tendrá libertad para decidir, según su estructura.

Cabe destacar que la comprensión, por parte del gobierno federal, de la importancia de la educación digital y mediática ha impulsado la creación de políticas complementarias y articuladas, fortaleciendo el tema y posibilitando a las escuelas condiciones reales para promover la ciudadanía digital en sus comunidades escolares.

Además de las políticas ya presentadas, podemos citar las convocatorias del Programa Nacional del Libro y del Material Didáctico (PNLD) que, desde 2024, han pasado a contemplar la educación mediática como componente. Así, los/las profesores/as que trabajen el tema en el aula tendrán, de hecho, materiales que sirvan como brújula.

No hay dudas de que cada política, cada acción en este sentido, fue estructurada por estudiosos/as y especialistas del área, orientados por el compromiso con la construcción cotidiana de una sociedad democrática y de derecho.

Sin embargo, lo que se ha planificado y establecido como meta necesita ser alimentado por la práctica cotidiana. Es decir, es

fundamental reflexionar sobre cómo lo definido se materializa en las realidades escolares, considerando sus múltiples diversidades. Así, preguntamos: ¿sería posible que ustedes, a partir de sus contextos, señalaran cómo estas cuestiones se han manifestado en su escuela?

PARA INSPIRARSE

Acceso a la información

¿Sabías que existe una ley en Brasil que promueve el derecho de acceso a la información? La educación mediática y digital tiene una relación directa con la Ley de Acceso a la Información (LAI), Ley nº 12.527/2011, que representa un marco fundamental para la consolidación de la democracia y el fortalecimiento de la transparencia en el país.

Al garantizar el derecho de cualquier persona, física o jurídica, de solicitar y recibir información pública de los órganos y entidades de los tres poderes, en todos los niveles de gobierno, la LAI posibilita la rendición de cuentas de la administración pública. Esta apertura informativa no solo amplía la responsabilización de los/as gestores/as, sino que también fomenta la participación ciudadana y contribuye a la construcción de una sociedad más informada y comprometida con las cuestiones públicas.

En este contexto de defensa y promoción del derecho de acceso a la información, se destaca el Foro de Derecho de Acceso a Informaciones Públicas. Creado en 2003, el Foro es una coalición de organizaciones de la sociedad civil, medios de comunicación, investigadores/as y grupos de investigación que actúan activamente en el monitoreo de la implementación de la LAI, en la articulación de respuestas a amenazas a este derecho y en la difusión de la importancia de la transparencia para la sociedad brasileña. El Foro desempeña un papel crucial en la defensa de la plena aplicación de la ley y en el perfeccionamiento de los mecanismos de acceso a la información en el país. Para saber más sobre sus acciones, acceda a: <https://informacaopublica.org.br/>.

¿Qué tal si estimulamos a niños y adolescentes a investigar datos públicos o incluso a presentar una solicitud de acceso a la información a algún organismo? Más información sobre cómo se puede hacer esto está disponible en: <https://www.gov.br/acessoainformacao/pt-br>.

INSTIGACIONES/CURIOSIDADES SOBRE EL TEMA

Hemos visto que Cineduc es un hito en la historia de la educación mediática en Brasil desde su creación en la década de 1970, inspirado en la experiencia del Plan-DENI. Es interesante observar que el cine y el lenguaje audiovisual están presentes en la historia del uso de los medios de comunicación en la educación en Brasil, incluso a través de políticas públicas sobre el tema. Al revisar esta trayectoria, podemos percibir diferentes enfoques que reflejan tanto el contexto de cada época como la comprensión de la propia comunicación y sus materialidades.

El Movimiento de la Escuela Nueva inspiró, ya en la década de 1920, las primeras articulaciones entre cine y educación, insertadas en las propuestas de reforma del programa educativo brasileño. Entre las recomendaciones sobre el tema, estaba el uso del cine como recurso educativo. La regulación de la integración del cine en las escuelas ocurrió en la reforma de la enseñanza secundaria del entonces Distrito Federal (actualmente, Río de Janeiro), que determinó la instalación de proyectores en las escuelas y el uso del cine en la enseñanza científica, histórica, geográfica y artística, iniciando un movimiento a favor del cine educativo. Sin embargo, la falta de recursos financieros y técnicos dificultó la implementación de la propuesta.

En el estado de São Paulo, ya en 1931, se organizó e implementó un plan de cine educativo que preveía que las escuelas promovieran sesiones de películas de carácter educativo o recreativo. Las sesiones recreativas estaban abiertas a la comunidad, mientras que las sesiones educativas estaban integradas en el plan pedagógico. También en la década de 1930, Getúlio Vargas creó el Instituto Nacional de Cine Educativo (INCE). Hasta 1966, cuando fue descontinuado, el INCE produjo más de treinta películas educativas por año (Franco, 2004).

Transcurrido más de un siglo desde las primeras políticas y directrices dirigidas a estos lenguajes, el cine y el audiovisual, en general, se han consolidado como importantes objetos de estudio y como recursos pedagógicos con amplias posibilidades de uso en la educación para, por y con los medios.

¿Ha utilizado el cine en sus prácticas pedagógicas? ¿Qué tipo de película suele utilizar? ¿Hay alguna película que le haya llamado la atención y que utilice con frecuencia con sus alumnos/as? ¿Este uso se caracterizó como educación para, por o con los medios? ¿Cómo visualiza otras formas de abordar el cine o el lenguaje audiovisual en sus prácticas?

Otras experiencias que reflexionan sobre el cine en la educación son fuentes de inspiración para ampliar las posibilidades de acción en la educación mediática. La Red Latinoamericana de Educación, Cine y Audiovisual (Rede Kino) pone a disposición, en su portal, una serie de publicaciones y proyectos sobre el tema. Uno de ellos es CiNEIclube, proyecto de extensión de la Universidad Federal de Rio Grande do Norte (UFRN), en funcionamiento desde 2017, que tiene como objetivo promover prácticas cineclubistas en el ambiente escolar con el protagonismo de niños y jóvenes participantes. Las acciones tienen lugar en el Colegio de Aplicación de la UFRN e involucran la curaduría y la mediación de las sesiones del cineclub, talleres de producción audiovisual, además de actividades formativas con profesores/as. En 2024, la actuación se ha ampliado a escuelas de Educación Infantil, Enseñanza Fundamental y Enseñanza Media de la ciudad de Natal y región.

Como producto del proyecto, la actividad Críticos de Cine: la voz y el turno de los niños promueve la elaboración de críticas sobre películas, series y otras producciones audiovisuales por parte de los propios alumnos. Conozca más sobre el proyecto e inspirese: https://www.instagram.com/cineiclube_/.

Otras referencias se pueden encontrar en Rede Kino: <https://www.redekino.com.br/>.

¿QUÉ ES UN CINECLUB?

Es un espacio para la apreciación, reflexión y discusión sobre películas y otras producciones audiovisuales. Los cineclubes son entornos importantes para la educación mediática, ya que promueven el sentido crítico tanto sobre este lenguaje como sobre los temas que aborda.

¿Está interesado en crear un cineclub en su escuela? El Ministerio de Cultura lanzó, en 2024, el manual "Cine cerca de todos: cineclubes en todas partes". Acceda en: <https://www.gov.br/cultura/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/cartilha-cineclubes-2/cartilha-cineclubes.pdf>.

