



Recibido: 08-02-2012
Revisado: 22-03-2012
Aceptado: 27-03-2012

Código RECYT: 15605
Preprint: 01-07-2012
Publicación final: 01-10-2012

DOI: 10.3916/C39-2012-02-04

Susan Moeller, Elia Powers y Jessica Roberts
College Park, Maryland (EEUU)

«El mundo desconectado» y «24 horas sin medios»: alfabetización mediática para la conciencia crítica de los jóvenes

**«The World Unplugged» and «24 Hours without Media»: Media Literacy to Develop
Self-Awareness Regarding Media**

Resumen

La mayoría de los jóvenes del mundo se conectan habitualmente a los medios de comunicación; sin embargo, en pocas ocasiones reciben formación respecto a los impactos que este consumo mediático tiene en ellos mismos. Este artículo expone la experiencia llevada a cabo en el marco del Currículum UNESCO, denominada «24 horas sin medios». En otoño de 2010, cerca de 1.000 estudiantes de 12 universidades de cuatro continentes participaron en el estudio «El mundo desconectado». Investigadores de la Universidad de Maryland (Estados Unidos) recogieron rigurosamente las reflexiones de los alumnos que participaron y las analizaron a través del programa estadístico IBM's ManyEyes. Los resultados muestran que los jóvenes, a raíz del ejercicio, fueron más conscientes de sus hábitos mediáticos, y muchos de ellos indagaron sobre su propia «adicción» a los medios, mientras que otros no consiguieron siquiera concluir estas 24 horas sin medios. También se pone en evidencia que el acceso cotidiano a la tecnología digital forma parte ya de su identidad juvenil y son básicas para entender su forma de trabajar y sus relaciones sociales. También se demuestra que los alumnos aumentaron su autoconciencia sobre el papel de los medios de comunicación en sus vidas, y el profesorado comenzó a comprender mejor los intereses de sus alumnos, así como sus parámetros de consumo de Internet, mejorando sus habilidades para ayudar a los jóvenes a estar más alfabetizados mediáticamente.

Abstract

Across the globe, many students have easy and constant access to media, yet they often receive little or no instruction about the impact of their media consumption. This article outlines a «24 hours without media» exercise in accordance with the guidelines set in Module 7, Unit 1 of the UNESCO curriculum. In the fall of 2010, nearly 1,000 students from a dozen universities across five continents took part in «The World Unplugged» study. Researchers at the University of Maryland gathered students' narrative responses to the going without media assignment and analyzed them by using grounded theory and analytic abduction, assisted by IBM's ManyEyes computer analysis software. Results showed that going without media made students dramatically more cognizant of their own media habits –with many self-reporting an «addiction» to media– a finding further supported by a clear majority in every country admitting outright failure of their efforts to go unplugged. Students also reported that having constant access to digital technology is integral to their personal identities; it is essential to the way they construct and manage their work and social lives. «The World Unplugged» exercise enabled experiential learning; students gained increased self-awareness about the role of media in their lives and faculty came to better understand the Internet usage patterns of their students, enhancing their ability to help young people become more media literate.

Palabras clave/ Keywords

Alfabetización mediática, educación mediática, conciencia mediática, Internet, adicción mediática, tecnología digital, tecnología móvil.
Media literacy, media education, media awareness, Internet, media addiction, digital technology, mobile technology.

Dr. Susan D. Moeller es Directora del Centro Internacional de Medios y Agenda Pública (ICMPA) y Profesora de la Facultad de Periodismo Philip Merrill de la Universidad de Maryland (MD) en College Park (USA) (icmpa@umd.edu).

Elia Powers es estudiante de doctorado de la Facultad de Periodismo Philip Merrill de la Universidad de Maryland (MD) en College Park (USA) (epowers1@umd.edu).

Jessica Roberts es estudiante de doctorado en la Facultad de Periodismo Philip Merrill de la Universidad de Maryland (MD) en College Park (USA) (jessyrob@umd.edu).

1. Introducción

Cada vez más, los estudiantes universitarios de todo el mundo tienen acceso permanente a los medios de comunicación. Pueden leer y compartir la información, conectarse con amigos y familiares y estar «conectados», dado el acceso universal a Internet y a una amplia variedad de dispositivos móviles. Estudios recientes, centrados principalmente en estudiantes de Secundaria, ponen en evidencia el grado en que los jóvenes viven en un mundo saturado de medios. Los estudiantes son cada vez más dependientes de los dispositivos móviles para acceder a las noticias y al entretenimiento (Nielsen, 2009) y están permanentemente «enganchados» a las redes sociales (Lenhart & al., 2010). De los 8 a los 18 años de edad consumen más de 7,5 horas de media al día, dedicando la mayoría del tiempo al consumo de la televisión, escuchar música, usar el ordenador y jugar con videojuegos (Kaiser Family Foundation, 2010).

