



Recibido 24-06-2011  
Revisado 26-07-2011  
Aceptado 12-09-2011  
DOI: 10.3916/C38-2011-02-01  
Preprint: 01-01-2012  
Publicación final impresa: 01-03-2012

Manuel Area y Teresa Pessoa  
La Laguna (España) y Coimbra (Portugal)

## De lo sólido a lo líquido: Las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la Web 2.0

### From Solid to Liquid: New Literacies to the Cultural Changes of Web 2.0

*En este artículo se propone un modelo de nuevas alfabetizaciones para la formación de la ciudadanía de la sociedad digital. Usando la metáfora de Baumman se hace referencia a la oposición entre la cultura «sólida» predominante en los siglos XIX y XX con la cultura de la información «líquida» en la que la Web 2.0 tiene efectos muy relevantes sobre múltiples planos de nuestra cultura actual. En un primer momento, se examinan las principales características de la Web 2.0 definiéndola en relación a seis grandes dimensiones o planos que se entrecruzan y son simultáneos: la Web 2.0 como la biblioteca universal, como mercado global, como un puzzle gigante de hipertextos, como una plaza pública de comunicación e interacción social, como un territorio de expresión multimedia y audiovisual, y como múltiples entornos virtuales interactivos. En una segunda parte, se propone un modelo teórico de la alfabetización del ciudadano ante esta cultura digital que consta de dos ejes o planos básicos: el primero referido a los ámbitos o dimensiones de la alfabetización, y el segundo a las competencias de aprendizaje (instrumentales, cognitivo-intelectuales, sociocomunicacionales, emocionales y axiológicas) a desarrollar en los sujetos. Por último, se defiende que las nuevas alfabetizaciones son un derecho de los individuos y una condición necesaria para un desarrollo social y democrático de la sociedad en el siglo XXI.*

*This paper proposes a model for developing new literacies of citizenship in the digital society. Using Baumman's metaphor, we contrast the 'solid' culture of the 19<sup>th</sup> and 20<sup>th</sup> centuries to the 'liquid' information culture of the 21<sup>st</sup> century in which Web 2.0 plays a fundamental role and affects many aspects of our culture. We first review the main features of Web 2.0 through six major dimensions: as a universal library, global market, as a giant hypertext jigsaw puzzle, a public space for social communities, a territory for multimedia and audiovisual expression, and as a space for multiple virtual interactive environments. In the second part, we propose an integrated theoretical model of literacy for the citizen. This model is based on two pillars: the areas or dimensions of literacy, and the competences (instrumental, cognitive-intellectual, socio-communicative, emotional and axiological) to be developed in citizens. Finally we contend that the new literacies amount to a civic right and a necessary condition for social development and a more democratic society in the 21<sup>st</sup> century.*

*Web 2.0, cultura digital, alfabetización, nuevas alfabetizaciones, alfabetizaciones múltiples, competencias, Internet, TIC.  
Web 2.0, digital culture, literacy, new literacies, multi-literacy, competences, Internet, ICT.*

Dr. Manuel Area Moreira es Catedrático del Departamento Didáctica e Investigación Educativa de la Facultad de Educación de la Universidad de La Laguna (España) (manarea@gmail.com).

Dra. Maria Teresa Ribeiro Pessoa es Profesora Auxiliar de la Facultad de Psicología y Ciencias de la Educación de la Universidad de Coimbra (Portugal) (tpessoa@fpce.uc.pt).

## 1. Introducción: De la cultura sólida a la información líquida

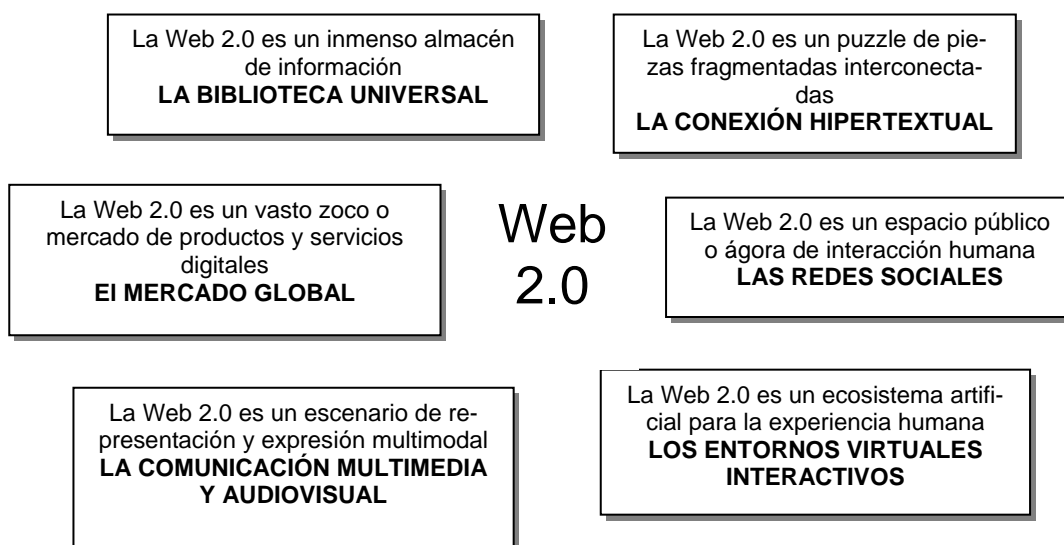
Hablar de lo sólido y lo líquido es una metáfora (Bauman, 2006), para caracterizar los procesos de cambio sociocultural actuales, impulsados por la omnipresencia de las tecnologías de la información y comunicación. La metáfora nos sugiere que el tiempo actual –su cultura digital– es un fluido de producción de información y conocimiento inestable, en permanente cambio, en constante transformación, como contraposición a la producción cultural desarrollada –principalmente en Occidente a lo largo de los siglos XIX y XX– donde primó la estabilidad e inalterabilidad de lo físico, de lo material, de lo sólido.