ESTUDIO DE CASO

Hoy en día, muchos niños y adolescentes se involucran con contenidos virales en las redes sociales. Algunas tendencias o "modas", como también se les llama, terminan reproduciendo discursos discriminatorios, como chistes ofensivos sobre mujeres, personas gordas, negras o LGBTQIA+. A menudo, estos contenidos circulan sin que los/las estudiantes perciban su potencial de exclusión o de violencia simbólica. Ante esto, ¿cómo pueden los/las profesionales de la educación intervenir pedagógicamente a partir de la educación mediática?

La educación mediática contribuye al fortalecimiento de una mirada crítica y también potencia la expresión creativa. Considerando la importancia del reconocimiento de las percepciones y los entendimientos de los/las estudiantes sobre el entorno mediático-digital, una propuesta de intervención puede partir de una rueda de conversación que tenga como elemento generador de debate la presentación de videos de tendencias estereotipadas y discriminatorias. El objetivo es, a través del análisis de estos materiales y de otros ejemplos compartidos por ellos/ellas, promover una lectura crítica de los contenidos viralizados. La conversación puede ser guiada por preguntas como:

- ¿Qué llama la atención en el contenido?
- ¿Quién aparece y cómo se representa?
- ¿Hay estereotipos de género, raza o clase?
- ¿Qué tipo de humor o lenguaje se utiliza?
- ¿Hay algo en este contenido que le incomoda?

Perciba que estos cuestionamientos se relacionan con la perspectiva del análisis textual, explicada por Buckingham (2003; 2022) como aquella que tiene por objetivo auxiliar a los/las

estudiantes a percibir los significados y las intencionalidades en los contenidos mediáticos. Se trata tanto de un proceso de sensibilización como de identificación de características y discursos presentes en los videos.

Es posible seguir profundizando en la discusión trayendo elementos que están relacionados con el análisis contextual, es decir, con la comprensión de las lógicas de producción de estos contenidos, considerando quién los produce, por dónde circulan, cuáles son sus intereses y para qué públicos están destinados. Así, salimos de una perspectiva más centrada en la crítica al mensaje en sí para reflexionar sobre su contexto. Esto es importante porque, muchas veces, no reconocemos cómo funciona el ambiente mediático-digital y cómo este ecosistema influye y es influenciado por nuestras percepciones y acciones.

Una sugerencia de actividad, en este momento, es una investigación guiada sobre el recorrido de la tendencia, a realizarse en grupos, con posterior socialización de los resultados con la clase. Como sugerencia de puntos a investigar:

- ¿Quién creó la tendencia y en qué contexto?
- ¿Cómo se extendió? ¿Qué públicos se involucraron con ella?
- ¿Qué papeles desempeñaron el algoritmo y las plataformas de redes sociales para que este contenido se volviera viral?
- ¿Qué impacto puede tener en quien consume o reproduce este contenido?

Las discusiones generadas en las etapas anteriores son importantes para apoyar las actividades de producción creativa. Aquí, el objetivo es fortalecer la expresión de los/as estudiantes con intencionalidad crítica y analítica: la creación de contratendencias, es decir, de nuevos contenidos que se opongan a lo que fue analizado. Cada grupo debe crear una respuesta a la tendencia investigada, usando el formato que mejor se adapte a la realidad local. Puede ser un video, un meme, una canción, un cartel, un texto, una ilustración o un podcast. Lo importante es que este nuevo producto sea la concreción de las reflexiones realizadas a lo largo del proceso de educación mediática y que pueda ser, también, objeto de nuevas reflexiones sobre los temas abordados.

La educación mediática no es una receta preestablecida. Es necesario considerar tanto las demandas que generan la intencionalidad de las acciones como las realidades particulares de cada contexto de actuación.

¿Cómo trabajaría una propuesta de educación mediática orientada al análisis crítico de tendencias en su contexto de actuación? Y más aún: ¿cómo se articulan las actividades propuestas con las habilidades previstas en la BNCC?

ACTUALIDADES

El Consejo Nacional de Educación (CNE) publicó, en marzo de 2025, nuevas directrices para orientar el uso de dispositivos digitales, como teléfonos celulares, en las escuelas. La propuesta busca fortalecer el uso pedagógico de la tecnología y ampliar la formación de los estudiantes en educación digital y mediática, siempre de manera crítica, responsable y ética.

De acuerdo con estas directrices, el uso de teléfonos celulares y otros dispositivos por estudiantes solo está permitido cuando esté relacionado con actividades educativas y, siempre, con el acompañamiento de los profesores. Fuera de estas situaciones, el uso no es recomendado, incluso durante los recreos y los momentos de ocio.

En la Educación Infantil, el uso de pantallas debe ser bastante limitado, pudiendo ocurrir solo en situaciones excepcionales, con una mediación atenta de los/as profesores/as y sin perjuicio para el desarrollo de los niños y niñas. En los primeros años de la Enseñanza Primaria, el uso debe ser equilibrado y alineado con el desarrollo de otras habilidades, mientras que en la Enseñanza Primaria II y la Enseñanza Secundaria se recomienda un enfoque progresivo que favorezca la construcción de la autonomía digital de los/as alumnos/as.

Las escuelas, en diálogo con la comunidad escolar, deben definir cómo guardar y organizar los dispositivos durante el horario de clases, siempre considerando situaciones que exijan excepciones, como cuestiones de accesibilidad, salud, seguridad o garantía de derechos. Es decir, cada institución tiene libertad para decidir cómo se guardarán estos dispositivos, ya sea por razones de seguridad, privacidad o incluso para que este cuidado no recaiga sobre los/as profesores/as. De cualquier manera, es importante resaltar que ya se discute la adopción de cajas recolectoras, lugares específicos en cada aula o incluso el uso de la propia mochila de los/as estudiantes. Entre errores y aciertos de esta fase inicial, la idea es que la experiencia funcione.

Además de las directrices sobre el uso de teléfonos móviles, el documento también refuerza la importancia de que las redes y las escuelas promuevan la formación continua de profesores/as y equipos, fortaleciendo la preparación pedagógica para el trabajo con tecnologías digitales y con la educación mediática. Otro punto a destacar es el cuidado del bienestar emocional de los/las estudiantes, indicando que las escuelas creen ambientes acogedores y estrategias de prevención y atención a la salud mental.

Las directrices también prevén que, hasta 2026, los currículos escolares incorporen, de forma estructurada, el trabajo con educación digital y mediática, siempre alineado a la BNCC. El objetivo es garantizar que los/las estudiantes desarrollen competencias para participar activa y críticamente en el mundo digital, comprendiendo tanto el uso responsable de las tecnologías como los desafíos éticos y sociales involucrados en este tema.

Más que prohibir el uso de teléfonos móviles durante el horario escolar, las nuevas directrices indican que la escuela tiene un papel esencial en la formación de ciudadanos conscientes, preparados para lidiar con la tecnología y los medios de forma ética, crítica y segura (Mec, 2025).

Implementada en Brasil desde el inicio del año escolar 2025, ¿cómo impactó esta directriz la realidad de su escuela? ¿Qué cambios percibió con su adopción en la vida escolar diaria?

SOBRE LA CURRICULARIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN DIGITAL Y MEDIÁTICA

Como desdoblamiento de la Resolución CNE/CEB N.º 2/2025, el MEC, en colaboración con la SPDIGI/SECOM-PR, lanzó, en mayo de 2025, la guía "Educación digital y mediática: cómo elaborar e implementar el currículo en las escuelas". Se trata de un documento orientador, destinado a apoyar el proceso de toma de decisiones por parte de gestores y líderes educativos sobre el tema.

