



ISSN: 2448 - 6574

El alumno como prosumidor de medios.

Elba Mendoza Macías
emendozam@ipn.mx

Maribel Aragón García
ipnaragong@gmail.com

Guillermo Márquez Arreguín
gmarquez@ipn.mx

ESCOM

Área Temática: Evaluación del aprendizaje y el desempeño escolar.

Resumen.

Hoy en día los procesos educativos se han modificado radicalmente con el desarrollo y la implementación de las Tic's en la escuela. El docente ha dejado de ser el único generador de conocimiento y el alumno el receptor – consumidor del mismo. La Web 2.0 ofrece tecnologías que permiten a sus consumidores convertirse en prosumidores, consumidores de los productos generados por ellos mismos. El perfil del estudiante demanda nuevas competencias que les permitan identificar, analizar, evaluar y generar información, para lo cual, requieren una alfabetización mediática que les permita contar con los conocimientos y habilidades necesarios para ser un prosumidor.

Palabras clave: alumno, Tic's, competencias, medios, prosumidor.

Introducción.

La educación, al igual que todas las actividades humanas, ha sufrido cambios en la actualidad, debido a la implementación de la tecnología, especialmente la relacionada con la información. Las empresas en general han modificado sus procesos, recursos y estrategias para ser competitivas y satisfacer las demandas que les impone su entorno.



ISSN: 2448 - 6574

Con el nacimiento de la llamada Web 2.0 surgió con fuerza una nueva dinámica de producción-publicación-consumo de contenidos en todos los ámbitos de Internet. Las herramientas Web 2.0 permiten a los docentes y estudiantes, proveer a sus producciones de una estética profesional y académica, aumentar la audiencia inicial, identificar los modos adecuados al ámbito académico y profesional y comenzar a construir un prestigio digital más allá de sus actividades sociales y de ocio.

La importancia de la tecnología está en la integración a los procesos de enseñanza y aprendizaje basados en el constructivismo, en la indagación, en la reflexión y la construcción de información (Qué aprendemos hoy.com, 2012). El docente gracias a la tecnología provee oportunidades de aprendizaje que permiten encontrar, elaborar, validar, organizar y comunicar la información y, motivar que el alumno deje de ser solo un receptor de información y adopte nuevas competencias que le permitan aprovecharlas y aprender construyendo su propio conocimiento.

Prosumidor.

La palabra **prosumidor**, o también conocida como *prosumer*, es un acrónimo formado por la fusión original de las palabras en inglés *producer* (productor) y *consumer* (consumidor). Alvin Toffler generó el concepto prosumidor en 1970, en su libro *La Tercera Ola*, refiriéndose a toda aquella persona que no solo consume información, sino que, a partir de información genera nueva o en su defecto, modificarla.

En 1995, Don Tapscott, retomó el concepto, partiendo de un consumidor pasivo, motivándolo a modificar su rol a ser un productor activo o prosumidor. El término se aplica a aquellos usuarios que ejercen de canales de comunicación humanos, lo que significa que, al mismo tiempo que son consumidores, son a su vez productores de contenidos. Un prosumidor no tiene fines lucrativos, solo participa en un mundo digital de intercambio de información.

Esta tendencia de producir y consumir se debe al contexto digital en que vivimos, donde el desarrollo de la tecnología, aplicada a las redes de comunicación, permite tener mayor acceso a cualquier tipo de información. El término *prosumidor* hace



ISSN: 2448 - 6574

referencia a la evolución que ha sufrido la tecnología, como parte de la cual surge la Web 2.0, que se destaca por una nueva dinámica en la que el consumo, la colaboración, la producción y distribución de contenidos dentro de las redes sociales ha ido en aumento..

El prosumidor abandona la faceta pasiva para convertirse en generador de contenidos y creador de ideas y opiniones que ejercen influencia a la comunidad de compradores de una marca o un producto. Y es que, gracias al potencial de la viralización de las herramientas 2.0, el contenido se vuelve accesible y al alcance de todas aquellas personas que buscan información de referencia. Esto unido al hecho de que el 78% de las personas confía en las recomendaciones de otros consumidores, ponen en evidencia el poder del nuevo consumidor.

En este contexto, se evidencia la importancia de que las marcas gestionen adecuadamente la información generada por los prosumers y la utilicen adecuadamente en los procesos de toma de decisiones. En realidad, tienen dos opciones: ignorar lo que dicen y actuar a espaldas al mercado; o bien, tomar dicha información en consideración y ser capaces de anticiparse al mercado y/o responder a las nuevas necesidades.