Internet, y especialmente la denominada Web 2.0, ha trastocado las reglas de juego tradicionales de elaboración, distribución y consumo de la cultura. Por ello, los objetos culturales que fueron creados a lo largo del siglo XX (las publicaciones impresas, las salas cinematográficas, los discos y cassettes, las fotografías, etc.) están desapareciendo. Las TIC han provocado, o al menos han acelerado, una revolución de amplio alcance en nuestra civilización que gira en torno a la transformación de los mecanismos de producción, almacenamiento, difusión y acceso a la información; en las formas y los flujos comunicativos entre las personas; así como en los lenguajes expresivos y de representación de la cultura y el conocimiento. Los nuevos tiempos han generado nuevos actores (Internet, la telefonía móvil, los videojuegos y demás artilugios digitales) que están cambiando nuestra experiencia en múltiples aspectos: en el ocio, en las comunicaciones personales, en el aprendizaje, en el trabajo, etc. Lo digital es una experiencia líquida bien diferenciada de la experiencia de consumo y adquisición de la cultura sólida y, en consecuencia, precisa de nuevos enfoques y modelos de alfabetización y aprendizaje.

## 2. La Web 2.0: la información líquida invade nuestra existencia

Existe una amplia literatura que ha intentado definir y caracterizar qué es la Web 2.0 y sus efectos en múltiples planos de nuestra cultura señalándose que es una realidad excesivamente difusa, cambiante e inestable como para ser acotada en una definición precisa. En el artículo primigenio sobre la Web 2.0, O'Reilly (2005) ya enunció algunas de sus características más destacables: la Web 2.0 es más una plataforma de servicios que de software; es una arquitectura de participación, escalabilidad del coste-beneficio, transformaciones y remezclas de datos y de sus fuentes; software no atado a un único dispositivo, y aprovechamiento de la inteligencia colectiva.

Desde nuestro punto de vista, la Red, es decir, el estadio actual de desarrollo de las telecomunicaciones y de la WWW, conocida genéricamente como la Web 2.0, pudiéramos caracterizarla en función de seis grandes parámetros o dimensiones de producción, consumo y difusión de la cultura que son coexistentes, se entrecruzan y se desarrollan de forma paralela. Es decir, la Web 2.0 es, simultáneamente, una biblioteca universal, un mercado global, un gigantesco puzzle de piezas informativas conectadas hipertextualmente, una plaza pública de encuentro y comunicación de personas que forman comunidades sociales, es un territorio donde prima la comunicación multimedia y audiovisual, así como la diversidad de entornos virtuales interactivos. La información en la Red es abundante, multimedia, fragmentada y construida socialmente en entornos tecnológicos. Lo digital es líquido y, en consecuencia, requiere nuevas alfabetizaciones a los ciudadanos del siglo XXI que les capaciten para actuar como sujetos autónomos, críticos y cultos en el ciberespacio.



- La web como biblioteca universal: la sobreabundancia de información genera «infoxicación». Uno de los fenómenos más destacables de este comienzo del siglo XXI es la sobreabundancia de información generada por el incremento exponencial de la misma, que es amplificada y difundida a gran escala por los múltiples y variados medios y tecnologías. Es lo que se conoce como «infoxicación» (Benito-Ruiz, 2009), en el sentido de que el cúmulo y excesiva cantidad de datos genera, inevitablemente, una saturación o intoxicación informacional que provoca que muchos sujetos tengan una visión confusa, ininteligible y de densa opacidad sobre la realidad que les rodea (sea local, nacional o mundial). Ésta es una de las paradojas culturales más representativas de nuestra época: disponemos de los recursos y medios para la accesibilidad a la información, pero la limitada capacidad de procesamiento de la mente humana provoca que el umbral de comprensibilidad de los acontecimientos se vea sobrepasado por la excesiva cantidad de información que recibimos. Por ello, distintos autores afirman que la sociedad de la información no significa necesariamente una sociedad de mayor conocimiento. Una cosa son los datos y otra bien distinta es la capacidad de interpretarlos, darles sentido y significado útil para ciertos propósitos. Esto último es transformar los datos informativos en conocimiento, en saber emplear la información al servicio de la resolución de un problema. Aquí reside una de las metas más relevantes de lo que significa ser un sujeto alfabetizado en la cultura digital.

