

Reflexión teórica y propuesta de indicadores para la medición de la alfabetización transmedia en los jóvenes universitarios

María del Mar Grandío - Universidad de Murcia– mgrandio@um.es

Resumen: La Web Social en movilidad ha impulsado las narrativas transmedia y ha impulsado la transalfabetización o *transliteracy* como un integrador horizonte para la alfabetización mediática e informacional actual (Frau-Meigs, 2012). Nos detenemos en esta comunicación en ofrecer una aproximación a los fundamentos propios de la transalfabetización haciendo una revisión de sus principales aportaciones desde diferentes disciplinas (Thomas et al, 2007; Andretta, 2009; Jenkins, 2009, Frau-Meigs, 2012) para terminar ofreciendo una propuesta global de dimensiones e indicadores que permita evaluar la alfabetización transmedia en titulaciones universitarias, especialmente las vinculadas al ámbito de la Educación y Comunicación. Desde el punto de vista universitario, es necesario asentar unas bases en la formación en las competencias transmediales en futuros profesionales que se encargarán de formar al resto de ciudadanos, incluyendo aspectos determinantes como el aprendizaje continuo en contextos colaborativos e interculturales, la capacidad de gestionar el concepto de autoría (individual o colectiva), así como la apropiación y transformación de diferentes expresiones artísticas potenciando la creatividad, la experimentación y la innovación constantes.

Palabras claves: transalfabetización, transmedia, educación mediática.

1.Introducción

El término alfabetización o “literacy” fue acuñado en el siglo XIX para describir la capacidad de los ciudadanos para leer y escribir (Williams, 1976). Dos siglos después, el concepto sobre qué es hoy en día “saber leer y escribir” ha mutado enormemente. La alfabetización se ha ampliado para centrarse ahora en aspectos más profundos: cómo las audiencias interpretan, critican y responden a los medios de comunicación u otras plataformas tecnológicas, así como las actividades e interacciones que desarrollan en estos contextos propios de la Era Móvil y Digital.

Actualmente, la investigación sobre alfabetización mediática es claramente multidisciplinar, aunando perspectivas provenientes de los estudios sociales de la Tecnología, Ciencias de la Información y Documentación, la Educación, la Lingüística o el ámbito de la Comunicación y Estudios de Audiencias, principalmente. Estas disciplinas han examinado los conocimientos y capacidades que la audiencia necesita en el ecosistema mediático actual, a menudo desarrollando ideas paralelas (Livingstone, van Couvering and Thumim, 2008) o presentando, por el contrario, tensiones conceptuales divergentes (Livingstone, Papaioannou, Grandío y Wijmen, 2012, p. 3).

La transalfabetización o *transliteracy* se presenta como un horizonte integrador en la alfabetización mediática e informacional actual (Frau-Meigs, 2012). El objetivo de esta comunicación es: 1) Potenciar este concepto en el ámbito hispano-hablante desde una perspectiva global y poniendo el énfasis en el principal actor del proceso comunicativo: la audiencia y en el uso y las razones que la llevan utilizar unos medios para informarse, entretenerse o participar en una sociedad en continuo cambio 2) Ofrecer unas dimensiones e indicadores que permitan evaluar e implementar la alfabetización transmedia en el contexto universitario actual, especialmente en los ámbitos relacionados con la

Comunicación y la Educación, por ser profesiones estrechamente relacionadas con el ámbito de la educación mediática y transmedia.

2. Reflexión teórica: perspectivas sobre la transalfabetización

Sin hablar directamente de la transalfabetización, Henry Jenkins, uno de los principales investigadores sobre narrativas transmedia actuales, señalaba ya en el 2006 en el informe para la Fundación MacArthur *Confronting the challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century* la necesidad de que los estudiantes aprenden a navegar a través de relatos transmedia, entendida la “navegación transmedia “ como la habilidad de seguir flujos de historias e información a través de múltiples modalidades, moviéndose constantemente en planos de recepción y creación:

“Students learn about multimodality and transmedia navigation when they take time to focus on how stories change as they move across different contexts of production and reception, as they give consideration to the affordances and conventions of different media, and as they learn to create using a range of different media tools” (Jenkins, 2006: p. 48).

Señala además retos que es necesario trabajar desde instancias educativas y políticas como la capacidad de participación en estos nuevos escenarios, algo que se presenta como desequilibrado dependiendo de los dispares accesos a la educación según el autor. El término concreto de “transliteracy” o transalfabetización se acuñó desde el ámbito de la Comunicación y Estudios Culturales. Sue Thomas fue quien definió el concepto de transalfabetización o “transliteracy” en 2007 para señalar cómo “leer y escribir” ya no era suficiente para catalogar a un alfabetizado en el contexto mediático coetáneo. Hacía hincapié en una doble perspectiva: el uso y recepción de material proveniente de diferentes plataformas, junto con la capacidad de poder interactuar a través de estas plataformas utilizando diferentes lenguajes a través de dichas plataformas (televisión, radio, redes sociales...):

“Transliteracy is the ability to read, write and interact across a range of platforms, tools and media from signing and orality through handwriting, print, TV, radio and film, to digital social networks”. (Thomas et al, 2007).