Como consecuencia de ello, los investigadores han señalado (Hobbs & Frost, 2003) que los programas de alfabetización mediática en adolescentes han de incluir actividades que inviten a los estudiantes a reflexionar y analizar sus propios hábitos de consumo de medios. Así, en la Unidad 1 del Módulo 7 del Currículum UNESCO, «Oportunidades de Internet y desafíos», promueve activamente el concepto de auto-conocimiento de los medios en sus objetivos de aprendizaje: «Comprender los patrones de uso de Internet por parte de los jóvenes y sus intereses» y «Desarrollar la capacidad de utilizar los métodos educativos y las herramientas básicas para ayudar a los jóvenes a utilizar Internet de forma responsable, haciéndolos conscientes de las oportunidades, los retos y los riesgos». Sin embargo, hoy en día, los estudiantes reciben muy poca o ninguna formación acerca de sus posibles consecuencias (Thoman & Jolls, 2004; Puddephatt de 2006, Livingstone, 2004; Martens, 2010).

Los alumnos no pueden aprender a participar plenamente en la sociedad como ciudadanos y consumidores, ni pueden tener una valoración global de las funciones de los medios de comunicación en sus vidas, sin haber reflexionado acerca de su propia dieta comunicativa. Los educadores de alfabetización mediática tienen el reto de identificar experiencias de aprendizaje donde los jóvenes puedan reflexionar sobre su forma de «participar plenamente como ciudadanos y consumidores en una sociedad saturada de medios» (Hobbs 2004: 44). Como señala el informe de la Fundación Kaiser Family, «comprender el papel de los medios de comunicación en la vida de los jóvenes es esencial para quienes se preocupan por promover el desarrollo sano de niños y adolescentes».

El currículum actual de alfabetización mediática enseña a los estudiantes a acceder, analizar, evaluar, comunicar y crear medios de comunicación (De Andrea, 2011; Rogow, 2004). Pero investigaciones recientes en alfabetización mediática –en donde se contextualiza «The World Unplugged», estudio descrito en este artículo– sugieren que ha de partirse de la toma de conciencia de sí mismo. Antes de que los estudiantes puedan analizar y evaluar textos de los medios, se les debe dar la oportunidad también de tomar conciencia de cómo acceder a ellos, utilizando la comunicación.

En el otoño de 2010, investigadores de la Universidad de Maryland en College Park (EEUU) realizaron un estudio mundial, titulado «El mundo conectado» para afrontar este objetivo. El estudio se basó en la experiencia «24 horas sin medios de comunicación», primer proyecto desarrollado en la Universidad de Maryland en la primavera de 2010. Los estudiantes de un centro de alfabetización habían solicitado ir a diferentes medios de comunicación durante 24 horas, narrando luego en un blog su experiencia: los éxitos, los problemas y, en general, describir y reflexionar sobre lo que aprendieron de su consumo de los medios de comunicación. «24 horas sin medios de comunicación» permitió a los estudiantes universitarios la oportunidad de reflexionar sobre sus relaciones con los medios, y analizar cómo mitigar o prevenir las potenciales consecuencias negativas de su uso. Más de 200 estudiantes participaron en la primavera de 2010, recogiendo cientos de textos y reflexiones acerca de sus experiencias, que dio pie, por parte de la Junta Institucional (IRB) de la Universidad a realizar un estudio de investigación, y la posterior publicación on-line de los

resultados (www.withoutmedia.wordpress.com), de enorme repercusión en los medios, tanto en los Estados Unidos como internacionalmente.

Se presentaron los resultados de esta investigación en la Academia de Salzburgo de Medios de Comunicación y Cambio Global 2010, en verano de 2010. Una docena de universidades¹ expresaron su interés en replicar a nivel global el proyecto de investigación. Como consecuencia de ello, cerca de 1.000 estudiantes de 10 países² participaron en las 24 horas, ejercicio que sirvió de base para el «The World Unplugged».

La versión internacional de «24 horas sin medios» permitió a estudiantes de los cinco continentes tener la oportunidad de tomar conciencia de la dependencia de los medios en su vida diaria y cómo la comunicación puede beneficiarles constructivamente. Como señaló un estudiante del Reino Unido, después de completar la actividad: «Sentimos la necesidad de estar conectados a los medios de comunicación durante todo el día. Nuestras vidas giran básicamente alrededor de eso. Es la forma en que nos informamos de las noticias, las historias... la forma de comunicarnos con los amigos y de planificar nuestras actividades».