- La web como mercado o zoco digital: la información como materia prima de la nueva economía. La información ha pasado a convertirse en la materia prima de importantes sectores económicos de la denominada nueva economía o capitalismo digital. Las compras on-line, la gestión de servicios con las administraciones públicas, la comunicación vía Internet con empresas, asociaciones, entidades gubernamentales, el chequeo y gestión de nuestras finanzas o actividades comerciales... son ya una realidad en nuestra existencia. Las industrias de la información y de servicios on-line en sus múltiples formas se están convirtiendo en uno de los sectores estratégicos en la producción de la riqueza de un país. La Web 2.0 es cada vez más un espacio virtual de transacciones económicas. Por ello, este tipo de empresas o instituciones de servicios requieren de recursos humanos cualificados, o si se prefiere alfabetizados, de modo que posean las competencias adecuadas para producir, gestionar y consumir productos basados en la gestión de información. Pero, también es muy relevante la formación o alfabetización del cliente, del usuario, del consumidor de los productos on-line de modo que conozca sus derechos y formas de actuar en las web. En consecuencia, la alfabetización también es la formación de los trabajadores de la industria digital y de los ciudadanos como consumidores responsables.

- La fragmentación de la cultura: el triunfo del microcontenido. La cultura de la Web 2.0 es fragmentada, es como un puzzle de microcontenidos, donde el individuo debe construir su propio relato de experiencia en los entornos digitales. La cultura vehiculada a través de las redes son piezas cortas, breves, separadas unas de otras, pero entrelazadas mediante vínculos para su consumo rápido. Cada unidad u objeto cultural (una canción, un post, un comentario en un foro, un vídeo, un texto, una foto...) puede ser consumida por el usuario de forma aislada del contexto en el que lo produjo el autor, otorgándole, en consecuencia, otro significado diferente del original, puede ser remezclada con otras piezas generadas por otros autores configurando de este modo una experiencia única y personal por parte del sujeto que navega. Componer una página web, un blog, una wiki, se parece más al proceso de armar un collage que al de elaborar una obra cohesionada y cerrada en sí misma.

La comunicación en la Web 2.0 está provocando la extensión y consolidación de la «cultura del telegrama» que son potenciados por las características de interacción social de la telefonía móvil, de los blogs y de las redes sociales. Frente a la cultura epistolar del pasado hoy prima la economía de las palabras, y la urgencia en hacerlas llegar pronto al destinatario. Esto significa que nos estamos atrofiando como sujetos que dominan las formas expresivas para la redacción de textos prolongados y extensos, coherentemente argumentados y que estén contruidos siguiendo una secuencia de inicio, desarrollo y conclusión (Carr, 2010). La mayoría de los textos de las redes sociales, por el contrario son breves, espontáneos, cortos y poco meditados. Es el triunfo de la inmediatez comunicativa frente a la reflexión intelectual. Es el triunfo de la escritura del SMS, y no del texto narrativo. La alfabetización por tanto debe cultivar las competencias para que un sujeto domine distintos lenguajes (sean textuales, audiovisuales, icónicos o sonoros) en diversas formas expresivas (microcontenidos, narraciones o hipertextos)

- La web como ágora pública de comunicación: las redes sociales. La Web 2.0 muchos la denominan como la red social en el sentido de que nos permite estar en contacto permanente con otros usuarios y de este modo, construir comunidades o grupos de comunicación horizontal (Flores, 2009; Haro, 2010). Estas redes o comunidades virtuales –tipo Tuenti, Hi5, NIng, Flirck, Twitter o Facebook– tienen el potencial de que cualquier individuo pueda interactuar y compartir información con muchas personas, de forma fácil, en directo y sin intermediarios. Internet no es solo un entramado global de máquinas o herramientas tecnológicas, es sobre to-

do un espacio de comunicación social, es una plaza pública de encuentro e intercambio de seres humanos que comparten unas mismas aficiones, intereses, problemáticas, o afectos. Las redes sociales generan lazos emocionales de pertenencia a un determinado colectivo o grupo social con el que interactuamos.