Las empresas han adoptado el concepto como un aliado para conocer los gustos y las necesidades de sus clientes, dándoles la libertad de proponer innovación de productos o servicios, o generar nuevos productos. Adidas, por ejemplo, permite personalizar sus tenis Falcom Elite en función de los gustos del consumidor. Para ello, la marca ha diseñado una aplicación online que permite cambiar el color de la base, la lengüeta, el tipo de agujetas, la suela o base, la punta, etc. Una vez listo el diseño, el consumidor puede añadir sus tenis al carrito y tenerlas en casa al cabo de pocos días. Además, Adidas ha tenido en cuenta la necesidad de compartir de los prosumers, facilitando que estos puedan compartir su compra a través de las redes sociales.



ISSN: 2448 - 6574

El prosumidor en los procesos de enseñanza- aprendizaje.

Los modelos educativos actuales han dejado atrás el Conductismo, para promover el Constructivismo. En éste, tanto el docente, como el estudiante modifican su actuación en el proceso, para fortalecer su relación mediante el uso y la generación de la información necesaria para el cumplimiento de sus objetivos.

A través de diferentes acciones se busca el empoderamiento de los estudiantes que gracias a las TICs pueden adquirir roles de participación activa tanto desde las facetas de consumidores como productores de información y conocimiento y difundir de manera exponencial lo elaborado y/o producido tanto de forma individual como colectiva. En consonancia con lo antes expresado el docente busca que los alumnos comprendan que aún siendo aprendices pueden (y deben) producir, publicar y contribuir a que el conocimiento y la información circulen y estén accesibles para todos. (Irene, 2014)

Cuando hablamos de Web 2.0 estamos teniendo en cuenta todos esos proyectos desarrollados en Internet en los que el consumidor tiene un rol como productor de contenidos. Está claro que las nuevas tecnologías, cada vez más usadas, ofrecen de manera sencilla la posibilidad de crear y publicar contenido en Internet y compartirlo a través de las redes sociales (Giurgiu y Bârsan, 2008). La Web 2.0 ha posibilitado y beneficiado el tránsito de los consumidores a los prosumidores (Islas, 2010). La Red ha dado voz a los consumidores, que ya no sólo consumen. Islas (2010) nos recuerda cómo Naomi Klein evidenció el poder que los consumidores podían llegar a tener sobre las marcas y las empresas (Klein, 1999). Este poder ha aumentado gracias a Internet. El rol del público es distinto al que tradicionalmente hemos entendido como consumidor, su papel ahora implica la interacción y fruto de ésta se crean nuevas audiencias que consumen, producen y emiten gracias, en parte, a las nuevas pantallas.

La evolución de las tecnologías es la influencia que éstas tienen sobre el individuo, los cambios en las conductas sociales y los patrones de consumo. La innovación se da cuando se cambian mentalidades y prácticas “si eso no cambia, no hay innovación.



ISSN: 2448 - 6574

hoy en día los niños, adolescentes y jóvenes han adquirido el perfil de *prosumidor* debido a la modificación de su conducta y a prácticas derivadas del surgimiento de redes como Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Snapchat y Whatsapp.. El aprendizaje formal y no formal es un escenario actual en el que los jóvenes se involucran de manera autodidacta. La mayoría de las personas buscan una educación que satisfaga sus características, sus intereses y sus motivos, por lo que el gran reto para los profesores es buscar métodos de aprendizaje didácticos basados en las tecnologías.

Por otro lado, en el ámbito de la docencia, encontramos el cambio de modelo recientemente implantado, de manera más o menos masiva en nuestro país, en el que el alumno deja de ser mero receptor de contenidos (consumidor) para convertirse en productor. Este camino ya se inició con la golearización de la docencia, que refleja un cambio en la adquisición de conocimiento (Martín-Pascual, 2008). En las aulas, cualquier información es contrastada inmediatamente por el alumnado informatizado generalmente con el conocido buscador.

Google ha sustituido al profesor como suministrador de datos. Hoy los alumnos no sólo atienden las clases magistrales y realizan prácticas en las asignaturas o carreras que así lo requieran para al fin de la asignatura enfrentarse a un examen final, sino que ahora los alumnos también son creadores constantes de contenidos que mejoran sus aprendizajes (Planella, Escoda y Suñol, 2009).

Aunque son muchos los proyectos realizados anteriormente sobre el aprendizaje colaborativo (Johnson, Johnson y Smith, 1998), a partir de nuevas metodologías como el aprendizaje por proyectos y el aprendizaje basado en problemas, el profesor convierte al alumno, tradicional consumidor de sus contenidos, en productor y consumidor al mismo tiempo. Esta nueva forma de aprender fomenta una mejor adaptación de los universitarios a las demandas de la sociedad dinámica (Alcober, Ruiz y Valero, 2003). Los alumnos que asisten a esta formación más participativa tienen claro y entienden que ellos pueden producir y no sólo consumir, como habían hecho hasta el momento. Se trata, en su mayoría, de jóvenes que conocen muy de