2. Metodología

Una docena de universidades en 10 países (Argentina, Chile, China, Hong Kong, Líbano, México, Eslovaquia, Uganda, Reino Unido y los Estados Unidos de América) de cuatro continentes (África, Asia, Europa, América del Norte y Sur) participaron en el proyecto «El mundo desconectado».

Los estudiantes de todas estas universidades pusieron en marcha este proyecto de «El mundo desconectado» entre septiembre y diciembre de 2010, en función del calendario de cada universidad y sus necesidades curriculares. Las 12 universidades compartieron el mismo diseño del ejercicio³, con traducciones en su caso, o modelos adaptados. A los estudiantes que participaron no se les informó sobre las experiencias anteriores ni de los resultados previos, con el fin de no influir en sus expectativas y experiencias.

En el estudio global, como en el realizado en Estados Unidos, se solicitó completar una encuesta on-line (SurveyMonkey) con datos demográficos (país, identidad racial, edad, género, identidad religiosa, propiedades, uso de dispositivos tecnológicos: teléfono móvil o reproductor de MP3, videojuegos, redes sociales).

El resultado final del informe se acerca a las 500.000 palabras, tantas como escribió Tolstoi en «Guerra y Paz»⁴. Después de la recopilación de datos de las respuestas a través de las 12 universidades, se inició el proceso analítico, combinando la teoría fundamentada de Glaser y Strauss (1967) con el análisis sugerido por Peirce (1955). El proceso se puede describir como un constante flujo de datos empíricos y constructos teóricos ya existentes. Los investigadores analizaron las experiencias personales de los participantes, desde sus perspectivas cultural, social, económica y política, procedentes de 4 continentes. Posteriormente, antes de iniciar el análisis, se garantizó la fiabilidad de la codificación. Todas las respuestas fueron leídas como mínimo por dos investigadores. En la primera, aislaron las categorías y palabras clave que surgieron de las respuestas de los estudiantes, identificando individualmente estas categorías. Así hubo convergencia significativa en las categorías y las variaciones relativas a la identificación de palabras clave (Strauss, Corbin & Lynch, 1990). Por ejemplo, tres investigadores utilizaron las respuestas para generar categorías en torno a una lista de palabras emocionales y dispositivos, agrupándose posteriormente. Términos como «hábito», «adicción» o «desconexión» se reunieron en la categoría «dependencia», mientras «paz», «alivio» y «felicidad» se reunieron en la categoría «beneficios». Las palabras clave se procesaron con el software de IBM ManyEyes, generando diferentes clasificaciones socio-culturales, tecnológicas y socio-conductuales, analizándose las diferentes reacciones emocionales a la experiencia.

Tras el análisis informático de los datos, las respuestas fueron codificadas por, al menos, dos investigadores, y posteriormente revisadas por un segundo equipo de investigadores que procesaron los datos por países, por medios y por respuestas. Los resultados se publicaron posteriormente en una web.

Con la participación de 1.000 estudiantes de cuatro continentes, el estudio «El mundo desconectado» no pretendía ser una muestra representativa a nivel mundial; los datos solo reflejan una amplia y diversa instantánea de potenciales respuestas de jóvenes de 10 países y 12 universidades ante el hecho de estar sin medios de comunicación. No obstante, el tamaño de la muestra no fue regular y variaba entre las diferentes universidades, así como la población estudiantil de las universidades participantes. Sin embargo, a pesar de las diferencias geográficas, políticas, religiosas y económicas entre las escuelas y países participantes, los investigadores hallaron interesantes coincidencias en las respuestas de los estudiantes: la ubicuidad y la dependencia en las redes sociales y en particular de los dispositivos móviles, en todos los jóvenes, desde Uganda a Hong

Kong, desde Reino Unido a Chile. Se constata que, en relación a los medios, existen constantes que trascienden los diferentes orígenes nacionales.

3. Resultados

Estar desconectados de los medios durante esta experiencia internacional permitió a los estudiantes ser más conscientes de la presencia de los medios de comunicación en sus vidas, tanto en beneficios como en limitaciones. Sin embargo, los alumnos constataron ante todo su absoluta incapacidad para vivir sin medios. Los grados de «adicción» que los estudiantes percibieron les permitieron a algunos confesar que habían captado la necesidad de controlar sus hábitos de consumo. La mayoría de ellos dudaron de su capacidad para poder lograrlo, pero reconocieron que su dependencia era, en cierta medida, autoimpuesta y, de hecho, inhibía su capacidad para desenvolverse como desearían (para hacer elecciones proactivas en lugar de reactivas sobre el trabajo y el juego).