Las redes sociales, además de tener un poderoso potencial para el ocio y la comunicación informal también tienen utilidades profesionales, formativas o de aprendizaje ya que configuran comunidades de práctica. Esta dualidad del potencial de las redes sociales se manifiesta en múltiples planos, a veces divergentes y aparentemente contradictorios. Por una parte, generan fenómenos de movilización política y social, como ha ocurrido en las revoluciones del norte de África, o recientemente en España. Por otra, las redes también responden a una tendencia hacia un cierto exhibicionismo a través de la tecnología como es el caso de comportamientos juveniles en Facebook, Tuenti o Twitter donde es habitual una exhibición de las opiniones, fotografías, canciones, páginas web, etc. a los demás (que en lenguaje correcto se dice que son «amigos»). La alfabetización, en consecuencia, tiene que plantearse esta dualidad, de modo que forme a los sujetos para su socialización en comunidades virtuales, mediante el desarrollo de competencias de comunicación, donde primen la empatía, los valores democráticos y la cooperación con los otros, así como la conciencia de lo que debe ser público y/o privado.

- La web es un territorio creciente de expresión multimedia y audiovisual. Cada vez más, la web se llena de imágenes, sonidos, animaciones, películas, audiovisuales. Internet ya no es solo un ciberespacio de textos o documentos para leer. Ahora, de forma más creciente la Web 2.0 es un lugar donde publicar y comunicarse mediante fotos, videoclips, presentaciones o cualquier otro archivo multimedia. El lenguaje iconográfico y audiovisual está inundando los procesos comunicativos de la Red y ello requiere la alfabetización de los sujetos tanto como consumidores de este tipo de productos como en su formación como emisores de forma que posean las competencias expresivas para expresarse con los formatos multimedia y los lenguajes audiovisuales. Al respecto existe una importante tradición derivada de la denominada educación audiovisual y de la educación mediática que tiene mucho que aportar a este tipo de procesos alfabetizadores (Gutiérrez, 2003; 2010; Aparici, 2010).

- La web como ecosistema artificial para la experiencia humana. Internet y demás tecnologías digitales están permitiendo construir un medio ambiente artificial que posibilita tener experiencias sensoriales en entornos tridimensionales o de mezcla entre lo empírico y lo digital, como es el caso de la denominada realidad aumentada (Cawood & Fiala, 2008). La tecnología media entre nuestra percepción individual como sujetos y la realidad representada en la misma, hasta tal punto que llega a mezclarse lo virtual y lo empírico generando «mundos virtuales» a través de plataformas on-line como Secondlife, Torque o OpenSim (Cherbakov, 2009). Estos mundos artificialmente contruidos no solo permiten generar un avatar o personaje que nos representa, sino también vivenciar intensas emociones de comunicación e interacción social. La narrativa y experiencia interactiva humano-máquina que han propiciado los videojuegos están favoreciendo un nuevo tipo de experiencia cultural que requiere una formación o alfabetización específica (Sedeño, 2010).

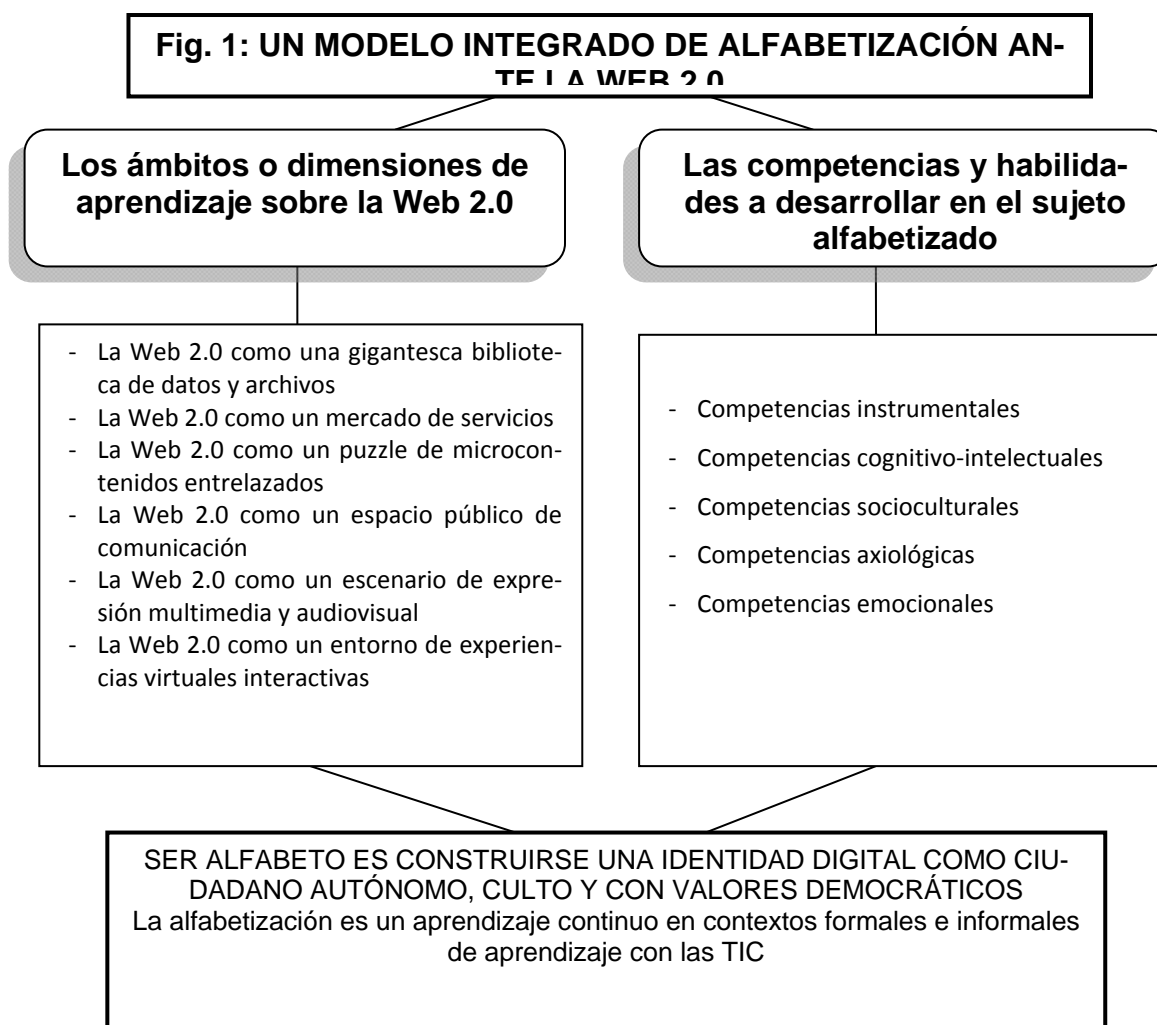
### **3. Nuevas alfabetizaciones para la ciudadanía de la cultura de la Web 2.0**