Desde el ámbito de la alfabetización informacional y siguiendo el concepto propuesto por Thomas, Susie Andretta aplica este término al ámbito de la práctica de la biblioteconomía para analizar la necesidad de “moverse a través” e incorporar múltiples alfabetizaciones (Andretta, 2009, p.1). Divina Frau-Meigs utiliza el concepto de “transliteracy” para aprovechar también las ventajas potenciales y mitigar los riesgos de la llamada Sociedad de la Información. Partiendo de la base de la necesidad de alfabetizaciones múltiples en el ecosistema mediático actual, propone un horizonte de la transalfabetización que se centre menos en aspectos tecnológicos para virar la mirada más hacia los actores y el uso contextual y con objetivos que hacen de los medios y tecnologías. Para ello, presenta el término como un concepto global que incluye las alfabetizaciones informacional, mediática e informática.

“Such an approach implies exploring a threefold research hypothesis: that the three forms of literacy (information, media and computer) have overlapping concepts, that such multimedia and trans-domain structuring may produce “transliteracy” defined as the ability to read, write and encode in interaction with digital tools and platforms as well as the capacity to search, test and validate information in its various shapes as understood in computer sciences (codes), in media and communications sciences (news) and in information sciences (documents)”. (Frau-Meigs, 2012).

2. Propuesta de definición para alfabetización transmedia

A efectos de esta comunicación sugiero una definición para la alfabetización transmedia que contempla simultáneamente el plano de recepción crítica y expresión-creación. Bajo este enfoque, la alfabetización transmedia sería:

La capacidad para evaluar y crear contenido a través de múltiples plataformas con un sentido unitario y complementario, teniendo en cuenta diversos lenguajes y experimentaciones creativas, presentando además una actitud ética hacia su propio contenido y el de los demás y con el objetivo de fomentar la participación plena en contextos interculturales.

3. Propuesta de dimensiones e indicadores

Siguiendo la definición propuesta, ¿qué indicadores relacionados con el transmedia deberían reflejarse en un alumno alfabetizado mediáticamente? La búsqueda de indicadores para la medición de las alfabetizaciones mediáticas ha sido trabajado desde diferentes ámbitos de la educomunicación (Marta y Grandío, 2013). Las capacidades relacionadas directamente con el transmedia las encontramos ya de manera transversal en las seis dimensiones propuestas por Ferrés y Piscitelli para la medición de competencias mediáticas: el lenguaje, la tecnología, los procesos de producción y programación, ideología, recepción e interacción, y estética (Ferrés i Prats y Piscitelli, 2012). Ferrés y Piscitelli contemplan interesantes indicadores como la capacidad de compartir y diseminar información a través de diferentes entornos comunicativos, así como evaluar la fiabilidad de las fuentes de información, o relacionar las producciones mediáticas con otras manifestaciones artísticas.

La propuesta que se hace en esta comunicación se centra específicamente en aspectos relacionados directamente con el transmedia. Todas las dimensiones se presentan en dos niveles imprescindible y simultáneos para la alfabetización transmedia: 1) plano de recepción crítica 2) plano de expresión-creación.

Además, estas dimensiones no se evalúan de manera lineal, si no que son convergentes.

Las seis dimensiones propuestas son las siguientes:

1. Contenido: La principal características de las narrativas transmedia es la creación de mundos unitarios que albergarán diferentes relatos multimodales complementarios. Es por ello que el alumno deberá, en primer lugar, ser capaz de evaluar material transmitido a través de diferentes plataformas (desde medios convencionales como la televisión o el cine hasta las redes sociales) y comprender su sentido unitario. Además, tendrá que mostrar la capacidad para crear el mismo estrategias transmedia.
2. Lenguaje: Las narrativas transmedia albergan múltiples lenguajes que van desde el icónico o escrito hasta el audiovisual. El alumno deberá comprender el contenido que provenga de cualquier lenguaje y, además, ser capaz de utilizarlos de manera estratégica para crear un historia unitaria a través de diferentes plataformas.
3. Plataformas: El alumno deberá ser capaz de realizar un consumo crítico y complementario de contenido a través de medios tradicionales (televisión, prensa, cine, libros...) y de medios sociales (redes sociales, móviles). Además, ofrecer una selección idónea y complementaria de diversas plataformas tradicionales y propias de la web 2.0 para la construcción de sus relatos multimodales
4. Creatividad: Es la capacidad de crear universos y relatos originales. En esta dimensiones, se incluyen aspectos relacionados con la apropiarse y transformar producciones artísticas, potenciando la, innovación, la experimentación y la sensibilización estética.

5. Ética: Mostrar una actitud responsable hacia uno mismo y hacia los demás es connatural del proceso creativo y comunicativo. Aspectos como la privacidad de la identidad online o las apropiaciones indebidas de material (plagio o piratería) se incluirían dentro de esta dimensión.

