

XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires, 2009.

Los niños de la sociedad de la información y del conocimiento.

De la Ilata Gómez Dania Eliza.

Cita:

De la Ilata Gómez Dania Eliza (2009). *Los niños de la sociedad de la información y del conocimiento. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-062/210>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Los niños de la sociedad de la información y del conocimiento

De la Ilata Gómez Dania Eliza

DECS, Universidad de Guadalajara

dania_18@hotmail.com

Introducción

Estamos en una sociedad de redes, de conexiones e interacción. La vida plantea cuestiones de acceso, símbolos, inclusión y exclusión; nuestra existencia está siendo mercantilizada, la comida, los bienes que producimos, los servicios que intercambiamos y la experiencia cultural que compartimos. (Contin y Merino, 2001)

Con la llegada del mundo virtual, vivimos un proceso de construcción de diferentes formas de sociabilidad por medio de los símbolos, llamadas por Mayans (2002) nuevas interacciones, que generan nuevas sociabilidades y que también incide en la construcción de las nuevas culturas.

Mi interés al igual que el de algunos investigadores es que las nuevas generaciones están usando y constantemente recreando un lenguaje nuevo, o al menos, le están dando nuevos usos al lenguaje materno, una de las características de esos nuevos lenguajes es proponer palabras y conceptos casi irremplazables, acuñados o traídos gracias al llamado argot ciberpopular (Gómez, 2006) los cuales nos proporcionan cambios en todos los ámbitos sociales, pero principalmente en el educativo en donde los niños y los adolescentes conviven la mayor parte de su tiempo, en este espacio de interacción que ha superado lo tradicional, la comunicación cara a cara, se recrean significados nuevos que ponen al usuario en un estado de mediatización y de alerta en los procesos de aprendizaje y socialización.

Esta sociedad informatizada se encuentra relacionada con un espacio mediático, que no es otra cosa que el nuevo ambiente global, todas las comunicaciones, intercambios y desplazamientos que se producen entre la gente están mediatizados, un sistema en donde la importancia del sujeto mediatizado es primordial, tanto en el uso como en el desuso de los medios de comunicación en la creación del conocimiento.

Este trabajo manifiesta la importancia que tiene una descripción del desarrollo de competencias mediáticas de los niños de primaria en el uso y consumo de internet.

Algunos psicólogos han mencionado que existen tres bloques funcionales del cerebro el primero mantiene el tonus necesario de la corteza, (estado de alerta), el cual es indispensable para que los procesos receptivos, formativos de control y reelaboradores de información transcurran eficazmente; el segundo bloque asegura el proceso mismo de recibir, reelaborar y conservar la información que es procedente del mundo exterior y le llega al hombre, y el tercero elabora los programas de comportamiento, garantiza y regula su ejecución y participa en el control del cumplimiento eficaz de los mismos; (Ardila y Ostrosky-Solis, 1991) estos bloques permiten la constante actividad del cerebro, aquellos niños que utilizan medios de comunicación como lo es internet desarrollan competencias mediáticas, en un estado específico que mejora el aprendizaje; por lo tanto desarrollar una descripción de estos tipos de habilidades desarrolladas por los niños a diferencia de otros niños que no utilizan este medio puede mejorar la visión de los modelos educativos que se encuentran sujetos a esquemas tradicionales.

Muchos educadores lo han mencionado en trabajos anteriores, se requiere un modelo educativo sujeto a nuestra realidad (sociedad del conocimiento) en donde se debe de formar personas competentes en el uso de los nuevos lenguajes y ser más críticos y creativos en la producción de mensajes y en la resolución de problemas; pero, para esto se necesitan datos empíricos y medibles, es decir un diagnóstico del uso y consumo de internet en los niños a nivel primaria y además la descripción de habilidades que se adquieren con el uso de estos medios; esto pretende dar posibilidades de modificaciones curriculares principalmente en las prácticas de enseñanza y aprendizajes infantiles.

Conceptualización

El fenómeno Internet destaca particularmente porque se trata de un instrumento que facilita a las personas el rápido acceso a cantidades infinitas de información, a un costo “relativamente accesible”, sobre cualquier índole y proveniente de cualquier rincón del mundo. Será por esta razón entonces que se escucha hablar de una Sociedad de la Información, un conglomerado humano que parece tener ahora toda la información que desee a su alcance.