La guía presenta definiciones, marcos legales y fundamentos pedagógicos para subsidiar la curricularización de la educación digital y mediática, además de compartir caminos para su operacionalización, tanto en la adopción o adaptación del currículo de referencia del estado como en la elaboración de currículos autorales. Con base en experiencias anteriores de implementación de la BNCC, el documento propone un paso a paso con acciones estratégicas para orientar este proceso:

1. Identificar los currículos ya en proceso de actualización vía estado o municipios;
2. Movilizar territorios;
3. Estructurar regímenes de colaboración;
4. Mapear especialistas por etapa de enseñanza;
5. Calificar a los miembros del grupo de trabajo y alinear directrices;
6. Identificar y establecer alianzas;
7. Implementar consultas públicas con comunidades escolares;
8. Instaurar una forma de participación municipal para la decisión sobre un componente específico o transversal;
9. Integrar el complemento BNCC en los ciclos de gestión ya previstos.

MÁS INFORMACIÓN

Directrices operativas nacionales sobre el uso de dispositivos digitales en espacios escolares e integración curricular de educación digital y mediática: https://www.gov.br/mec/pt-br/cne/2025/marco/rceb002_25.pdf.

Educación digital y mediática: cómo elaborar e implementar el currículo en las escuelas: <https://mecred.mec.gov.br/colecao/16303>.

PELÍCULAS

Para comprender mejor la fuerza de los algoritmos, de las grandes empresas tecnológicas y la relevancia de la educación digital y mediática en la sociedad, sugerimos algunas películas para que vea. Pero recuerde: la propuesta no es aprender sobre la tecnología en sí, sino percibir cómo funciona la cultura digital y cómo se realiza el proceso de formación crítica promovido por la educación mediática. Al fin y al cabo, las tecnologías están en constante evolución, y jamás lograríamos aprenderlas o comprenderlas por completo.

Sin embargo, al entender sus entresijos, sus intersecciones con el poder económico y político y los impactos que provocan en nuestras vidas, estaremos siempre un paso adelante y más preparados para lidiar con todas las tecnologías, ¿verdad?

Ahora, apague la luz, coja las palomitas... ¡y disfrute de la película! Para colaborar, sugerimos algunos títulos:

- ***Fake News* – basado en hechos reales** (2017): documental brasileño que investiga el fenómeno de las *fake news* en varios países.
- **Privacidad hackeada** (2019): muestra el caso de Cambridge Analytica y cómo las redes sociales pueden influir en nuestro comportamiento e incluso en nuestro voto.
- **Hoaxed** (2019): documental que muestra una visión particular sobre los medios de comunicación corporativos, el fenómeno de las *fake news* y sus consecuencias.
- **Red de Odio** (2020): revela la desregulación del marketing digital y su impacto en la política.
- **El dilema de las redes** (2020): documental de Netflix sobre los algoritmos de las redes sociales y su impacto en la sociedad.
- **Después de la verdad – desinformación y el costo de las *fake news*** (2020): documental de HBO que examina el fenómeno actual de las *fake news* en los Estados Unidos de América y su impacto en el ciudadano común.

FORMACIÓN EN LÍNEA Y GRATUITA

Si desea profundizar en el tema de la educación mediática, dispone de cursos en línea, gratuitos y autodirigidos en la plataforma AVAMEC (Ambiente Virtual de Aprendizaje del Ministerio de Educación), resultado de una asociación entre la Secretaría de Comunicación de la Presidencia de la República y organizaciones de la sociedad civil. Acceda a la Colección de Cursos de Educación Mediática de AVAMEC: <https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/educacao-midiatica/coletanea>.

NAVEGUE CON SEGURIDAD – ORGANIZACIONES NACIONALES

A continuación, sugerimos una serie de sitios web en los que puede encontrar información y materiales de calidad sobre educación mediática, alfabetización mediática e informacional, educomunicación y medios de comunicación. A partir de ellos, es posible acceder a otras redes y organizaciones, ya que nuestra propuesta no es –ni sería posible– presentar una lista completa de todas las instituciones que actúan en el área.

Asociación Brasileña de Investigadores y Profesionales en Educomunicación (ABPEducom): <https://abpeducom.org.br/>.

Agencia Joven de Noticias: <https://agenciajovem.org/>.

Agencia de Noticias de los Alumnos de la Red (ANDAR): <https://multi.rio/andar/>.

ANDI Comunicación y Derechos: <https://andi.org.br/>.

CINEAD/LECAV (Cine y Educación/Laboratorio de Educación, Cine y Audiovisual de la Facultad de Educación de la UFRJ): <https://cinead.org/>.

COAR Noticias: <https://coarnoticias.com.br/manuais-regionais/>.

Coordinación General de Educación Mediática de la Secretaría de Políticas Digitales de la Secretaría de Comunicación de la Presidencia de la República: <https://www.gov.br/secom/pt-br/composicao/orgaos-especificos-singulares/secretaria-de-politicas-digitais/departamento-de-direitos-na-rede-e-educacao-midiatica/coordenacao-geral-de-educacao-midiatica>.

EducaMídia: <https://educamidia.org.br/>.

EMERGE: Centro de Investigación y Producción en Comunicación y Emergencia: <http://emerge.uff.br/>.

Grupo Alternativas Mediáticas:
<https://fic.edu.uy/grupo/alternativas-mediaticas>.⁵

landé Comunicación y Educación:
<https://www.midiaeducacao.com/>.

Prensa Joven:
<https://educacao.sme.prefeitura.sp.gov.br/educomunicacao/im-prensa-jovem/>

Instituto Alana: <https://alana.org.br/>.

Instituto Devir Educom:
<https://www.devireducom.org.br/memorias-em-rede>.

Instituto Íris - Mapeo de experiencias de educación mediática en Brasil:
<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1r8C1OA4QuOGETGB3On-9ln-biYXnOgjnKeoN5bHm3Bg/edit?gid=1723597755#gid=1723597755>.

Instituto Vero: <https://institutofelipeneto.org.br/#vero>.

⁵ En la dirección https://drive.google.com/file/d/1_-A9q99pOWdhexuUUYrjvLRrE0diF3yV/view, encontrará una publicación sobre Democracia Digital y Participación, material que puede servir como referencia relevante para acciones y proyectos desarrollados en el ámbito escolar.

Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social::

<https://intervozes.org.br/>.

Laboratório de Políticas de Comunicação de la UnB (LAPCOM):

<https://www.lapcom.unb.br/>.

Letransmídia – Narrativas Mediáticas y Práticas Sociales:

<https://linktr.ee/letransmidia>.

Multirio: <https://www.multirio.rj.gov.br/>.

Primera Semana Brasileira de Educação Mediática:

<https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/educacao-midiatica/1asbem#:~:text=A%201a%20edi%C3%A7%C3%A3o%20da%20Semana,da%20educa%C3%A7%C3%A3o%20para%20a%20democracia>.

Programa Comunicação Comunitaria de la UnB:

<https://www.youtube.com/comcomunitaria>.

Público en la Escuela: <https://www.publico.pt/publico-na-escola>.

Redes Cordiales: <https://www.redescordiais.org.br/>.

Rede Nacional de Combate a la Desinformación (RNCD):

<https://rncd.org/>.

Segunda Semana Brasileira de Educação Mediática:

<https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/educacao-midiatica/2asbem>.

Seminário Internacional de Educação Mediática y Combate a la Desinformación:

https://www.youtube.com/channel/UCXfX_Fu3UayBC_3N-LZbySA.

STF - Programa de Combate a la Desinformación:

<https://portal.stf.jus.br/desinformacao/>.

Vaza Falsiane: <https://vazafalsiane.com/curso/>.