ISSN: 2448 - 6574

cerca la Web 2.0, en la que consumidor y productor pueden ser lo mismo. (Martín-Pascual, 2014)

Díaz-Barriga señaló que si la enseñanza sólo se basa en la memorización de la información, el aprendizaje obtenido será de bajo nivel; sin embargo, si se produce información de manera original y se desarrolla capacidad crítica en el alumno, el aprendizaje adquirido será de alto nivel. Propone que entre los retos de la educación está el de enseñar a los alumnos el uso estratégico, ético y seguro de internet y de las redes sociales, así como el acceso a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) como un instrumento del pensamiento. Para ello, enfatizó, es importante formar al docente en la innovación pedagógica y tecnológica. (Díaz-Barriga, 2017)

Se afirma que “aprender haciendo” resulta eficaz en el aprendizaje ya que se trata de ejecutar una actividad concreta vivida en primera persona, como parte de una enseñanza creativa de la que el alumno es consciente en todo momento cooperando continuamente con sus compañeros (Garamendi y González, 2010). Por tanto, “aprender haciendo televisión” genera un proceso evolutivo en la enseñanza-aprendizaje de gran anclaje para el usuario. En una de las prácticas, el pequeño prepara el guión del informativo de clase bajo los planteamientos y los problemas que incluye la actividad en lengua castellana junto a la pequeña guía del tutor correspondiente, una vez finalizada la tarea, se dispone a progresar en su expresión oral frente a la cámara hablando en público, superando posibles miedos y mejora en la autoestima. Dichos alumnos de hoy, que aprenden haciendo las actividades mediáticas televisivas también son requeridos en la propia consumición, es decir, se trata de niños que fabrican materiales de televisión y a su vez son espectadores de numerosos tipos de pantallas televisivas, es lo que Toffler (1980) denomina prosumidor, en este caso, nos hallamos ante el prosumidor infantil televisivo.

Alfabetización Mediática de Información (AMI).

La UNESCO (2008, referido en Gutiérrez & Tyner, 2012:36) introduce el concepto “alfabetización mediática e informacional” la capacidad de pensamiento crítico para recibir y elaborar productos mediáticos. Esto implica conocimiento de los valores



ISSN: 2448 - 6574

personales y sociales y de las responsabilidades derivadas del uso ético de la información, así como la participación en el diálogo cultural y la preservación de la autonomía en un contexto con posibles y difícilmente detectables amenazas a dicha autonomía. La alfabetización mediática e informacional se centran en cinco posibles competencias básicas, a las que nos referimos como las 5Ces: comprensión, pensamiento crítico, creatividad, consciencia intercultural y ciudadanía. (UNESCO, 2012).

El marco del Curriculum AMI

Áreas clave del curriculum	Producción y uso de los medios de información
Política y visión	Fomento de sociedades alfabetizadas en medios e información.
Curriculum y evaluación	Destrezas para explorar cómo se produce la información y los textos mediáticos, el contexto social y cultural de la información y los medios de producción; usos de los ciudadanos; y para qué propósitos
Pedagogía	Contenido generado por el usuario y utilizado en la enseñanza y el aprendizaje
Medios e información	Nuevos medios – Internet, redes sociales, plataformas de entrega (computadoras, teléfonos móviles, etc.)
Organización y administración	Aplicación de alfabetización mediática e informacional al aprendizaje a lo largo de la vida
Desarrollo profesional de los profesores	Liderazgo y ciudadano modelo; abogar por la promoción y uso de AMI para el desarrollo de profesores y estudiantes



ISSN: 2448 - 6574

El Currículum AMI otorga a los profesores competencias para que tomen parte en los medios y plataformas de información, para que se comuniquen de una forma significativa y que se auto-expresen. Esto incluye un conocimiento de la ética de los medios e información basada en estándares internacionales e incluye competencias interculturales. Las destrezas que los profesores deben adquirir son la capacidad de seleccionar, adaptar y/o desarrollar materiales de alfabetización mediática e informacional y herramientas para un grupo establecido de objetivos de instrucción y cubrir las necesidades de aprendizaje de los estudiantes.

Adicionalmente, los profesores deberían desarrollar destrezas para ayudar a los estudiantes a aplicar estas herramientas y recursos en su aprendizaje, especialmente en relación a la investigación y a la producción de medios. La producción y el uso de los medios deberían fomentar una pedagogía centrada en el alumno que incentive la investigación para que los alumnos utilicen el pensamiento reflexivo.