Internet lo defino como un medio de comunicación personal y social que se encuentra estructurado por nodos y redes de información sin fronteras ni espacios determinados.

Al hablar de competencias, me remonto a dos conceptos; primero a sus orígenes.

Los orígenes de competencias datan desde dos vertientes, por un lado su origen en la lingüística y por el otro su origen en el trabajo, Chomsky construyó en 1964 el concepto de competencias lingüísticas con el cual buscaba no solo dar identidad a un conjunto de saberes, sino también sentar las bases sobre los procesos en los que se podría fincar el futuro de sus líneas de estudio de esa disciplina; y por el lado del trabajo se refiere a una estrategia que se apoya fundamentalmente en el análisis de tareas, a partir de la cual se busca determinar las etapas puntuales en las que se debe formar a un técnico medio, adquisición de habilidades y destrezas que le permitan un desempeño eficiente en su labor (Díaz, 2006).

El segundo concepto lo retomo de A. Poloniato, (2002:129) que la define como *“los saberes interiorizados y compartidos que se movilizan para el desempeño de los individuos en la vida práctica, intelectual y afectiva, es decir para el actuar, conocer, comprender, comunicarse e interpretar”*

Por lo tanto al hablar de competencias me refiero a aquellos saberes interiorizados aprendidos y compartidos que se movilizan para el desempeño de los individuos en todas las esferas sociales, lo cual le permite un desempeño eficiente en su labor.

Teniendo claro el concepto de competencia lo uno al de mediáticas y para definir este concepto parto de uno de los conceptos de mediatización de Orozco (Denis, 2007) que la define como la interferencia de mediaciones e interacciones basadas en dispositivos teleinformacionales.

Otro concepto que tomo a consideración es el concepto de Ibarra de competencias mediáticas que las define como la capacidad semiótica general para integrar, comprender y producir mensajes. (Ibarra, 2007) en términos operativos, se refiere a la capacidad de apropiarse, producir y usar para sí desarrollo autogestivo y de autoaprendizaje, los equipos y aparatos electrónicos, la organización escolar y curricular, los medios y canales de información y comunicación.

Por lo tanto al hablar de competencias mediáticas me refiero a aquellas habilidades y saberes interiorizados aprendidos y compartidos que se movilizan para el desempeño de los individuos en el uso y consumo de los medios de comunicación en este caso internet lo cual le permite un desempeño eficiente.

Este trabajo sugiere que los niños desarrollan diferentes tipos de competencias mediáticas al utilizar internet, y que además estas competencias son desarrolladas en un estado específico, el estado específico es el estado mental del cerebro del ser humano; esto ha sido abordado por diferentes autores, principalmente el enfoque de A. Poloniato (2002) que menciona que las competencias mediáticas se clasifican principalmente en 3 tipos los cuales son puestos a discusión, ¿en qué me

baso para decir que existen tipos de competencias mediáticas en los individuos en especial en niños y que los desarrollan en un estado específico? Existen estudios psicológico (Ardila y Ostrosky-Solis, 1991) sobre los procesos psíquicos del cerebro tanto en adultos como en niños, los cuales mencionan que los niños desarrollan habilidades cognoscitivas, las cuales incorporan habilidades sociales y la correcta utilización del lenguaje, cabe aclarar que todos los niños desarrollan estas competencias, sin embargo el aprendizaje de estas competencias van a depender de varios factores, sin embargo en un diagnóstico educativo de este tipo solo voy a tomar en consideración uno de ellos; que es el estado psicosocial del cerebro en el momento del aprendizaje de los niños, esto es, la posición en la que se encuentra el cerebro en el momento de la exposición a los medios.

Existen varios usos que se le dan al internet y por esta razón los clasifico en dos tipos: uso educativo el cual, lo defino como aquella capacidad del estudiante para resolver demandas escolares con el uso de internet, y usos lúdicos, la palabra lúdico no tiene una definición específica, lúdico significa relativo al juego, sin embargo cuando hablo de usos lúdicos, me refiero a aquellos usos tanto sociales como individuales que el internauta maneja, con un fin específico.