Viração Educomunicação: <https://viracao.org/>.

NAVEGUE CON SEGURIDAD – ORGANIZACIONES INTERNACIONALES

Asian Network of News & Information Educators (ANNIE):

<https://www.annieasia.org/>.

Aasia-pacific Media and Information Literacy Education Centre:

<https://nordmedianetwork.org/de-westernising-media-literacy-japan/>.

Baltic Engagement Centre for Combating Information Disorders

(BECID): <https://becid.eu/>.

Bulgarian Media Literacy Coalition: <https://gramoten.li/>

Cine y Educación:

<https://www.educomunicacion.es/cineyeducacion/index.htm>.

CLEMI: <https://www.clemi.fr/>.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL):

<https://www.cepal.org/es>.

Éducation aux Médias et à l'Information:

<https://educationauxmedias.ch/>.

European Association for Viewers Interests (EAVI):

<https://eavi.eu/>.

European Digital Media Observatory (EDMO): <https://edmo.eu/>.

First Draft News: <https://firstdraftnews.org/>.

Global Youth News Media:

<https://www.globalyouthandnewsmediaprize.net/>.

Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur

(GMK) (Professional Association for Media Education, Media Literacy and Communication Culture): <https://www.gmk-net.de/ueber-die-gmk/about-gmk/>.

Grupo Informal sobre Literacia Mediática (GILM):

<https://www.gilm.pt/>.

Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE):
<https://www.ilce.edu.mx/>.

Kavi: <https://kavi.fi/>.

Literacia e Educação Mediática em Linha (LEME):
<https://milobs.pt/recurso/leme-literacia-e-educacao-mediatica-em-linha/>.

Lie Detectors: <https://lie-detectors.org/>.

LSE – Media Policy Project: <https://blogs.lse.ac.uk/medialse/>.

MED – Associazione Italiana Media Education:
<https://www.medmediaeducation.it/>.

Media & Information Literacy (UNAOC/Unesco):
<https://milunesco.unaoc.org/>.

Media and Learning Association: <https://media-and-learning.eu/>.

Média Animation: <https://media-animation.be/>.

Media Education Lab: <https://mediaeducationlab.com/>.

Media Literacy Ireland: <https://www.medialiteracyireland.ie/>.

Media Literacy Network (MEDLITNET):
<https://medlitnetwork.wordpress.com/>.

Media Literacy Now: <https://medialiteracynow.org/>.

Media Smart: <https://mediasmart.uk.com/>.

Mediapfade: <https://medialepfade.org/>.

Mediawijzer.net (Media Literacy Network):
<https://netwerkmediawijzsheid.nl/>.

Mil for Asean Network: <https://aseanmil.org/>.

Milobs – Observatorio sobre Medios, Información y Alfabetización: <https://milobs.pt/>.

Name: <https://namle.org/>.

News Literacy Resources for Classrooms:

<https://www.common sense.org/education/articles/news-literacy-resources-for-classrooms#News%20Literacy%20Courses%20and%20Curricula>.

Nordicom - International Clearinghouse on Children, Youth and Media: <https://www.nordicom.gu.se/en>.

Radar X/RTP:

<https://www.rtp.pt/play/zigzag/p6232/e428657/radar-xs>.
Red Educom: <https://www.rededucom.org/>.

Rede Interuniversitária Euroamericana de Investigação sobre Competências Midiáticas para a Cidadania (ALFAMED):

<https://www.alfamed-news.com/>.

Unesco: <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy>.

REPOSITORIO DE EDUCACIÓN MEDIÁTICA PARA PERSONAS MAYORES

La educación mediática es para todas las edades, no solo para quienes están en la escuela. Por eso, ¿qué tal si echas un vistazo al repositorio de actividades dirigidas a personas mayores, preparado por el gobierno federal en colaboración con organizaciones de la sociedad civil?: <https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/educacao-midiatica/repositorio-geral/pessoa-idosa>.

PUBLICACIONES PERIÓDICAS

Sugerimos dos de las revistas más relevantes sobre educación mediática: la española *Revista Comunicar* y la nacional *Comunicação e Educação*. También incluimos dos publicaciones recientes que abordan el tema de la educación mediática y que pueden ser útiles en las actividades realizadas por educadores y educadoras.

Revista Comunicar:

<https://www.revistacomunicar.com/index.php?idioma=pt>.

Comunicação e Educação:

<https://www.revistas.usp.br/comueduc>.

Journal of Latin American Communication Research – número especial sobre educación mediática:
: <https://journal.pubalaic.org/index.php/jlacr/issue/view/24>.

Media Development – número especial sobre educación mediática: <https://waccglobal.org/media-development-2023-3-articles/>.

¿PUEDO CONFIAR?

La verificación de la veracidad de la información es esencial en un mundo marcado por el exceso de datos, especialmente con el avance de las redes sociales. Una de las técnicas más utilizadas es la comprobación de fuentes, que consiste en analizar si el origen de la información es fiable, como sitios web oficiales, expertos reconocidos o medios de comunicación con credibilidad. Además, es importante verificar si la noticia también ha sido publicada por otros medios de comunicación, lo que puede indicar mayor fiabilidad.

Otro método eficaz es el análisis del contexto de la información. Muchas noticias falsas utilizan datos reales, pero fuera de contexto, distorsionando su significado original. Para evitar esto, se recomienda verificar la fecha de publicación, el escenario en el que se divulgó la información y compararla con hechos ya consolidados. Herramientas como Google Fact Check ayudan a identificar si una determinada noticia ya ha sido verificada por agencias especializadas.

El Ministerio de Salud publicó una secuencia de publicaciones con buenos consejos, a los que se puede acceder en: https://www.instagram.com/minsaude/p/DH6B9ltMf0i/?img_index=1. A continuación, una de las imágenes utilizadas con orientaciones para la comprobación de la veracidad de la información:



Fuente: Ministerio de Salud (2025)

Descripción de la imagen: la imagen tiene un fondo gris y presenta rectángulos de colores conectados por un hilo, formando un camino para la verificación de información. El primer rectángulo es azul y tiene, en letras amarillas: "Paso a paso para verificar la veracidad de una publicación". El segundo rectángulo es verde y muestra, en letras negras: "a) Identifique la fuente: verifique si la información proviene de organismos oficiales, como el Ministerio de Salud, o de instituciones reconocidas". Encima del rectángulo, hay la ilustración de una lupa. El tercer rectángulo es amarillo y contiene, también en negro: "b) Verifique la fecha: la información desactualizada puede ser irrelevante o incorrecta en el contexto actual". Hay la ilustración de un calendario en el lado derecho. El cuarto rectángulo es verde claro y presenta, en negro: "c) Busque confirmación: vea si otros vehículos confiables están reportando la misma información". La imagen al lado muestra una mano sosteniendo un celular, con el símbolo de verificación (✓) en verde y blanco y líneas representando un texto. El quinto rectángulo es amarillo, con la frase: "d) Utilice plataformas de verificación: herramientas especializadas pueden ayudar a verificar la autenticidad de las noticias". Al lado, hay la ilustración de una laptop con un objetivo. El último rectángulo es verde y exhibe la frase: "e) Evite compartir sin certeza: si hay duda, no propague la información". En la esquina inferior izquierda, hay una ilustración de una campanilla amarilla.

La verificación de imágenes y videos también es fundamental, ya que muchos contenidos falsos utilizan manipulaciones o recortes engañosos. Plataformas como *TinEye* permiten rastrear el origen de una imagen para confirmar su autenticidad. Además, es posible analizar metadatos de archivos para identificar posibles alteraciones o ediciones.