6. Participación: Para poder generar una verdadera cultura de la participación es necesario que la población tenga acceso a las nuevas tecnologías y más allá del mero acceso, sobre todo que haga un uso crítico y creativo de dichas plataformas. Esta dimensión incluye compartir material u opiniones del contenido consumido a través de los diferentes medios (fenómeno televisión 2.0) así como la colaboración en la autoría o difusión de contenido propio o ajeno

Tabla 1: Dimensiones e indicadores para valorar la alfabetización transmedia

DIMENSIÓN	INDICADORES
CONTENIDO	<ol style="list-style-type: none">1. Capacidad para comprender relatos multimodales y aprehender su significado unitario2. Capacidad para crear universos narrativos compuestos por relatos multimodales
LENGUAJE	<ol style="list-style-type: none">3. Capacidad para entender diferentes lenguajes como el icónico, sonoro, audiovisual y escrito, así como las particularidades expresivas de las plataformas propias de la web móvil 2.0

	<ol style="list-style-type: none"> 4. Capacidad para comprender un lenguaje hipertextual (saltar de un texto a otro del mismo código) e hipermedial (conectar códigos diferentes). 5. Capacidad para utilizar de manera combinada lenguajes como el icónico, sonoro, audiovisual y escrito, así como las plataformas propias de la web móvil 2.0 6. Construir relatos a través un lenguaje hipertextual e hipermedial
<p>PLATAFORMAS</p>	<ol style="list-style-type: none"> 7. Consumo complementario de contenido a través de medios tradicionales (televisión, prensa, cine, libros...) y de medios sociales (redes sociales, móviles) 8. Selección idónea y complementaria de diversas plataformas tradicionales y propias de la web 2.0 para la construcción de relatos multimodales
<p>CREATIVIDAD</p>	<ol style="list-style-type: none"> 9. Relacionar las producciones mediáticas con otras manifestaciones artísticas 10. Apropiarse y transformar producciones artísticas,

	potenciando la, innovación, la experimentación y la sensibilización estética.
ÉTICA	11. Actitud responsable ante la propia identidad online/offline y de los demás 12. Respeto a determinadas normas tácitas de los nuevos entornos (no apropiación indebida de material de autor)
PARTICIPACIÓN	13. Capacidad de compartir material u opiniones del contenido consumido a través de los diferentes medios (fenómeno televisión 2.0) 14. Colaboración en la autoría o difusión de contenido propio o ajeno

4. Conclusiones

La alfabetización transmedia se presenta como uno de los grandes retos de las instituciones educativas y culturales de la sociedad actual. Enmarcada dentro de una verdadera cultura de la participación, los ciudadanos, especialmente aquellos que vayan a liderar los procesos educativos y comunicativos en el futuro, deberán incorporar en sus destrezas profesionales las capacidades para evaluar y crear contenidos a través de múltiples plataformas, utilizando diversos lenguajes y mostrando una actitud ética y responsable ante su propia dieta mediática y producciones. Es por ello, que principalmente es importante la alfabetización transmedia en los Grados y Titulaciones relacionadas con la

Educación y Comunicación. La propuesta de dimensiones e indicadores realizada en esta comunicación pretende ser una herramienta flexible para la evaluación de las capacidades de los alumnos en relación al transmedia, así como para diseñar programas y actividades que permitan incorporar estas cuestiones en el aula.

5. Referencias bibliográficas

ANDRETTA, S. (2009): “Transliteracy: take a walk on the Wild Side”. Paper in the *World Library and Information Congress: 75th IFLA General Conference and Council*. Disponible en: <http://conference.ifla.org/past-wlic/2009/94-andretta-en.pdf>

FERRÉS, J.; PISCITELLI, A. (2012): “La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores”, *Comunicar*, 38 (19), pp. 75-82.

FRAU-MEIGS, D. (2012): “Transliteracy as the new research horizon for media and information literacy”. *Media Studies*, 3 (6), p. 2-12.

LIVINGSTONE, S.; VAN COUVERING, E.; THUMIM, N. (2008): “Converging traditions of Research on Media and Information Literacies: Disciplinary, Critical and Methodological Issues”. En COIRO, J.; KNOBEL, M; LANSHEAR, C.; LEU, D (Ed.): *Handbook of Research on New Literacies*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

LIVINGSTONE, S.; PAPAIOANNOU, T.; GRANDÍO, M.; WIJMEN, C. (2012): “Critical Insights in European Media literacy research and policy”. *Media Studies*, 3 (6), p. 2-12.

LIVINGSTONE, S.; WIJMEN, C.; PAPAIOANNOU, T.; COSTA, C.; GRANDÍO, M. (2014). “Situating Media Literacy in the changing media environment. Critical

Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

insights from European research on audiences. In *Audience Transformation. Shifting Audience Positions in Late Modernity*, New York. Routledge.

MARTA LAZO, C.M. Y GRANDÍO, M., “Análisis de la competencia audiovisual de la ciudadanía española en la dimensión de recepción y audiencia”, *Communication&Society/Comunicación y Sociedad*, Vol. 26, n. 2, 2013, pp. 114-130.

THOMAS, S., et al. (2007). Transliteracy: crossing divides. *First Monday*, 12(12). Disponible en:

<http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/2060/1908>

WILLIAMS, R. (1976) *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. London: Fontana.