Medios de comunicación e interacción en la sociedad de la información: Revolución de la *inteligencia*

La búsqueda constante del *hombre* por satisfacer cada vez mejor su necesidad de comunicación, ha sido el impulso que ha logrado la instauración en el mundo de instrumentos cada día más poderosos y veloces en el *proceso* comunicativo; el hombre ha tenido la necesidad de comunicarse, de expresar sus sentimientos, ideas, pensamientos, emociones, como también su necesidad de buscar, de conocer, de saber, y por supuesto de obtener información creada, expresada y transmitida por los otros.

Este crecimiento acelerado ha tenido resultados positivos en el ser humano, sin embargo existe en términos de (Martín-Barbero, 1999) un malestar en la modernidad, esto es, nos encontramos en un desordenamiento cultural y en un descentramiento que provoca dicha modernidad; ¿a qué se refiere cuando habla de un desordenamiento cultural? Las nuevas generaciones se encuentran separadas de la cultura del pasado, teniendo que recombinar memorias y reapropiarse de términos y de una modernidad descentralizada, existe una combinación desmesurada de culturas locales e internacionales que desmeritan las raíces de las primeras sobre las segundas.

Además, existe una preocupación constante sobre el proceso de comunicación, ¿en qué lugar se coloca todo el proceso de comunicación?; existe un problema en la forma de comunicarnos, pues las nuevas tecnologías utilizan nuevas formas de comunicación, una comunicación que se define

como simbólica, en donde no nada más se comunica uno con el otro, sino uno con muchos y viceversa; para los interaccionistas los seres humanos continuamente ajustamos nuestras creencias a acciones de otros actores, se adjudican estas acciones, solo porque somos capaces de asignar significados de ellos, tratamos como objetos de significados diferentes, líneas de acción antes de actuar; el proceso es construir nuestra habilidad pensando acerca y reaccionando a nuestras acciones en relación con los objetos simbólicos; somos participantes activos que construimos nuestro mundo social, creando negociaciones de significados, y de emociones entre miembros de la sociedad y de esta manera recreando temporalmente relaciones que están en constante movimiento. (Bryant y Miron, 2004) Existen diferentes tipos de interpretación, las cuales son provenientes de emociones de las personas, del lenguaje y de las instituciones culturales, puesto que son construidas socialmente y están relacionadas entre sí, por ejemplo, aquella que se da en cada individuo subjetivamente (introspectivamente) en un tiempo y lugar determinado; o aquella que se da en conjunto, en donde se relacionan las interpretaciones de muchos participantes, o una tercera en donde participan tanto los individuos como el conjunto de individuos, es decir lo individual y lo colectivo, pero relacionados en un contexto comunicacional mecánico¹ en este caso los que participan en el juego lúdico (Internet) interpretan haciendo ilusiones y no distinguiendo lo real de la ficción; puesto que, en ausencia de comportamiento, de cuerpo y de gestos como signos, el ser humano distingue símbolos en otras características como son la escritura, los sonidos y las imágenes (pueden ser desde los emoticones hasta una fotografía), todos construidos por el que está detrás de la pantalla y que interacciona en el mismo momento que nosotros,² tomando en cuenta que esta construcción de símbolos está elaborada bajo una transculturación en la comunicación social.

Ahora bien, la comunicación actual no solo responde a necesidades del ser humano, sino a necesidades de instituciones que tienen bajo su manga finalidades económicas, por lo tanto el preguntarnos quienes son los dueños de la comunicación esta de mas, lo importante en este proceso actual es lo que Sartori menciona

“Mientras nos preocupamos de quien controla los medios de comunicación, no nos percatamos de que es el instrumento en sí mismo y por sí mismo lo que se nos ha escapado de las manos”. (Sartori ,1998:11)

Por otra parte la transformación de los medios de comunicación como la radio, la televisión y la prensa en economías de consumo por el desencantamiento del espacio político, crea una ruptura en

¹ Me refiero mecánico cuando hablo de un intermediario como lo es Internet

² Cuando hablo de este tipo de comunicación simultánea me refiero a la llevada a cabo por el chat o Messenger, sin contar claro la comunicación en blogs.

la relación de los medios y su público, siendo los medios una construcción de ingenieras mediáticas interesadas en el consumo y no en la información.