Como hallazgos más importantes entre todos los países, destacan:

1) Los estudiantes de todos los países, en repetidas ocasiones, emplearon el término «adicción» y «dependencia» para referirse a sus hábitos frente a los medios de comunicación. «Los medios son mi droga, sin ellos estaría perdido», dijo un estudiante del Reino Unido. «Yo soy un adicto. ¿Cómo podría sobrevivir 24 horas sin ellos?»; un estudiante de Argentina apuntó: «A veces me sentía muerto», mientras que un estudiante de Eslovaquia se limitó a señalar: «Me sentí muy triste, solo y deprimido».

2) Una mayoría de jóvenes de todos los países admitió su incapacidad y fracaso para realmente desconectarse. Esta tasa no se refleja vinculada con la riqueza relativa del país o con el acceso personal de los estudiantes a la amplia gama de dispositivos y tecnologías. «Fue un... día horrible, no usé mi teléfono celular en toda la noche», dijo un estudiante de Chile. «¡Después de esto, no puedo vivir sin los medios de comunicación! Necesito mis redes sociales, mi móvil, mi MAC, mi mp3 ¡siempre!». Los informes muestran que las tecnologías digitales se han hecho esenciales y omnipresentes. Los estudiantes reflejaron también el aburrimiento que genera la desconexión. «Literalmente, no sabía qué hacer conmigo», dijo un estudiante del Reino Unido. «Bajar a la cocina a buscar inútilmente en los armarios se convirtió en una rutina regular, lo mismo que ir a beber desesperadamente».

3) Los estudiantes concluyeron que los medios de comunicación, especialmente sus teléfonos móviles, se han convertido literalmente en una extensión de sí mismos, parte integral de su identidad personal. Un estudiante del Reino Unido dijo: «Desconecté Internet y me sentí como si me apagarán». Para muchos estudiantes, estar sin los medios de comunicación durante las 24 horas, generó una cortina de soledad oculta. «Cuando ya no pude comunicarme con mis amigos por teléfono móvil –dijo una joven china–, me sentí tan sola como si estuviera dentro de una pequeña jaula en una isla». Los problemas, para algunos estudiantes, fueron más allá de la soledad. Algunos llegaron a reconocer que las conexiones virtuales habían sustituido a las verdaderas; su relación con los medios de comunicación era casi el sustituto de la «amistad» real. Un chileno escribió: «Me sentí solo sin multimedia. Llegué a la conclusión de que los medios de comunicación son mi gran compañía».

4) Los jóvenes afirmaron que la conectividad tecnológica-digital las 24 horas al día y a la semana (24/7) no es solo un hábito, es esencial en la forma en que construyen y manejan sus amistades y su vida social. El principal sitio de redes sociales en los cinco continentes fue Facebook. Piensan que la forma en que utilizan las redes sociales determina lo que los demás piensan de ellos y cómo piensan ellos de sí mismos. «No hay duda de que Facebook tiene realmente un papel preponderante en nuestra vida cotidiana –dijo un estudiante de Hong Kong–. Todo el mundo lo utiliza para comunicarse con otras personas, también lo usamos para prestar atención a los demás».

5) Los jóvenes utilizan simultáneamente diferentes herramientas de comunicación para llegar a diferentes tipos de personas. Pueden estar al mismo tiempo en múltiples plataformas de comunicación, pero con diferentes maneras: llaman a sus padres, escriben y conversan por Skype con sus amigos cercanos; se relacionan por Facebook con sus grupos sociales, escriben por correo electrónico a sus profesores. Los alumnos se relacionan e interaccionan de forma permanente con estos recursos, pero sus consecuencias son reales.

6) Muchos alumnos apuntaron que, a pesar de que sabían que podían distraerse con los medios, no eran plenamente conscientes del tiempo que les dedicaban a las redes sociales. «Yo suelo estudiar y conversar o escuchar música al mismo tiempo, por lo que no me aburriría ni sentiría sueño –escribió un estudiante libanés–, pero de lo que me di cuenta es que... cuando realmente dejas los medios... es el montón de cosas de calidad que se pueden hacer».

7) La mayoría de los estudiantes afirmaron que raramente buscan noticias «serias» en portales de noticias. En su lugar, absorben, casi inconscientemente, las noticias que aparecen en la barra lateral de su cuenta de correo electrónico, en el muro de Facebook de sus amigos y en Twitter. Debido a que las redes sociales son cada vez más absorbentes, los alumnos declaran consumir noticias e información por estos canales y muy pocos mencionaron por su nombre a los medios tradicionales.