Como estamos sugiriendo los hipertextos, los gráficos en 3D, los mundos virtuales, los videoclips, las simulaciones, la comunicación en tiempo real y simultánea entre varios sujetos a través de un ordenador, las comunidades humanas virtuales o redes sociales, la videoconferencia, los mensajes y correos escritos a través de telefonía móvil o de Internet, la navegación a través de la WWW, las presentaciones multimedia, entre otras, representan un caleidoscopio de códigos expresivos y acciones comunicativas bien diferenciadas de lo que es la comunicación a través de la escritura y lectura en documentos de papel.

Al respecto, desde hace casi una década, viene produciéndose una literatura sobre la alfabetización que, recogiendo por una parte, la tradición representada por el enfoque liberador y dialógico de Freire, y el enfoque de formación democrática del ciudadano de Dewey, y, por otra, las aportaciones de la educación mediática crítica (critical media education) están pretendiendo elaborar una teoría de la alfabetización para la cultura digital. Al respecto, existen propuestas altamente influyentes, como el concepto de «multialfabetización» (Cope & Kalantzis, 2009), de «nuevas alfabetizaciones» (Lankshear & Knobel, 2009) o de Alfin –alfabetización informacional (Bawden, 2001)– impulsadas desde los ámbitos bibliotecarios y de documentación. Asimismo, también han aparecido distintos conceptos que adjetivizan la alfabetización del tiempo digital como «alfabetización tecnológica», «alfabetización mediática», «alfabetización digital», «alfabetización multimedia», o «alfabetización informacional» puede verse en Gutiérrez (2010), donde coinciden que la alfabetización ante la tecnología digital es un proceso más complejo que la mera capacitación en el manejo del hardware y el software y que lo relevante es la alfabetización ante los nuevos códigos y formas comunicativas de la cultura digital. Distintos autores (Gutiérrez, 2003; Snyder, 2004; Monereo & al., 2005; Tyner, 2008; Merchant, 2009; Leahy & Dolan, 2010) han abordado esta cuestión poniendo de manifiesto que la adquisición de destrezas de uso inte-

ligente de las nuevas tecnologías pasa, al menos, por el dominio instrumental de las mismas junto con la adquisición de competencias relacionadas con la búsqueda, análisis, selección y comunicación de datos e informaciones cara a que el alumno transforme la información en conocimiento, que se convierta en un «prosumer» –productor y consumidor activo de información, así como que desarrolle las competencias de interacción comunicativa en entornos digitales. O dicho de otro modo, que tenga la competencia de apropiarse y otorgar significado a la densa información disponible en la red y representada a través de múltiples lenguajes expresivos. Apropriación del significado y expresión multimodal serían los nuevos términos de los viejos conceptos de leer y escribir tradicionales en todo proceso alfabetizador. Pero, desde nuestra visión, hace falta ir más allá e incorporar nuevos elementos a los señalados en la formulación de una propuesta teórica para la alfabetización ante los cambios culturales derivados del desarrollo de la Web 2.0.