La información ha adquirido un valor de cambio, la información siempre había tenido un valor de uso puesto que era práctica y útil, pero para que esta práctica satisficiera demandas de las instituciones, tendría que introducirse el elemento económico, es decir la venta de la información. (Serrano, 1990) mencionaba que para que esto sucediera se necesitaban dos elementos, primero que existiese una unidad de información para la medida de la equivalencia entre todos los productos comunicativos, y el segundo elemento era que la información se constituyese en un bien de uso generalizado, estos dos elementos se encuentran vigentes en la actualidad, sin embargo, el valor de cambio que la Internet ha tenido, además de económico, ha sido un valor de cambio o intercambio de conocimientos, de saberes, es decir, la gran apertura de información o desinformación que existe en la web, es el valor real de uso y de cambio, que tiene Internet; las modificaciones en el uso social de la comunicación, consecuentes a la incorporación de la información al mercado son relevantes, desde el momento en que ciertos elementos dejan de ser discriminados para su incorporación en la web, en donde su valor de cambio es evaluado por la cantidad de usuarios que los utilizan.

Debemos de aprender a vivir con estos medios, darnos cuenta de que los medios responden a nuestras necesidades, pero que nosotros también respondemos a sus necesidades (comerciales); los medios también son presionados y dependientes de su público, no solo dependen de cuestiones políticas-económicas, sino que, en algunos momentos se encuentran subordinados e influidos por la voz popular (rating); por esto nos encontramos en un proceso de readaptación de los sistemas de comunicación y de información, en donde nuestro deber es ser críticos y selectivos en el momento de la apropiación del sentido y discurso de los medios, sabiendo de ante mano que los mensajes son objetivamente descriptivos, composiciones, textos o eventos que son creados por el otro para ser moldeables, dependiendo del lugar físico o de un contexto a otro, el cual puede ser reproducible en diferentes lugares y momentos, los mensajes existen objetivamente independientes de quienes los reciban.

La importancia del desarrollo de competencias mediáticas e informáticas en los niños

Esta última revolución, la revolución de la inteligencia es en la que actualmente se encuentra inmersa la humanidad; se centra en el ser humano, en su capacidad de comunicarse y transformarse, en donde la riqueza ya no estará determinada por *el dinero* y por las posesiones *materiales* sino por *el conocimiento*.

Más allá de las visiones que muchos analistas tengan sobre la era postmoderna, ciertamente el hombre en la actualidad protagoniza una nueva revolución; La Revolución de la Información, una etapa de cambios rápidos y constantes que se inició con los grandes pasos de los medios tradicionales, con la *computación* y la *informática*, que se reconocen como una nueva forma de comunicación humana, un nuevo salto en el proceso comunicativo y educativo; una economía digital sobre el mundo del trabajo, el del estudiante, el del ama de casa, y el del niño, lo cual ha provocado un cambio en el espacio real, un espacio simultaneo, un espacio que es público y a la vez privado, un cambio en las estructuras de comunicación, de socialización y de gestión de recursos.

La comunicación en esta etapa produce mediatización en donde la imaginación juega un papel muy importante en los medios de comunicación actuales, porque además de desarrollar una tecnología que cubre las necesidades de comunicación del hombre, crea otras nuevas necesidades, a lo mejor ficticias o no, pero las crea y las soluciona en el momento de poner a su alcance el grado de comunicación que en la actualidad tenemos; surgen nuevas formas de comercio, de trabajo y de relaciones sociales incluyendo familia, educación y personales.

Dentro del contexto de mediatización existe la construcción de una red de significación colectiva de carácter público, que convierte a los medios en nuevos territorios para encontrar sentido, en donde se deposita un poder y un proceso de desterritorialización de significados que se interpretan de diferente manera por cada sujeto y se interiorizan en cada uno; lo que (Castells, 2008) llama una autocomunicación de masas, que es una red horizontal de comunicación interactiva que conecta lo local con lo global en un tiempo determinado (autismo electrónico) creando un sentido de pertenencia con algunos grupos sociales y desarrollando de esta manera habilidades que algunos autores nombran como competencias mediáticas.

“Poseer conocimiento, en la esfera que sea, es ser capaz de realizar actividades intelectuales o manuales. El conocimiento es por tanto fundamentalmente una capacidad cognoscitiva. La información, en cambio, es un conjunto de datos, estructurados y formateados pero inerte e inactivos hasta que no sean utilizados por los que tienen el conocimiento suficiente para interpretarlos y manipularlos” (David y Foray, 2002:18)

Las nuevas tecnologías han estado generando una cultura que se caracteriza por ser mas de afectividades, que de contenidos y argumentos; es decir una cultura en donde se crea una generación de entretenimiento, utilizando una filosofía light (Rincón, 2006) que no es otra cosa más que, una vida instantánea, un mundo globalizado, banal, enfocado en compras y en la nueva era, una vida de fantasía, de momentos, sin futuro, ni pasado, solo el aquí y el ahora.