8) Algunos jóvenes reflejaron las diferencias cualitativas positivas, incluso en sus relaciones cercanas, que experimentaron durante el período de desconexión. «Me relacioné con mis padres más de lo normal –informó un joven mexicano–, escucho completamente todo lo que me dicen sin distraerme con mi BlackBerry. Ayudo a cocinar e incluso a lavar los platos». Un norteamericano escribió: «He vivido con la misma gente desde hace tres años, son mis mejores amigos, y creo que éste es uno de los mejores días que hemos pasado juntos. Tuve la oportunidad de verlos realmente, sin ningún tipo de distracciones, y hemos sido capaces de volver a los placeres simples».

9) Muchos estudiantes señalaron algunos beneficios de la desconexión temporal de los medios de comunicación: una sensación de liberación o libertad, un sentimiento de paz y felicidad, una mejor comunicación con familiares y amigos cercanos y más tiempo para hacer cosas que habían descuidado. En raras ocasiones, aunque sí en algunos casos, los alumnos expresaron su deseo de reservar un tiempo desconectar nuevamente de los medios de comunicación en el futuro.

4. Discusión

El valor principal de esta actividad de «24 horas sin medios» fue, sin duda, el crear en los estudiantes una mayor conciencia sobre el papel que los medios tienen en sus vidas, hecho clave para el «empoderamiento». Para comprender cómo hacer un uso responsable de Internet, los alumnos deben primero tomar conciencia de sus propios patrones de uso y comportamientos. Aquí se entronca con los objetivos de aprendizaje de la Unidad 1 del Módulo 7 del Currículo de la UNESCO de Educación en Medios, que pretende ayudar a los profesores a comprender los patrones de uso de Internet y los intereses de sus alumnos, desarrollándoles la capacidad de utilizar Internet de forma responsable, e incitándoles a ser más conscientes de las oportunidades, riesgos y desafíos que ofrece Internet.

El Módulo 7 «Oportunidades y desafíos de Internet» comienza afirmando «Participar en la sociedad de la información es esencial para los ciudadanos de todas las edades». A menudo se asume que los jóvenes –considerados «nativos digitales» que crecieron en un mundo conectado– son plenamente conscientes de sus propios hábitos mediáticos, así como de las ventajas y desventajas de vivir en la sociedad de la información. Pero, como se menciona en el Módulo 7, este no es el caso. Los jóvenes, además de poder beneficiarse tanto de los recursos disponibles en Internet y de los dispositivos de Internet móvil, continúan siendo una población vulnerable. En lugar de abogar por un enfoque proteccionista, el Currículo UNESCO acertadamente sugiere que «la mejor manera de ayudarles a mantenerse fuera de peligro consiste en capacitarlos y educarlos sobre cómo evitar o controlar los riesgos relacionados con el uso de Internet» (UNESCO, 128).

El estudio analizado ha añadido una perspectiva global a la creciente literatura sobre los hábitos de los medios de comunicación de los estudiantes universitarios, sobre su nivel de interacción con los medios electrónicos en actividades de ocio. Kamalipour, Robinson y Nortman (1998) apuntan una investigación sobre la relación entre la frecuencia de uso de Facebook, la participación en actividades de Facebook y el compromiso de los alumnos. Junco (2011) realiza un estudio de caso sobre una red social diseñada para que los alumnos se ayuden entre sí a hacer la transición de la escuela secundaria a la universidad (DeAndrea & al., 2011). El estudio «The World Unplugged» generó también un amplio panorama de los medios de comunicación en sentido amplio, desde los videojuegos, el móvil y Facebook.

El estudio se inició a principios de 2010 en Estados Unidos, «24 horas sin medios», con el objeto de enseñar a los alumnos a ser más conscientes acerca de sus patrones de consumo. Sin embargo, los investigadores detectaron el potencial didáctico de estas experiencias de desconexión consciente y limitada. Frente a la teoría, los estudiantes experimentaron cómo los medios de comunicación moldean su comportamiento cotidiano y el acceso a la información. Muy pocos alumnos habían reflexionado previamente sobre sus patrones de consumo; en cambio, después del ejercicio, estimaron de forma más consciente sus relaciones con los medios de comunicación, y sus influencias en su propio comportamiento y ubicación socio-cultural.

4.1. Impacto en los alumnos y en los docentes

Sin duda, profesores de todo el mundo pueden poner en práctica esta experiencia de «Un día sin medios». Estos dos estudios han demostrado que estas actividades aumentan la autoconciencia

de los estudiantes sobre sus hábitos comunicativos y, además, conduce a un uso más deliberado y comprensivo de la información mediada por los medios y las tecnologías.