A continuación ofrecemos las líneas maestras o arquitectura básica de un modelo de alfabetización integrado para la formación del ciudadano de la sociedad digital. Hemos conjugado por una parte, los ámbitos o dimensiones de aprendizaje sobre los distintos planos o escenarios que representa la Web 2.0 y que hemos identificado en el apartado anterior. Y por otra, las competencias y habilidades implicadas en todo proceso alfabetizador como son la adquisición de competencias instrumentales, cognitivo-intelectuales, sociocomunicacionales, axiológicas y emocionales. El proceso alfabetizador implica, en consecuencia, el cruce de las competencias de aprendizaje con las dimensiones o contenidos de acción sobre la Web 2.0 con la finalidad de desarrollar –o facilitar la construcción– en el sujeto de una identidad digital como ciudadano que es capaz de actuar como persona culta, autónoma, crítica y con valores democráticos. La representación de este modelo integrador de la alfabetización puede verse en la figura siguiente.



### 3.1. Los ámbitos o dimensiones de aprendizaje ante la Web 2.0

El primer elemento o pilar de este modelo de alfabetización se refiere a qué es lo que debe saber hacer un sujeto alfabetizado con relación al uso de la Web 2.0. Para ello, ofrecemos un cuadro resumen en el que

hemos identificado las seis dimensiones de la Web 2.0 anteriormente expuestas (biblioteca universal, mercado global, microcontenidos enlazados hipertextualmente, comunicación multimedia, redes sociales y entornos virtuales) describiendo los ámbitos de aprendizaje que debe propiciar cualquier plan, proyecto o programa alfabetizador del tiempo actual. Estos seis ámbitos o dimensiones representan los «contenidos» de la alfabetización ya que la formación plena e integrada de un ciudadano del siglo XXI requiere que éste sepa actuar y participar de forma activa en los múltiples planos que se entrecruzan en la Web 2.0 (ver tabla 1).

<b>Las dimensiones o ámbitos alfabetizadores ante las nuevas formas culturales de la Web 2.0</b>	
Aprender a usar la Web 2.0 como una biblioteca universal	Esta dimensión de la alfabetización surge como respuesta a la complejidad del acceso a las nuevas fuentes bibliográficas distribuidas en bases de datos digitales. Se pretende desarrollar las competencias y habilidades para saber buscar información en función de un propósito dado, localizarla, seleccionarla, analizarla, y reconstruirla. Es la alfabetización informacional.
Aprender a usar la Web 2.0 como un mercado de servicios	Esta dimensión de alfabetización tiene que ver con la formación crítica del consumidor y del ciudadano. La compra de productos o la realización de gestiones administrativas on-line requiere no solo tener las habilidades de adquisición y pago, sino también formarse como trabajador y consumidor consciente de sus derechos y responsabilidades en la Red.
Aprender a usar la Web 2.0 como un puzzle de microcontenidos interenlazados	Esta dimensión en su papel de alfabetización se dirige a la capacitación del sujeto como individuo que sabe navegar de forma consciente por la Red de un documento o unidad informativa a otra, que es capaz de reinterpretar y construir su propia narrativa de significados a partir de unidades básicas de contenidos que, aparentemente, están separados, pero que el sujeto les otorga un discurso. En definitiva, que domina las formas hipertextuales de organización de la información tanto como consumidor como productor de mensaje culturales.
Aprender a usar la Web 2.0 como espacio público de de comunicación en redes sociales	Esta dimensión de la alfabetización se refiere a la capacidad de participar de forma plena en comunidades o grupos humanos interconectados a través de redes de telecomunicaciones y, en consecuencia, desarrollar comportamientos sociales basados en la colaboración e intercambio de información compartida.
Aprender a usar la Web 2.0 como un espacio de expresión multimedia y audiovisual	Esta dimensión de la alfabetización se desarrolla con la finalidad de formar al alumnado como sujeto con capacidad para analizar y producir textos en formato multimedia y lenguaje audiovisual. Persigue formar a los sujetos tanto para el consumo crítico de los productos audiovisuales, así como para su producción, publicación y difusión a través de los entornos digitales. Es la alfabetización multimedia y/o audiovisual
Aprender a usar la Web 2.0 como un territorio de experiencias virtuales interactivas	Esta dimensión de la alfabetización supone disponer de las habilidades para interactuar en entornos virtuales tridimensionales de realidad inmersiva, simulada o aumentada. Requiere adquirir habilidades de interacción no solo con la máquina, sino también con la información y con otros humanos en tiempo real y/o diferido para tomar decisiones inteligentes.

### **3.2. Las competencias implicadas en la alfabetización ante la cultura digital**

El segundo elemento o pilar de este modelo teórico de la alfabetización se refiere a la identificación de los ámbitos competenciales del aprendizaje del sujeto. En ocasiones anteriores hemos abordado esta cuestión (Area, 2001; Area & al., 2008) identificando cuatro ámbitos competenciales: instrumental, cognitivo, sociocomunicacional y axiológico. En el modelo que presentamos en este artículo hemos añadido una nueva competencia al proceso alfabetizador: la referida al ámbito emocional (Ibarrola e Iriarte, 2010). De este modo, el modelo educativo integral y globalizador para la alfabetización en el uso de las tecnologías de la información y comunicación requiere el desarrollo de cinco ámbitos competenciales que se desarrollan simultáneamente en el sujeto que aprende:

- Competencia instrumental: relativa al dominio técnico de cada tecnología y de sus procedimientos lógicos de uso. Es decir, adquirir el conocimiento práctico y habilidades para el uso del hardware (montar, instalar y utilizar los distintos periféricos y aparatos informáticos) y del software o programas informáticos (bien del sistema operativo, de aplicaciones, de navegación por Internet, de comunicación, etc.)
- Competencia cognitivo-intelectual: relativa a la adquisición de los conocimientos y habilidades cognitivas específicas que permitan buscar, seleccionar, analizar, interpretar y recrear la enorme cantidad de información a la que se accede a través de las nuevas tecnologías así como comunicarse con otras personas mediante los recursos digitales. Es decir, aprender a utilizar de forma inteligente la información tanto para acceder a la misma, otorgarle significado, analizarla críticamente y reconstruirla personalmente.
- Competencia sociocomunicacional: relativa al desarrollo de un conjunto de habilidades relacionadas con la creación de textos de naturaleza diversa (hipertextuales, audiovisuales, icónicos, tridimensionales, etc.), difundirlos a través de diversos lenguajes y poder establecer comunicaciones fluidas con otros sujetos a través de las tecnologías. Asimismo supone adquirir y desarrollar normas de comportamiento que impliquen una actitud social positiva hacia los demás como puede ser el trabajo colaborativo, el respeto y la empatía en redes sociales.
- Competencia axiológica: relativa a la toma de conciencia de que las tecnologías de la información y comunicación no son asépticas ni neutrales desde un punto de vista social, sino que las mismas inciden significativamente en el entorno cultural y político de nuestra sociedad, así como a la adquisición de valores éticos y democráticos con relación al uso de la información y de la tecnología evitando conductas de comunicación socialmente negativas.
- Competencia emocional: relativa al conjunto de afectos, sentimientos y pulsiones emocionales provocadas por la experiencia en los entornos digitales. Éstas tienen lugar bien con las acciones desarrolladas en escenarios virtuales, como pueden ser los videojuegos, o bien con la comunicación interpersonal en redes sociales. La alfabetización de esta dimensión tiene que ver con el aprendizaje del control de emociones negativas, con el desarrollo de la empatía y con la construcción de una identidad digital caracterizada por el equilibrio afectivo-personal en el uso de las TIC.

#### **4. Conclusión**

La finalidad de la alfabetización es ayudar al sujeto a construirse una identidad digital como ciudadano autónomo, culto y democrático en la Red. La alfabetización en general, y de modo particular la denominada alfabetización digital, debemos analizarla como un problema sociocultural vinculado con la formación de la ciudadanía, y debiera plantearse como uno de los retos más relevantes para las políticas de las instituciones educativas destinadas a la igualdad de oportunidades en el acceso a la cultura. La educación, sea en escenarios formales como las escuelas, o no formales como las bibliotecas, los centros juveniles, los culturales o el asociacionismo, además de ofrecer un acceso igualitario a la tecnología debiera formar –o alfabetizar– a los ciudadanos para que sean sujetos más cultos, responsables y críticos, ya que el conocimiento es una condición necesaria para el ejercicio consciente de la libertad individual y para el desarrollo pleno de la democracia. Equidad en el acceso y capacitación para el conocimiento crítico son las dos caras de la alfabetización en el uso de las tecnologías digitales. Por ello, la alfabetización no debemos entenderla solamente como un problema de educación formal, sino también de aprendizaje informal.

En definitiva, la alfabetización en la cultura digital o líquida de la Web 2.0 es algo más complejo que el mero aprendizaje del uso de las herramientas de software social (blogs, wikis, redes, y demás recursos del «cloud computing»). La alfabetización, desde esta perspectiva, debe representar un proceso de desarrollo de una identidad como sujeto en el territorio digital, que se caracterice por la apropiación significativa de las competencias intelectuales, sociales y éticas necesarias para interactuar con la información y para recrearla de un modo crítico y emancipador. La meta de la alfabetización será desarrollar en cada sujeto la capacidad para que pueda actuar y participar de forma autónoma, culta y crítica en la cultura del ciberespacio, y en consecuencia, es un derecho y una necesidad de todos y de cada uno de los ciudadanos de la sociedad informacional. Sin alfabetización no podrá existir desarrollo social armonioso en la sociedad del siglo XXI. Sin población culta –es decir, que posea una cultura sólida– no habrá una sociedad líquida que sea democrática e inteligente.

#### **Referencias**

- Alexander (2008). Web 2.0 and Emergent Multiliteracies. *Theory Into Practice*, 47; 150-160.
- Aparici, R. (Coord.). *Educomunicación: más allá del 2.0*. Barcelona: Gedisa.
- Area, M. (2001). La alfabetización en la cultura y tecnología digital: La tensión entre mercado y democracia. In Area, M. (Coord.). *Educación en la sociedad de la información*. Bilbao: Descleé de Brouwer.

