

Alfabetización mediática en la era de la Inteligencia Artificial Generativa: retos y oportunidades en un mundo hiperconectado

Sara Osuna-Acedo
Universidad Nacional de Educación a Distancia

Joan Ferrés Prats
Universitat Pompeu Fabra

Referencia de este artículo

Osuna-Acedo, Sara y Ferrés Prats, Joan (2025). Alfabetización mediática en la era de la Inteligencia Artificial Generativa: retos y oportunidades en un mundo hiperconectado. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, n°29. Castellón de la Plana: Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Comunicación, 339-342.

La era digital, caracterizada por la omnipresencia de las tecnologías de la información y comunicación, ha alcanzado una nueva etapa con el auge de la Inteligencia Artificial Generativa (IAG). Estas herramientas, capaces de producir contenido novedoso en un proceso dialógico con las personas, plantean tanto oportunidades como riesgos para la sociedad. En este escenario, la alfabetización mediática emerge como una exigencia clave para analizar, evaluar, gestionar y crear contenido de manera crítica. Sin embargo, el impacto de la IAG en la población infantil y juvenil, sumado a la falta de adaptación de las políticas educativas, plantea inte-

rrogantes éticos y prácticos sobre cómo preparar a las nuevas generaciones para un mundo hiperconectado.

Uno de los aspectos fundamentales en este contexto es el papel de las emociones en el proceso educativo. Ferrés y Masanet (2017) ponen de manifiesto que las emociones son esenciales para facilitar el aprendizaje, ya que permiten que los contenidos sean más significativos y accesibles y son imprescindibles para la movilización. Integrar emociones en el diseño pedagógico no solo mejora la retención de información, sino que también fomenta un compromiso más profundo con los temas tratados. Además, las metodologías basadas en narrativas o *storytelling* potencian esta conexión emocional y la implicación personal, lo que las convierte en herramientas clave para una educación eficaz.

En el contexto de la alfabetización mediática, trabajar con las emociones también puede ayudar al estudiantado a desarrollar una comprensión crítica y una gestión madura de los mensajes que consumen. Los medios de comunicación y las plataformas digitales suelen apelar a las emociones para captar la atención de los usuarios y usuarias, lo que muchas veces conduce a la manipulación o la desinformación. Por ello, es esencial enseñar a identificar cómo se recurre a las emociones en los mensajes mediáticos, a reflexionar sobre el impacto de estas estrategias en su percepción y comportamiento y a integrarlas para impulsar acciones autónomas y comprometidas.

Al mismo tiempo, la alfabetización mediática debe abordar los riesgos psicológicos asociados al uso intensivo de la tecnología. Estudios recientes destacan que la adicción a las pantallas y la dependencia hacia *chatbots* generativos pueden exacerbar problemas psicológicos, como depresión, ansiedad e incluso intentos autolíticos (Huang y Huang, 2024). Por otro lado, la exposición constante a algoritmos de personalización en redes sociales refuerza burbujas de información que limitan el pensamiento crítico y aumentan la desinformación (Cho et al., 2024; Hobbs, 2024). Estos desafíos subrayan la urgencia de formar a la ciudadanía en competencias mediáticas, que le permitan navegar de manera crítica en un entorno digital complejo.

Por otra parte, las políticas educativas actuales suelen centrarse en habilidades técnicas, dejando de lado elementos fundamentales de la inteligencia humana, como la creatividad y la curiosidad permanente. Investigaciones sobre el desarrollo cognitivo destacan que la curiosidad es un motor esencial para el aprendizaje y la innovación, pero su estimulación rara vez es priorizada en los sistemas educativos (Bernal López y Román González, 2016). En este sentido, la IAG presenta tanto riesgos como oportunidades. Mientras que los algoritmos generativos tienden a replicar patrones existentes, limitando la creatividad, también ofrecen herramientas que, usadas críticamente, pueden potenciar la expresión creativa y emocional (Osuna-Acedo y Esgaño, 2024).

La alfabetización mediática también desempeña un papel crucial en el desarrollo del sentido crítico, entendido como integración de la crítica en el pensamiento y en la actitud. Enseñar a cuestionar la «autoridad» de las herramientas de IAG y a identificar los sesgos presentes en los datos con los que fueron entrenadas es fundamental para empoderar al estudiantado como ciudadanía digital responsable y autónomo.

Los dilemas éticos asociados con la integración de la IAG en la educación también merecen una atención especial. Por ejemplo, el uso de algoritmos para personalizar experiencias educativas puede reforzar desigualdades existentes si no se garantiza un acceso equitativo a la tecnología (Farkaš, 2024). Además, las plataformas digitales pueden recopilar datos sensibles del estudiantado, planteando preguntas sobre cómo proteger su privacidad y garantizar la transparencia en el uso de esta información.

Para abordar los desafíos previamente descritos, es necesario diseñar un proyecto con un enfoque integral que combine tecnología, ética y metodologías pedagógicas innovadoras. Incorporar módulos de alfabetización mediática centrados en el estudio crítico de la IAG en todos los niveles educativos ayudaría a garantizar la adquisición de habilidades críticas desde una edad temprana. La formación docente también es un componente clave. Los equipos docentes necesitan estar capacitados no solo en el uso técnico de las herramientas de IAG, sino también en cómo integrar principios éticos y emocionales en sus prácticas pedagógicas.

La alfabetización mediática en la era de la IAG es la herramienta imprescindible para preparar a las nuevas generaciones frente a los desafíos y oportunidades de un mundo hiperconectado. Al fomentar el sentido crítico (pensamiento más actitud), la creatividad, la curiosidad y la gestión emocional, es posible mitigar los efectos negativos de estas tecnologías y promover un uso ético, equilibrado y seguro. Las políticas educativas deben adaptarse rápidamente para integrar las competencias mediáticas necesarias para navegar en un entorno digital difícil de entender y en constante evolución.

Referencias

Cho, Hyuni; Cannon, Julie; Lopez, Rachel y Li, Wenbo (2024). Social media literacy: A conceptual framework. En: *New Media & Society*, Vol.26, n°2, 941-960. doi: <https://doi.org/10.1177/14614448211068530>

Farkaš, Igor (2024). Transforming cognition and human society in the digital age. En: *Biological Theory*. doi: <https://doi.org/10.1007/s13752-024-00483-3>

Ferrés, Joan y Masanet, Maria-Jose (2017). La eficacia comunicativa en la educación: Potenciando las emociones y el relato. En: *Comunicar*, Vol. 25, n°52, 51-60. doi: <https://doi.org/10.3916/C52-2017-05>

Hobbs, Renee (2024). *Media literacy in action: Questioning the media*. Lanham: Rowman y Littlefield.

Huang, Yiting y Huang, Hanyun (2024). Exploring the effect of attachment on technology addiction to generative AI chatbots. En: *International Journal of Human-Computer Interaction*. doi: <https://doi.org/10.1080/10447318.2024.2426029>

Osuna-Acedo, Sara y Escaño, Carlos (2024). El arte y la inteligencia artificial desde una práctica pedagógica crítica. En: *Educación y tecnología en la era digital*. Universidad Nacional de Educación a Distancia.

Bernal López, Andrea del Pilar y Román González, Jenny Viviana (2016). La curiosidad en el desarrollo cognitivo: Análisis teórico. En: *Folia Humanística*, Vol.5, n°1, 1-20.