La importancia de la aceleración constante de la comunicación, no es precisamente definir si estamos informados, desinformados o ambas cosas, o que ventajas o desventajas obtenemos de la modernidad, puesto que los medios actuales llegaron para quedarse, la importancia es como utilizar la información o desinformación para conocer y saber, pues lo que tiene ahora sentido es el valor del conocimiento como capital humano, por lo tanto, nuestra labor es una adaptación de los medios comunicacionales a los sistemas educativos para desarrollar competencias mediáticas (Ibarra, 2007) adecuadas en los estudiantes y el desarrollo de habilidades, para la selección adecuada de los medios de comunicación y de información.

Por lo tanto, concluyo los modelos educativos a nivel primaria deben ser estudiados desde una visión educomunicativa en donde la importancia primeramente es la descripción de las competencias mediáticas que los niños desarrollan en un estado específico y que diferencias se encuentran entre los niños que utilizan medios de comunicación interactivos como el internet y que diferencias entre aquellos niños que no lo utilizan, sin embargo reitero no se puede aplicar un modelo educativo sin un diagnóstico y discusión previa.

Bibliografía

- POLONIATO, Alicia (2002) **“Computadora y educación: escenarios y modelos”** en revista otras voces, versión 12 uam-x-méxico pág. 127-154
- ARDILA, A. y OSTROSKY-SOLIS (1991) **“Diagnostico del daño cerebral”** Enfoque neuropsicológico, México Trillas
- BRYANT Jennings and MIRON Dorina (2004) **“Theory and Research in Mass Communication”** en Journal of communication, December pag. 662-704
- CASTELLS, Manuel (2008): “Comunicación, poder y contrapoder em La sociedad red I. los médios y La política”, em Telos, cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad No. 74. 14 p.
- CONTIN, A. Silvia, MERINO, Sergio U. (2001) **“Adolescentes entre la escuela y el cibercafé”** en Revista Comunicar, Colectivo andaluz para la educación en medios de comunicación Oct. 2001 no. 017 Huelva España Pág. 41-47
- DAVID Paul, y FORAY Dominique (2002) **“Una introducción a la economía y a la sociedad del saber”** en Revista internacional de Ciencias Sociales No. 171
- DENIS de Moraes (Coord.) (2007) **“Sociedad Mediatizada”** Gedisa
- DIAZ, Barriga ángel (2006) **“El enfoque de competencias en la educación: ¿una alternativa o un disfraz de cambio?”** en la revista universidad nacional autónoma de México, perfiles educativos, tercera época vol. XXVIII no. 11 México D.F.Pag. 7-36
- GOMEZ Etayo Elizabeth / Vallejo Ximena / Trujillo Julián, (2006) **“La construcción de las identidades de genero a través del Chat”** en Quiviera Enero-Junio, año/vol. 8 num. 1, Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca,
- IBARRA, Armando, AGUILAR, Luz E., FUENTES, Elvira, ROBLES, Yadira (2007) **“Las competencias mediáticas en los niños de Jalisco: un elemento innovador del modelo educativo en primaria”** Universidad de Guadalajara.
- MARTÍN-BARBERO, J., REY, G., (1999) **“Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva”**, Gedisa, Barcelona.
- MAYANS Planells Joan, (2002), Revista Teknokultura: de mucho auge, el uso del Chat y foros, **“como la etnografía puso un pie en el ciberespacio”**. Bárbara González Hilario, Ph.D
- RINCON, Omar (2006), **“Narrativas mediáticas o como se cuenta la sociedad del entretenimiento”**, Gedisa Editorial
- SARTORI, Giovanni (1998) **“homo videns”** en la sociedad teledirigida, Taurus, Madrid
- SERRANO, Manuel Martin (1990) **“la epistemología de la comunicación a los cuarenta años de su nacimiento”** en Telos No. 22 (Enero-Junio) ISSN: 1575-9393