La consulta a agencias de verificación de hechos (*fact-checking*), como Aos Fatos, Lupa y AFP Checamos, es una forma confiable de verificar informaciones dudosas. Estas organizaciones siguen metodologías rigurosas y se basan en evidencias para desmentir o validar noticias.

Adoptar estas precauciones en la vida cotidiana es esencial para combatir la desinformación y promover un consumo crítico y responsable de la información.

LEGISLACIÓN

Hoy Brasil cuenta con la Estrategia Brasileña de Educación Mediática (EBEM), que se configura como la política nacional de educación mediática del país. Pero, para que ella llegara hasta aquí, no bastaría el escenario actual. Es fundamental reconocer todo el historial de políticas públicas anteriormente implementadas, que ya trataban de temas como conectividad, educación digital, tecnologías de la información y comunicación (TIC), audiovisual y educación, educomunicación, entre otros.

Es importante reconocer esta trayectoria que nos trajo hasta este punto. Por ello, presentamos a continuación una especie de línea de tiempo con algunas de esas políticas, normas y documentos que contribuyeron a la construcción de lo que hoy entendemos como educación mediática. ¿Se acuerda usted de todas ellas? ¿Cómo impactaron estas políticas en su escuela?

Aproveche esta línea de tiempo para reflexionar sobre la importancia de que los gobiernos estructuren políticas de Estado sólidas, que puedan permanecer a lo largo del tiempo, evitando rupturas y discontinuidades. Observe también si cada nueva legislación vino acompañada de una preocupación por la formación de profesionales de la educación y si esas políticas

ayudaron a preparar el camino para la implementación de las directrices actuales, que aquí reunimos a partir del Catálogo de Políticas Públicas del Instituto de Investigación Económica Aplicada (IPEA), lanzado en 2022. Este catálogo es una plataforma virtual que reúne informaciones sobre políticas públicas implementadas en Brasil en las últimas décadas, en el ámbito del Poder Ejecutivo Federal.

Cabe aclarar que, de acuerdo con el IPEA, las políticas públicas se definen como “todas aquellas iniciativas clasificadas por los diferentes órganos que componen el aparato estatal como políticas nacionales, programas gubernamentales y planes”.

Entendemos que la Educación Mediática se conecta con diversas áreas del conocimiento y con diferentes políticas públicas. Por eso mismo, dentro del gobierno, cuenta con diversos socios. Sin embargo, para este momento, priorizamos el área de la Educación. Cabe recordar, por ejemplo, el Plan Nacional de Educación en Derechos Humanos (PNEDH), que tiene como uno de sus cinco ejes el tema Educación y Medios, y como uno de sus principios la sostenibilidad socioambiental.

El área de Educación del catálogo reúne 76 políticas públicas creadas a partir de la década de 1970 —siendo la más reciente registrada en enero de 2025 (no incluida aquí por no relacionarse directamente con el tema tratado). Las políticas públicas son formuladas por medio de leyes y decretos y tienen como público objetivo no solo estudiantes y profesores/as, sino también la población en general, las instituciones de enseñanza y los grupos sociales históricamente minorizados. Es importante destacar que hicimos aquí un recorte temporal a partir de 1988, año de la promulgación de la Constitución Federal.

Además de las políticas presentes en el Catálogo, incluimos también otros documentos importantes, como el Decreto n° 11.362, que crea la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República (SECOM-PR), y la Ordenanza SECOM n° 1, así como las Directrices Curriculares Nacionales para los cursos de Periodismo y Pedagogía, que consideramos fundamentales para reflexionar sobre la formación de los/las profesionales esenciales para el fortalecimiento de la EBEM y de la política nacional de educación mediática.

Destacamos además el ECA, instituido por la Ley n° 8.069/1990, considerado una de las legislaciones más avanzadas del mundo orientadas a la protección integral de niños y adolescentes. El ECA trata, entre otros temas, la relación de este público con los medios de comunicación, asegurando el derecho a la información, a la comunicación y a la protección contra contenidos inadecuados. También garantiza el acceso a la información, atribuye responsabilidades a los medios de comunicación, trata de la Clasificación Indicativa (Ordenanza n° 1.189/2018), además de abordar aspectos de regulación y fiscalización ya previstos en la Constitución de 1988. Merece destacar además la prohibición de la publicidad engañosa o abusiva dirigida al público infantil, asegurando que las comunicaciones mercadológicas respeten la vulnerabilidad de niños y adolescentes.

Finalmente, incluimos la Ley General de Protección de Datos Personales (LGPD) – Ley n° 13.709/2018, que regula las actividades de tratamiento de datos personales en Brasil. El Art. 14, en especial, trata de la protección de datos de niños y adolescentes, previendo reglas específicas que refuerzan el principio constitucional de la prioridad absoluta del interés de este público.

VOCABULARIO

Agencias de verificación de hechos

Organizaciones especializadas en la verificación de hechos, con un enfoque en el combate a la desinformación y la promoción de la integridad de la información.

Alfabetización mediática e informacional (AMI)

Conjunto de competencias que integra alfabetización informacional, mediática y digital. Busca el uso ético y crítico de los medios y las tecnologías, la evaluación de fuentes y contenidos, y la producción responsable de información. La perspectiva de la Unesco es una referencia internacional en este campo.

Big techs

Grandes empresas de tecnología, como Alphabet, Meta y Amazon, que ejercen una influencia significativa sobre los flujos de información, las prácticas sociales y las políticas, siendo foco de debates sobre regulación, uso de datos y poder informacional.

Cine

El Séptimo Arte, que combina sonido e imagen en movimiento para narrar historias, promover la reflexión y entretener. También es un recurso pedagógico importante en la educación mediática.

Comunicación educativa

Perspectiva que comprende la comunicación como un proceso formativo dialógico, centrado en el intercambio y la construcción colectiva de significados, tal como lo propone Mario Kaplún.

Desinformación

Contenido falso o engañoso, difundido intencionalmente o no. La educación mediática busca formar sujetos críticos para reconocerla y combatirla.

Derecho a la comunicación

Derecho humano que comprende la libertad de expresión, el acceso a la información y la participación en los medios de comunicación.

Dispositivos digitales

Herramientas tecnológicas como teléfonos móviles, tabletas y computadoras, utilizadas para acceder, producir y compartir contenido en el entorno digital.

Ecología de los medios

Enfoque teórico que comprende el entorno mediático como un ecosistema, en el cual los medios nuevos y tradicionales coexisten y se influyen mutuamente, moldeando percepciones y prácticas sociales.

Ecosistema comunicativo

Red de relaciones y prácticas comunicacionales en un determinado contexto, como la escuela. Puede ser más o menos dialógico, dependiendo de la participación, diversidad de voces y apertura a la expresión (ver también Educomunicación).

Educomunicación

Paradigma o campo de intervención que articula educación y comunicación para fortalecer la ciudadanía y la participación social. Valora y promueve la creación de ecosistemas comunicativos abiertos, democráticos y creativos, con relaciones horizontalizadas y producción colaborativa de contenidos en diversas lenguajes e instrumentos de expresión. Sus áreas de intervención incluyen: educación para los medios; expresión

comunicativa a través de las artes; pedagogía de la comunicación; producción mediática; educomunicación socioambiental; gestión de la comunicación; mediaciones tecnológicas en el espacio educativo, entre otras.

Educación con, para/sobre y a través de los medios

Tres dimensiones complementarias de la interfaz entre comunicación y educación: **Con**: uso de los medios como recurso pedagógico; **Para/sobre**: análisis crítico de los contenidos mediáticos; **A través de**: producción de contenido por los estudiantes como práctica formativa.