El aprender haciendo es una parte importante de la adquisición del conocimiento en el siglo XXI. La producción de medios da paso a que los estudiantes se puedan sumergir en el aprendizaje al adquirir conocimiento a través de la producción de textos e imágenes en un ambiente participativo. Si los estudiantes van a desarrollar sus competencias a través de aprendizaje participativo, es importante que los profesores tengan un papel activo dentro de este proceso. El contenido generado por el usuario se está convirtiendo en una atracción dominante tanto para los medios nuevos como tradicionales. La interacción en las plataformas de redes sociales con otros usuarios cada vez es más importante y razón por la cual las personas jóvenes están accediendo a Internet a través de varias plataformas de entrega. Esto no está limitado sólo a los países desarrollados: en África y Asia del Sur, cada vez más y más ciudadanos tienen acceso a los medios móviles y los utilizan para recibir y enviar mensajes y participar en debates sobre temas sociales y políticos que afectan sus vidas.

A medida que los profesores desarrollen competencias y confianza para producir y utilizar los medios y la información en sus prácticas instructivas, se están encaminando a convertirse en líderes al promover la alfabetización mediática e informacional dentro del currículum de las escuelas/colegios. A medida que incrementen su habilidad para



ISSN: 2448 - 6574

enseñar AMI en una variedad de funciones, los profesores se convierten en los campeones de AMI dentro el sistema educativo y fomentan una sociedad más amplia.

Competencias AMI.

Dentro de las propuestas que hace la UNESCO sobre el curriculum docente, podemos destacar las siguientes competencias relacionadas al estudiante:

1. Entender el Papel de los Medios y de la Información en la Democracia: familiarizarse con las funciones de los medios y otros proveedores de información y a comprender la importancia que tienen para la ciudadanía y para la toma de decisiones informada.
2. Comprender el Contenido de los Medios y sus Usos: demostrar conocimiento y entendimiento sobre las formas en que las personas utilizan los medios en sus vidas personales y públicas, las relaciones entre los ciudadanos y el contenido de los medios así como el uso de los medios para una variedad de propósitos.
3. Acceso a la Información de una manera Eficaz y Eficiente: determinar el tipo de información que se requiere para una tarea en particular y el acceso a la información de una manera eficaz y eficiente.
4. Evaluación Crítica de la Información y las Fuentes de Información. evaluar de una manera crítica la información y sus fuentes e incorporar la información seleccionada a la resolución de problemas y al análisis de ideas.
5. Aplicando los Formatos Nuevos y Tradicionales en los Medios comprender los usos de la tecnología digital, las herramientas de comunicación y las redes para la recolección de la información y la toma de decisiones.
6. Promover AMI entre los Estudiantes y Manejo de los Cambios Requeridos: utilizar el conocimiento y las destrezas adquiridas a través de su capacitación en AMI para promover la alfabetización mediática e informacional entre los estudiantes y será capaz de manejar los cambios relacionados con el ambiente de la escuela/colegio. (Wilson/Grizzle/Tuazon/Akyempong/Cheung, 2011).



ISSN: 2448 - 6574

Conclusiones.

Los estudiantes han desarrollado una serie de competencias que promueven un cambio de rol, haciéndolos que sean más activos en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

La alfabetización mediática promueve obtener conocimientos y habilidades que permiten a las personas identificar y emplear la tecnología que se utiliza en los diferentes medios de comunicación. La AMI ayuda a la difusión de información a más personas, sin importar fronteras.

Lo anterior, impone un retos, a los diferentes actores: a las instituciones o escuelas en el manejo de los recursos necesarios para poder trabajar, así como sus políticas y procesos. A los docentes, para que se capaciten en el manejo de las Tic's para poderlas utilizar como una herramienta para eficientar su trabajo y resultados. Los alumnos, como un prosumidor de sus medios e información, que promueve el aprendizaje. Al gobierno, para disminuir la problemática en el sector y a incrementar los indicadores de eficiencia académica.



ISSN: 2448 - 6574

Bibliografía

- Díaz-Barriga, F. (2017). Prosumidores: consumidores de información y creadores de contenidos. *UAM Cuajimalpa*. México.
- Irene, N. S. (2014). El alumno universitario prosumidor. Empoderamiento a través de las redes sociales y las herramientas web 2.0. *UBA TIC+*, 6.
- Martín-Pascual, C. A.-S. (2014). La educación audiovisual y la creación de prosumidores mediáticos. 17.
- Qué aprendemos hoy.com*. (12 de abril de 2012). Obtenido de Qué son los prosumidores?: <http://queaprendemoshoy.com/%C2%BFque-son-los-prosumidores/>
- Sarsa, J. (2104). El perfil prosumidor de los estudiantes en la web 2.0. *Journal for educators, teacher and trainers Vol 5*, 74 - 87.
- UNESCO. (2012). El curriculum UNESCO sobre alfabetización mediática e informacional. *I Congreso Virtual sobre Innovación Pedagógica* (pág. 10). UNESCO.
- Wilson/Grizzle/Tuazon/Akyempong/Cheung. (2011). *Alfabetización mediática e informacional. Curriculum para profesores*. Francia: UNESCO.