Los profesores han de seleccionar la mejor manera de educar a los jóvenes en esta era de información infinita. Frente a un modelo teórico, mediante charlas sobre la importancia de los medios de comunicación, estadísticas de consumo o presentación teórica de resultados de investigación sobre los efectos de estar constantemente «conectado», esta investigación sugiere una manera más efectiva de educar y capacitar a los alumnos: hacerles descubrir su consumo en su experiencia personal (Berkeley, 2009).

Una manera atractiva para que los jóvenes reflexionen sobre su nivel de dependencia de los medios de comunicación es generar desconexión temporal y hacerles reflexionar (Moeller, 2009; Namle, 2007; Singh & al., 2010). «Un día sin medios» se adentra en el aprendizaje experiencial (Kolb & Fry, 1975). El modelo de cuatro pasos de aprendizaje experiencial derivado de Lewin (1948), Dewey (1963) y Piaget (1973) apunta a que el aumento de la implicación genera un mejor aprendizaje. Kolb y Fry (1975) señalaron que una experiencia provoca necesariamente observaciones vivenciales. Tales observaciones experimentales ayudan a formar conceptos abstractos, que a su vez pueden ser probados en nuevas situaciones reales. Al igual que en este modelo, «24 horas sin medios» se inicia con ejercicios experienciales, seguidos por una reflexión escrita, para reforzar los principales conceptos de alfabetización audiovisual que pueden fortalecerse aún más en las actividades a lo largo de un semestre de trabajo. Un valor adicional de esta actividad es su carácter flexible, ya que los estudiantes han de decidir a lo largo del tiempo del ejercicio cuándo van a realizar el día sin medios.

En el estudio «El mundo desconectado», algunos estudiantes priorizaron su vida social evitando la realización de su ejercicio durante un fin de semana. Otros alumnos decidieron que era importante utilizar los medios en sus estudios y realizaron la actividad un fin de semana. Este hecho de optar por una decisión consciente contribuyó activamente a evaluar las funciones de los medios en sus vidas.

«24 horas sin medios» generó también una experiencia compartida de grupo que animó a la participación en clase. La experiencia común promovió vínculos más estrechos entre los alumnos, un compromiso más activo con la clase y entre ellos.

4.2. Recomendaciones para los educadores

El ejercicio «24 horas sin medios» permitió a los profesores evaluar cómo utilizan los medios de comunicación los jóvenes. Este ejercicio proporcionó tanto a profesores como a estudiantes, datos cercanos y personales, en lugar de las estadísticas generales. La experiencia permitió a los alumnos examinar críticamente sus propios hábitos mediáticos y comparar su experiencia de desconexión con la experiencia de sus compañeros, debido a que esta tarea requirió de auto-examen y reflexión más que de memorización o de investigación.

Lo más atractivo del ejercicio «24 horas sin medios» está en su simplicidad. Los profesores siempre buscan, como es normal, ejercicios fáciles de explicar y de experimentar, que requieran pocos recursos, se ejecuten fácilmente y produzcan resultados tangibles.

Todo lo que los estudiantes necesitaban saber era que se abstendrían de utilizar cualquier medio de comunicación (desde teléfonos móviles hasta Internet, desde la radio hasta la televisión) durante un período completo de 24 horas, y que escribirían sobre su experiencia inmediatamente después de terminar. Podían elegir el momento de la desconexión (dentro de un período de una semana). Los profesores no necesitan realizar ninguna preparación para esta tarea, más allá de determinar exactamente lo que quieren que los estudiantes escriban en el ensayo-respuesta sobre su experiencia: un diario más o menos personal cronometrado, las tecnologías recordadas y el tipo de emociones y sentimientos presentes durante y después del ejercicio. Los profesores no debían explicar a los alumnos por qué se les fue asignada esta tarea; tampoco debían proporcionarles ningún antecedente (incluida la experiencia de anteriores alumnos o reseñas de prensa) sobre el ejercicio, ya que los alumnos debían participar sin prejuicios ni conocimientos².

Esta tarea también es atractiva debido a su potencial de generalización: se puede utilizar en todos los contextos mediáticos y en muchas aulas. El ejercicio se adapta fácilmente en entornos de «banda ancha» –probablemente tendrán que renunciar durante 24 horas a una amplia gama de medios: móviles, tecnologías digitales, medios impresos–. Si los alumnos están en entornos mediáticos más limitados tecnológicamente, tendrán lógicamente menos recursos que renunciar, pero sí contarán, por ejemplo, con el teléfono móvil y la radio. En cualquier caso, los alumnos saldrán de este ejercicio más conscientes de cómo, cuándo y por qué utilizan los medios de comunicación, y cuál es el impacto de su uso en sus vidas en el ámbito intelectual, social, político y familiar.