Educación digital (según la *Guía de Educación Digital y Mediática: cómo elaborar e implementar el currículo en las escuelas*)

Área interdisciplinar que contempla competencias y aprendizajes previstos en la BNCC relativos al uso de tecnologías, comunicación, análisis de información y medios, cultura digital, mundo digital y pensamiento computacional.

Educación mediática⁶ (conforme a la *Guía de Educación Digital y Mediática: cómo elaborar e implementar el currículo en las escuelas*)

Proceso formativo que busca desarrollar en los individuos la capacidad de acceder, analizar, crear y participar críticamente en el ambiente informacional y mediático, tanto físico como digital, promoviendo el uso consciente de los medios. Va más allá de una alfabetización digital instrumental, englobando la comprensión crítica de los mensajes en los diferentes medios, la identificación de información confiable y el combate a la desinformación, por ejemplo. Estimula también la curaduría; la autoría crítica, creativa y responsable, y una mayor participación ciudadana. Se relaciona además con el concepto de Integridad de la Información (ver definición sobre el término) y, en el contexto brasileño, con la Educomunicación.

Estrategia Brasileña de Educación Mediática (EBEM)

Conjunto de acciones coordinadas por la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República (SECOM-

⁶ Según el entendimiento del Consejo Nacional de Educación (CNE), "la educación digital y mediática debe ser entendida como un área interdisciplinaria, con colaboración entre diferentes disciplinas y áreas de conocimiento, como historia de las técnicas y de las ciencias, humanidades digitales, sociología de la ciencia, ciencia de la computación, ciencias sociales computacionales, multialfabetizaciones, comunicación, alfabetización computacional, matemática y educación lingüística, entre otras".

PR), en articulación con varios organismos del gobierno y socios nacionales e internacionales. Tiene como foco promover la educación mediática en Brasil y crear políticas públicas en esta área, con énfasis en la educación básica. Creada en 2023, por medio de consulta pública, será revisada periódicamente cada dos años.

Integridad de la información

Principio que asegura la precisión, la fiabilidad y la consistencia de los datos. La educación mediática es un instrumento esencial para su promoción, principalmente frente a la desinformación. El concepto cobró protagonismo a partir de 2022 con el lanzamiento, por parte de la ONU, del documento "Information Integrity: Forging a Pathway to Truth, Resilience and Trust" (Integridad de la Información: Forjando un Camino hacia la Verdad, la Resiliencia y la Confianza) y, en 2023, del Policy Brief 8, que trata la integridad de la información en plataformas digitales.

Inteligencia Artificial (IA) (definición del Parlamento Europeo)

Capacidad de una máquina para reproducir competencias similares a las humanas, como el razonamiento, el aprendizaje, la planificación y la creatividad. Requiere atención ética y crítica en cuanto a su uso y desarrollo.

Periodismo

Actividad profesional dedicada a la recopilación, análisis y difusión de información de interés público. Cumple un papel esencial para la democracia y es objeto de análisis crítico en la educación mediática.

Materialidades

Se refieren a los soportes técnicos y lenguajes de los medios, como impresos, digitales, audiovisuales, etc., que influyen en los modos de producción, circulación y recepción de contenidos.

Medios de comunicación

Canales a través de los cuales circulan informaciones y mensajes, como la televisión, la radio, Internet, el cine y la prensa. Deben ser analizados de forma crítica en la formación ciudadana.

Memes

Expresiones culturales digitales ampliamente compartidas, a menudo con humor, ironía o crítica. Son recursos potentes para el análisis y la creación en prácticas pedagógicas.

Medios

Término amplio que se refiere a los medios y plataformas de mediación de la comunicación, incluyendo tanto los tradicionales (TV, radio, periódico) como los digitales (redes sociales, aplicaciones, sitios web).

Medios sociales

Entorno en línea que permite la interacción entre usuarios, así como el intercambio de información, opiniones y contenidos diversos.

Plataformas digitales

Infraestructuras tecnológicas que intermedian relaciones y flujos de información entre usuarios. Su modelo de negocio generalmente se basa en la recopilación, análisis y monetización de datos personales.

Publicidad

Estrategia comunicacional orientada a la promoción de productos, servicios o ideas, con el objetivo de influir en los comportamientos de consumo. Es objeto de análisis en la educación mediática.

Responsabilidad social de los medios y rendición de cuentas (*accountability*)

Compromiso de los medios de comunicación con la ética, la diversidad, la calidad de la información y la promoción de los derechos humanos. El concepto de *accountability* implica la responsabilidad de los medios por lo que publican, con el deber de corregir errores, buscar la mejora continua y considerar el impacto de sus publicaciones en la sociedad. Implica la obligación de adoptar una postura ética, respetando los derechos humanos y, en el caso del periodismo, velando por una investigación correcta, precisa e imparcial.

Tecnologías de la comunicación e información (TIC)

Herramientas y sistemas que median y posibilitan la producción, circulación y acceso a la información, como Internet, radio, televisión, redes sociales, aplicaciones y dispositivos móviles.

Trend

Término en inglés para "tendencia". En el entorno digital, se refiere a contenidos, comportamientos o formatos que se vuelven populares rápidamente. Pueden ser analizados críticamente en prácticas pedagógicas.

LÍNEA DE TIEMPO DE POLÍTICAS PÚBLICAS - EDUCACIÓN MEDIÁTICA

Programa Nacional de Bibliotecas de Instituciones de Educación Superior (Decreto n.º 98.964) – 16/02/1990

<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1990/decreto-98964-16-fevereiro-1990-328455-publicacaooriginal-1-pe.html>.

Estatuto del Niño y del Adolescente – ECA (Ley n.º 8.069) – 13/07/1990

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm.

Ley de Directrices y Bases de la Educación Nacional (Ley n.º 9.394) – 20/12/1996

http://portal.mec.gov.br/seesp/arquivos/pdf/lei9394_ldbn1.pdf.

Programa Nacional Biblioteca en la Escuela – PNBE (Ordenanza n.º 584) – 28/04/1997 (Revogado el 18/07/2017)

<https://catalogo.ipea.gov.br/politica/770/programa-nacional-biblioteca-na-escola-pnbe>.

Directrices Curriculares Nacionales para el Curso de Graduación en Pedagogía – Licenciatura (Resolución CNE/CP n.º 1) – 15/05/2006

http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rcp01_06.pdf.

Programa Nacional de Tecnología Educativa - ProInfo (Decreto n.º 6.300) – 12/12/2007

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/decreto/d6300.htm.

Directrices Curriculares Nacionales para el Curso de Periodismo (Ordenanza n.º 203/2009) – 12/02/2009

http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/documento_final_curso_s_jornalismo.pdf.

Programa Más Educación (Decreto n.º 7.083/2010) – 27/01/2010

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/decreto/d7083.htm.

⁷ En 2023, el artículo 4º de la LDB recibió el inciso XII, que trata de la educación digital, garantizando conectividad de alta velocidad a las instituciones públicas de enseñanza y promoviendo el desarrollo de competencias como la alfabetización digital, la creación de contenidos, la seguridad y la resolución de problemas (Ley nº 14.533/2023).

Programa de un computador por alumno - PROUCA (Decreto nº 7.243) – 26/07/2010
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/decreto/d7243.htm.

Plan Nacional de Educación 2014-2024 (Ley nº 13.005) – 25/06/2014
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l13005.htm.