- Area, M.; Gros, B. & Marzal, M.A. (2008). *Alfabetizaciones y tecnologías de la información y comunicación*. Madrid: Síntesis.
- Bauman, Z. (2006). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Bawden, D. (2001). Information and Digital Literacies: A Review of Concepts. *Journal of Documentation*, 57, 2; 218-259. Versión castellana en *Anales de Documentación*. ([www.um.es/fccd/anales/ad05/ad0521.pdf](http://www.um.es/fccd/anales/ad05/ad0521.pdf)) (09-08-2011).
- Benito-Ruiz, E. (2009). Infocination 2.0. In Thomas, M. (Ed.). *Handbook of Research on Web 2.0 and Second. Language Learning*. Pennsylvania: IGI-InfoSci; 60-79. ([http://storage.vuzit.com/public/a71/Draft2ok\\_Ruiz.pdf](http://storage.vuzit.com/public/a71/Draft2ok_Ruiz.pdf)) (08-03-2011).
- Carr, N. (2010). *¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes superficiales?* Madrid: Taurus.
- Cawood, S. & Fiala, M. (2008). *Augmented Reality. A Practical Guide*. O'Reilly (<http://oreilly.com/catalog/9781934356036>) (06-02-2011).
- Cherbakov, L. & al. (2009). *Virtual Spaces: Enabling Immersive Collaborative Enterprise, Part 1: Introduction to the opportunities and technologies*. USA: developerWorks ([www.ibm.com/developerworks/webservices/library/ws-virtualspaces/index.html?S\\_TACT=105AGX04&S\\_CMP=EDU#rate](http://www.ibm.com/developerworks/webservices/library/ws-virtualspaces/index.html?S_TACT=105AGX04&S_CMP=EDU#rate)) (06-04-2011).
- Cope, B. & Kalantzis, M. (2009). Multiliteracies: New Literacies, New Learning, Pedagogies: An International Journal, 4; 3; 164-195. ([www.aab.es/aab/images/stories/Boletin/98\\_99/3.pdf](http://www.aab.es/aab/images/stories/Boletin/98_99/3.pdf)) (09-08-2011).
- Flores, J.M. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Comunicar*, 33; 73-81 (<http://dx.doi.org/10.3916/c33-2009-02-007>).
- Gutiérrez, A. (2003). *Alfabetización digital. Algo más que ratones y teclas*. Barcelona: Gedisa.
- Gutiérrez, A. (2010). Creación multimedia y alfabetización en la era digital. In Aparici, R. (Coord.). *Educomunicación: más allá del 2.0*. Barcelona: Gedisa.
- Haro, J.J. (2010). *Redes sociales en educación*. Madrid: Anaya.
- Ibarrola, S. & Iriarte, C. (2010). Las emociones y la mejora del proceso comunicativo en la mediación. En *Educar para la comunicación y la cooperación social*. Pamplona: Consejo Audiovisual de Navarra. ([www.consejoaudiovisualdenavarra.es/publicaciones/documents/sextapublicacion.pdf#page=203](http://www.consejoaudiovisualdenavarra.es/publicaciones/documents/sextapublicacion.pdf#page=203)) (11-5-2011).
- Kellner, D. & Share, J. (2007). Critical Media Literacy is Not an Option. *Learn Inquiry* 1; 59-69.
- Lankshear, C. & Knobel, M. (2009). *Nuevos alfabetismos. Su práctica cotidiana y su aprendizaje en el aula*. Morata: Madrid.
- Leahy, D. & Dolan, D. (2010). Digital Literacy: A Vital Competence for 2010? N. en Reynolds and M. Turcsányi-Szabó (Eds.). *Key Competencies in the Knowledge Society*. Berlin: Springer, IFIP AICT 324; 210-221. ([www.springerlink.com/content/b2q8814521274838/fulltext.pdf](http://www.springerlink.com/content/b2q8814521274838/fulltext.pdf)) (01-09-2011).
- Merchant, G. (2009). Web 2.0, New Literacies, and the Idea of Learning through Participation English Teaching: Practice and Critique. *December, 2009*, 8, 3; 107-122.
- Monereo, C. & al. (2005). *Internet y competencias básicas. Aprender a colaborar, a comunicarse, a participar, a aprender*. Barcelona: Graó.
- O'Reilly, T. (2005). *What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. ([www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html](http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html)).
- Sedeño, A.M. (2010). Videojuegos como dispositivos culturales: las competencias espaciales en educación. *Comunicar* 34; 183-189 (<http://dx.doi.org/10.3916/C34-2010-03-18>).
- Snyder, I. (Comp.) (2004). *Alfabetismos digitales. Comunicación, innovación y educación en la era electrónica*. Málaga: Aljibe.
- Tyner, K. (2008). Audiencias, intertextualidad y nueva alfabetización en medios. *Comunicar*, 30, XV; 79-85.