«24 horas sin medios» es un ejercicio adecuado para aplicar tanto en escuelas secundarias como en universidades, buscando promover el pensamiento crítico, la conciencia ante los medios y la alfabetización mediática. En las clases de Periodismo se puede utilizar como una introducción a las formas en que los jóvenes acceden a la información en el siglo XXI, el aumento de los contenidos generados por los usuarios y la cambiante definición de la expresión «noticias». En los cursos sobre Estudios de Comunicación se puede usar como punto de partida para una discusión sobre cómo la audiencia procesa la información. En los cursos de Ciencia Política se puede analizar cómo los cambios en tecnología afectan el discurso político y el compromiso. En cualquier contexto, permite que los estudiantes hablen acerca de su uso de los medios, y del papel y la autoridad que los medios de comunicación tienen en sus propios entornos. Los profesores pueden utilizar este ejercicio para ampliar los debates en clase.

«24 horas sin medios» puede ser adaptado para servir a fines específicos. Los profesores pueden solicitar a los alumnos experiencias más prolongadas que las 24 horas sin medios, o bien no utilizando medios de comunicación algún día específico, o renunciar solo a cierto tipo de medios. Inmediatamente después, se pueden hacer el seguimiento o también se puede solicitar repetir el ejercicio a lo largo del curso para crear con ello un estudio más longitudinal. Los profesores pueden trabajar con libertad en el establecimiento de los parámetros, sin disminuir demasiado el impacto del proyecto en los estudiantes o sin que esto signifique limitar la comprensión sobre cómo sus estudiantes obtienen, comparten y experimentan los medios.

Como dijo un alumno del Reino Unido que participó en «El mundo desconectado», «Me gustaría recomendar a todos tomar parte en el desafío, ya que aumentará su conciencia de lo mucho que el pueblo confía en los medios de comunicación para hacer muchas cosas». Estas reacciones de desconexión son ejemplos de alfabetización mediática como parte del currículo en las escuelas secundarias y en las universidades de todo el mundo. Una forma de lograr que los alumnos comiencen a pensar analíticamente acerca de los medios de comunicación que consumen: hacerlos participar en un experimento «desconectado».

Agradecimientos

Susan Moeller dirigió las dos investigaciones «24 horas sin medios» y «El mundo desconectado». Además, las dos coautoras, Elia Powers y Jessica Roberts, Michael Koliska, un estudiante de doctorado de la Facultad de Periodismo «Philip Merrill», de la Universidad de Maryland en College Park, MD (USA) ha sido coautora de este artículo. Los alumnos de doctorado Stine Eckert, Sergei Golitsinski y Soo-Kwang Oh, conjuntamente con otros alumnos graduados y no graduados de la Universidad de Maryland, colaboraron en el análisis de datos de la investigación. Los docentes de las diversas universidades internacionales participantes fueron de un gran valor en la recogida, traducción y evaluación de los datos de sus centros.

Notas

1 Las universidades que participaron en el estudio «El mundo desconectado» (2010-11) fueron: Lead University: University of Maryland, College Park, School of Journalism (USA); American University of Beirut, Department of Social/Behavioral Sciences (Lebanon); Bournemouth University, Media School (United Kingdom); Chinese University of Hong Kong, School of Journalism and Communication (China/Hong Kong); Chongqing University, Literature and Journalism (China); Hofstra University, School of Communication (USA); Hong Kong Shue Yan University, Department of Journalism and Communication (China/Hong Kong); Makerere University, Department of Mass Communication (Uganda); Pontificia Universidad Católica, School of Journalism (Argentina); Pontificia Universidad Católica de Chile, School of Journalism (Chile); Universidad Iberoamericana, Department of Communications (Mexico); University of St. Cyril and Methodius, Marketing and Mass Media (Slovakia).

2 La plantilla que trabajaron los estudiantes de las doce universidades se puede consultar en: www.withoutmedia.wordpress.com/about (12-01-2012).

3 El número total de palabras es aproximado ya que muchos de los alumnos que participaron en el estudio global no narraron sus experiencias en inglés.

4 En los últimos meses profesores de algunas de las universidades participantes han propuesto a sus estudiantes analizar la cobertura de prensa sobre los resultados de estos dos estudios, reflejándose que los mismos han recibido atención, no solo de académicos dedicados a la investigación, sino también de periodistas e interesados en tecnología digital y alfabetización mediática.