Ley que establece las directrices y bases de la educación nacional, para obligar la exhibición de películas de producción nacional en las escuelas de educación básica (Ley nº 13.006) – 26/06/2014
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l13006.htm.

Política Nacional de Formación de los Profesionales de la Educación Básica (Decreto nº 8.752) – 09/05/2016
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/decreto/d8752.htm.

Programa de Innovación Educación Conectada (Decreto nº 9.204) – 23/11/2017
<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/2017/decreto-9204-23-novembro-2017-785784-publicacaooriginal-154288-pe.html>.

Base Nacional Común Curricular - BNCC (Resolución CNE/CP nº 2) – 22/12/2017
<https://www.gov.br/mec/pt-br/cne/base-nacional-comum-curricular-bncc>.

Política Nacional de Lectura y Escritura (Ley nº 13.696) – 12/07/2018
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13696.htm.

Clasificación Indicativa (Ordenanza nº 1.189) – 03/08/2018
<https://andi.org.br/wp-content/uploads/2020/12/andi-portaria-no-1-189-de-03-de-agosto-de-2018-classificacao-indicativa-portariamj11892018.pdf>.

Ley General de Protección de Datos - LGPD (Ley nº 13.709) – 14/08/2018
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm.

Aprobación de la Estructura Regimental y del Cuadro Demostrativo de los Cargos en Comisión y de las Funciones de Confianza de la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República y reubicación de cargos en comisión y funciones de confianza. (Decreto nº 11.362) – 01/01/2023
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/decreto/D11362.htm.

Creación del Departamento de Derechos en la Red y Educación Mediática; Coordinación General de Educación Mediática y de la Coordinación de Proyectos de Educación Mediática (Ordenanza SECOM nº 1) – 19/01/2023
<https://www.in.gov.br/web/dou/-/portaria-secom/pr-n-1-de-19-de-janeiro-de-2023-459239225>.

Política de Innovación Educación Conectada - PIEC (Ley nº 14.180/2021) – 01/07/2021
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/l14180.htm.

Base Nacional Común Curricular - Anexo Computacional (Dictamen CNE/CEB nº 2/2022) – 03/10/2022
http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=235511-pceb002-22&category_slug=fevereiro-2022-pdf&Itemid=30192
http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=235511-pceb002-22&category_slug=fevereiro-2022-pdf&Itemid=30192.

Política Nacional de Educación Digital - PNED (Ley nº 14.533) – 11/01/2023
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/lei/l14533.htm.

Programa Escuela de Tiempo Integral (Ley nº 14.640) – 31/07/2023
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2023-2026/2023/Lei/L14640.htm.

Estrategia Nacional de Escuelas Conectadas - ENEC (Decreto n° 11.713) – 26/09/2023

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/decreto/D11713.htm#:~:text=DECRET.

Ley que criminaliza el Bullying y el Cyberbullying (Ley n° 14.811) – 12/01/2024

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2024/lei/l14811.htm.

Programa Manuel Querino de Calificación Social y Profesional – PMQ (Resolución CODEFAT n° 995) – 21/02/2024

<https://www legisweb.com.br/legislacao/?id=455916>.

Matriz de Saberes Digitales Docentes⁸ – 29/08/2024

<https://www.gov.br/mec/pt-br/escolas-conectadas/20240822MatrizSaberesDigitais.pdf>.

Directrices Operativas Nacionales sobre el uso de dispositivos digitales en espacios escolares y la integración curricular de la educación digital y mediática (Resolución CNE/CEB n° 2/2025) – 21/03/2025

<https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/resolucao-cne/ceb-n-2-de-21-de-marco-de-2025-619301726>.

Existen diversas normas aprobadas y vigentes, de aplicación obligatoria, que se relacionan con la educación digital y mediática. La Política de Innovación Educación Conectada (PIEC), por ejemplo, está en vigor desde 2021, y la BNCC Computación fue homologada por el CNE en 2022. Por su parte, la Política Nacional de Educación Digital (PNED), la Estrategia Brasileña de Educación Mediática (EBEM) y la Estrategia Nacional de Escuelas Conectadas (ENEC) son iniciativas lanzadas en 2023.

A principios de 2025, el Gobierno aprobó la restricción del uso de teléfonos móviles y, en marzo del mismo año, se publicó la Resolución de la Cámara de Educación Básica del Consejo Nacional de Educación (CNE), que establece las Directrices Operativas Nacionales sobre el uso de dispositivos digitales en espacios escolares y la integración curricular de la educación digital y mediática en la educación básica.

⁸ Documento que sirve de guía para apoyar a los educadores en el desarrollo de competencias para el uso pedagógico e intencional de las tecnologías digitales en el aula.

De acuerdo con esta resolución, todas las redes de educación básica del país deberán, aún en 2025, adaptar sus currículos y planes de formación docente a la temática de la educación digital y mediática. A partir de 2026, se iniciará la efectiva incorporación del componente de educación mediática en las aulas, en todas las etapas: desde la educación infantil hasta la enseñanza media. Esta directriz se suma a los cambios en las bases del Programa Nacional del Libro y del Material Didáctico (PNLD), que, por primera vez, pasaron a incluir el tema de la educación mediática en todos los niveles de enseñanza.

Cabe destacar que cada etapa debe traer alteraciones y perspectivas propias. Es decir, en una red de enseñanza, la educación mediática podrá ser insertada como una disciplina; en otra, podrá ser abordada de forma transversal. Esta definición debe ser realizada internamente, conforme a la estructura y las demandas locales, con posterior aprobación de los consejos municipales o estatales de educación.

Para apoyar la adaptación de las redes a la educación digital y mediática, el documento Referencial de Saberes Digitales Docentes y las herramientas de autodiagnóstico desarrolladas por el MEC están disponibles en la plataforma AVAMEC. A partir del autodiagnóstico, es posible identificar los cursos más indicados para los/las profesores/as. Hay además webinarios, talleres grabados y la plataforma MECRED, que reúne diversos recursos digitales abiertos y guías, como:

Guía para el uso de celulares en la escuela: guía para las escuelas: <https://mecred.mec.gov.br/recurso/364589?collectionId=16247>.

Guía para el uso de celulares en la escuela: guía para las redes: <https://mecred.mec.gov.br/recurso/364590?collectionId=16247>.

ASIMILE

La educación mediática es el proceso de desarrollar, en los/as estudiantes, la capacidad de acceder, analizar, evaluar, producir e interactuar con los medios de forma crítica, ética y creativa. Va más allá del simple uso de la tecnología: propone una mirada atenta sobre cómo los medios moldean nuestra forma de pensar, actuar y relacionarnos con el mundo.

Los tres pilares de la educación mediática, según David Buckingham, son:

Análisis textual – qué dicen los medios y cómo lo dicen;

Análisis contextual – quién produce, para quién y en qué condiciones;

Producción creativa – aprender haciendo comunicación.

La **Alfabetización Mediática e Informativa (AMI)**, promovida por la Unesco, articula habilidades de lectura crítica de los medios, uso ético de la información y dominio de las tecnologías digitales, con foco en la ciudadanía y los derechos humanos.

Por su parte, la **Educomunicación** parte del principio de que toda acción educativa es también una acción comunicativa, y busca fortalecer ecosistemas comunicativos en las escuelas que sean inclusivos, democráticos y creativos, a través de sus diferentes áreas de intervención.

REFLEXIONE

Niños, niñas y adolescentes aprenden con y en el entorno mediático digital todo el tiempo, dentro y fuera del aula. Ya sea a través de videos cortos, memes, juegos o redes sociales, están en contacto constante con narrativas, lenguajes y valores que influyen en sus identidades y visiones del mundo. Por ello, la escuela, junto con la familia, el Estado y la sociedad, debe asumir un papel activo en la formación crítica, creativa y participativa para el uso de los medios, reconociendo que educar para los medios es también educar para la ciudadanía, para el respeto y para la diversidad.