Referencias

Berkeley, L. (2009). Media Education and New Technology: A Case Study of Major Curriculum Change within a University Media Degree. *Journal of Media Practice*, 10 (2&3), 185-197.
De Abreu, B. (2011). *Media Literacy, Social Networking, and the Web 2.0 Environment for the K-12 Educator*. New York: Peter Lang.

- De Andrea, D.C. & al. (2011). Serious Social Media: On the Use of Social Media for Improving Students' Adjustment to College. *The Internet and Higher Education*, 15(1), 15-23 (DOI: 10.1016/j.iheduc.2011.05.009) (05-01-2012).
- Dewey, J. (1963). *Experience and Education*. New York: Collier Books.
- Glaser, B.G. & Strauss, A.L. (1967). *Grounded Theory: The Discovery of Grounded Theory*. New York: de Gruyter.
- Henry J. Kaiser Family Foundation (Ed.) (2010). *Generation M2: Media in the Lives of 8- to 18-year-olds*. Menlo Park, CA. (www.kff.org/entmedia/upload/8010.pdf) (05-01-2012).
- Hobbs, R. (2004). A Review of School-Based Initiatives in Media Literacy Education. *American Behavioral Scientist*, 48(1), 42-59.
- Hobbs, R. & Frost, R. (2003). Measuring the Acquisition of Media-Literacy Skills. *Reading Research Quarterly*, 38(3), 300-355.
- Junco, R. (2011). The Relationship between Frequency of Facebook Use, Participation in Facebook Activities, and Student Engagement. *Computers & Education*, 58(1), 162-171.
- Kamalipour, Y.R., Robinson, W.L. & Nortman, M.L. (1998). *College Students' Media Habits: A Pilot Study*. (www.eric.ed.gov/PDFS/ED415564.pdf) (05-01-2012).
- Kolb, D.A. & Fry, R. (1975). *Toward an Applied Theory of Experiential Learning*. In C. Cooper (Ed.), *Theories of Group Process*. London: John Wiley.
- Lewin, K. (1948). *Resolving Social Conflicts. Selected Papers on Group Dynamics*. New York: Harper & Row.
- Licoppe, C. (2004). Connected Presence: the Emergence of a New Repertoire for Managing Social Relationships in a Changing Communication Technoscape. *Environment and Planning D. Society and Space*, 22(1), 135-156.
- Lenhart, A., Purcell, K., Smith, A. & Zickuhr, K. (2010). *Social Media & Mobile Internet Use Among Teens and Young Adults*. Pew Internet & American Life Project. (www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2010/PIP_Social_Media_and_Young_Adults_Report_Final_with_toplevels.pdf) (05-01-2012).
- Livingstone, S. (2004). Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies. *The Communication Review*, 7(1), 3-14.
- Martens, H. (2010). Evaluating Media Literacy Education: Concepts, Theories and Future Directions. *The Journal of Media Literacy*, 2(1). (www.jmle.org/index.php/JMLE/article/view/71) (30-12-2011).
- Moeller, S. (2009). *Media Literacy: Helping to Educate the Public in a Rapidly Changing World*. Workshop based on CIMA Reports. (<http://cima.ned.org/publications/research-reports/media-literacy-understanding-news>) (05-01-2012).
- NAMLE (Ed.) (2007). *Core Principles of Media Literacy Education in the United States*. (<http://namle.net/publications/core-principles>) (05-01-2012).
- The Nielsen Company (2009). *How Teens Use Media: A Nielsen Report on the Myths and Realities of Teen Media Trends*. (http://blog.nielsen.com/nielsenwire/reports/nielsen_howteensusemedia_june09.pdf) (05-01-2012).
- Peirce, C.S. (1955). *Abduction and induction*. In J. Buchler (Ed.), *Philosophical Writings of Peirce*. New York: Dover.
- Piaget, J. (1973). *To Understand is to Invent*. New York: Grossman Publishers.
- Puddephatt, A. (2006). *A Guide to Measuring the Impact of Right to Information Programmes: Practical Guidance Note*, UNDP.
- Rogow, F. (2004). Shifting From Media to Literacy: One Opinion on the Challenges of Media Literacy Education. *American Behavioral Scientist*, 48(1), 30-34.
- Singh, J. & al. (2010). *International Information and Media Literacy Survey (IILMS)*. Washington (DC): UNESCO: IFAP Project Template. *The European Charter for Media Literacy*. (www.euromedialiteracy.eu/-charter.php) (05-01-2012).
- Strauss, A.L., Corbin, J.M. & Lynch, M. (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Thoman, E. & Jolls, T. (2004). Media Literacy. A National Priority for a Changing World. *American Behavioral Scientist* 48(1), 18-29.