¿Cómo es el ecosistema comunicativo de su escuela? ¿Valora la escucha, la participación y la producción de los y las estudiantes?

ATENCIÓN

El Consejo Nacional de Educación (CNE) publicó, el 24 de marzo de 2025, la Resolución CNE/CEB n° 2/20259, que instituye las Directrices Operativas Nacionales sobre el uso de dispositivos digitales en espacios escolares y la integración curricular de la educación digital y mediática.

La Resolución presenta algunos puntos relevantes, como la integración de la educación digital y mediática al currículo escolar, alineada con la BNCC; la permisión del uso de dispositivos digitales, como celulares, solo con fines pedagógicos, con la mediación de los educadores; y la exigencia de que los sistemas de enseñanza e instituciones implementen estrategias de formación continua para profesores y profesionales de la educación, a fin de prepararlos para el uso pedagógico eficaz de las tecnologías digitales.

Esta medida busca, de cierta forma, proteger la salud mental, física y psíquica de los y las estudiantes, promoviendo un ambiente más acogedor en la escuela. Al mismo tiempo, al garantizar la intencionalidad pedagógica en las prácticas, se asegura la efectivización de las acciones preventivas y participativas – derechos de niños, niñas y adolescentes previstos por el ECA.

⁹ Disponible en: https://www.gov.br/mec/pt-br/cne/2025/marco/rceb002_25.pdf.

REFERENCIAS

ALMEIDA, L. **Projetos de intervenção em educomunicação**. Campina Grande: Editora da UFCG, 2024.

BRASIL. Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República. **Estrategia Brasileña de Educación Mediática**. Brasília, DF: Coordinación General de Educación Mediática, 2023. Disponible en: https://www.gov.br/secom/pt-br/arquivos/2023_secom-spdigi_estrategia-brasileira-de-educacao-midiatica.pdf. Acceso el: 10 mayo 2025.

BUCKINGHAM, D. **Manifiesto por la educación mediática**. São Paulo: Edições SESC, 2022.

CASTELLS, M. **La sociedad red**. São Paulo: Paz & Terra, 1999.

FANTIN, M. **Mídia-Educação**: conceptos, experiencias, diálogos Brasil-Italia. Florianópolis: Cidade Futura, 2006.

FREINET, C. **El periódico escolar**. Lisboa: Editorial Estampa, 1974.

GRIZZLE, A. *et al.* **Media and information literate citizens**: i think critically, click wisely! París: Unesco, 2023.

IBGE. **Coordinación de Encuestas por Muestra de Domicilios**. Acceso a internet y a la televisión y posesión de teléfono móvil celular para uso personal 2023. Río de Janeiro: IBGE, 2024. Disponible en: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv102107_informativo.pdf. Acceso el: 14 abr. 2025.

JENKINS, H. **Cultura de la convergencia**. São Paulo: Aleph, 2009.

KAPLÚN, M. Una pedagogía de la comunicación. In: APARICI, R. (org.). **Educomunicação**: más allá del 2.0. São Paulo: Paulinas, 2014. p. 59-80.

KAPLÚN, M. **Una pedagogía de la comunicación (el comunicador popular)**. Habana: Editorial Caminos, 2002.

LIMA, V. A. **Medios**: teoría y política. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2009.

MOROZOV, E. **Big tech**: el ascenso de los datos y la muerte de la política. São Paulo: Ubu, 2018.

ONU. **Principios globales de las Naciones Unidas para la integridad de la información**. 2024. Disponible en: https://brasil.un.org/sites/default/files/2024-07/ONU_PrincipiosGlobais_IntegridadeDaInformacao_20240624.pdf. Acceso el: 10 de abril. 2025.

OROZCO GÓMEZ, G. **Recepción mediática, aprendizajes y ciudadanía**. São Paulo: Paulinas, 2014

PAULINO, F.O. **Responsabilidad social de los medios: análisis conceptual y perspectivas de aplicación en Brasil, Portugal y España**. Brasília: Casa das Musas, 2008. Disponible en: http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=99823. Acceso el: 10 de abril. 2025.

PAULINO, F. O.; MARTINS DA SILVA, L. **Comunicación pública en debate**: defensor del pueblo y radio. Brasília: Editora da UnB, 2013, Disponible en: <https://livros.unb.br/index.php/portal/catalog/book/8>. Acceso el: 10 de abril. 2025.

RAMOS, P. **Tres décadas de educomunicación en América Latina**: los cambios desde el plan Deni. Quito: OCCLAC, 2003.

SANTAELLA, L. **La cultura de los medios**. São Paulo: Experimento, 2001.

SIQUEIRA, A. B. de. Educación para los medios: de la inoculación a la preparación. **Educação & Sociedade**, Campinas, v. 29, n. 105, p. 1.043-1.066, sep. 2008. Disponible en: <https://doi.org/10.1590/S0101-73302008000400006> Acceso el: 17 jun. 2025.

SOARES, I. de O. La emergencia de un nuevo campo y el perfil de sus profesionales. **Contacto**: Revista Brasileira de Comunicação, Arte y Educación, Brasília, Senado Federal, n. 2, p. 19-75, 1999.

SOARES, I. de O. **Educomunicação**: el concepto, el profesional, la aplicación: contribuciones para la reforma de la enseñanza media. São Paulo: Paulinas, 2011.

SOARES, I. de O. Educomunicação y educación mediática: vertientes históricas de aproximación entre comunicación y educación. **Comunicação & Educação**, São Paulo, Brasil, v. 19, n. 2, p. 15-26, 2014. Disponible en: <https://revistas.usp.br/comueduc/article/view/72037>. Acceso el: 9 mayo 2025.

SOARES, I. de O. Entrevista con Ismar de Oliveira Soares: la educomunicação. **Nuevas Miradas**, São Paulo, Año 6, n. 12, p. 35-41, 2003. Disponible en: <https://revistas.usp.br/novosolhares/article/view/51389>. Acceso el: 15 abr. 2025.

SODRÉ, M. **Antropológica del espejo**: una teoría de la comunicación lineal y en red. Petrópolis: Vozes, 2006.

STRATE, L., BRAGA, A., LEVINSON, P. **Introducción a la ecología de medios**. Rio de Janeiro: PUC-Rio; Ediciones Loyola, 2019.

SOUSA JUNIOR, J. *et al* (org.). **Introducción crítica al derecho a la información y a la comunicación en la perspectiva de O Direito Achado na Rua**. Brasília: FAC Livros, 2017. Disponible en: <https://livros.unb.br/index.php/portal/catalog/book/26>. Acceso el: 15 abr. 2025.

TRAQUINA, N. **Teorías del periodismo**. Florianópolis: Insular, 2005.

VALENTE, J. C. L. Tecnología, información y poder: de las plataformas en línea a los monopolios digitales. **Sociedad y Estado**, Brasília, v. 35, n. 3, p. 1.051-1.052, 2020. Disponible en: <https://periodicos.unb.br/index.php/sociedade/article/view/35544>. Acceso el: 14 abr. 2025.

WILSON, C. *et al.* **Alfabetización mediática e informacional:** currículo para la formación de profesores. Brasília: Unesco; UFMT, 2013.

XAVIER, I. **El discurso cinematográfico:** la opacidad y la transparencia. São Paulo: Paz e Terra, 2003.