

# Presentación del monográfico

## *La alfabetización mediática desde la perspectiva de la comunicación local, por una ciudadanía responsable y democrática*

Carmen Marta-Lazo  
Universidad de Zaragoza

Agustín García Matilla  
Universidad de Valladolid

### **Referencia de este artículo**

Arcila Calderón, Carlos y Sánchez Holgado, Patricia (2024). Presentación del monográfico La alfabetización mediática desde la perspectiva de la comunicación local, por una ciudadanía responsable y democrática. 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, 21-26.

---

La era actual se caracteriza por la sobresaturación de mensajes, la desinformación y la polarización a golpe de algoritmo. La alfabetización mediática es más necesaria que nunca para que la ciudadanía se empodere, mediante el cultivo de la actitud crítica y responsable ante el acceso, el análisis y la creación de contenido; debe incorporar competencias críticas, éticas y reflexivas que permitan comprender las dinámicas de poder, la manipulación de la información y los sesgos

presentes en las redes sociales. De este modo, se convierte en una herramienta clave para salvaguardar la democracia.

Desde la perspectiva de la comunicación local, este fenómeno adquiere una relevancia especial, ya que los medios locales son más cercanos y pueden hacer visible la importancia de su labor potencialmente educomunicativa, de ahí la importancia de alentar y apoyar el desarrollo de investigaciones, análisis y propuestas prospectivas como las que alberga este número de la revista.

Un total de seis artículos conforman el contenido de este monográfico, que plantea una serie de retos. El primero de ellos abarca la exposición de los menores de edad a los contenidos publicitarios y la desinformación, especialmente a través de redes sociales y plataformas digitales. Según el estudio publicado, elaborado por Paula Neira Placer, Beatriz Feijó, Erika Fernández-Gómez y Adela López-Martínez, los menores españoles entre 10 y 14 años muestran una creciente preocupación por la omnipresencia de la publicidad digital y los riesgos asociados a la manipulación, la privacidad y la ciberseguridad. Este fenómeno tiene implicaciones éticas importantes, ya que los jóvenes, aunque conscientes de la intencionalidad comercial de la publicidad, a menudo carecen de las herramientas necesarias para cuestionar su efectividad o identificar los impactos a largo plazo en su comportamiento.

Desde la perspectiva educativa, el profesorado y alumnado también se enfrentan a diferencias en sus hábitos de consumo digital, por tratarse de diferente segmento de público. En este sentido, el trabajo de Ana Pérez-Escoda, Eglée Ortega Fernández y Laura Martínez Otón, destacan la brecha intergeneracional en el uso de plataformas sociales, observando que los profesores tienden a utilizar redes sociales como Facebook, X (Twitter) o WhatsApp, mientras que los jóvenes se concentran en plataformas más visuales como TikTok e Instagram. Esta brecha subraya la necesidad de que los docentes se actualicen en las plataformas más populares entre los adolescentes, adoptando métodos pedagógicos adaptados a estos nuevos entornos. En este sentido, los resultados del proyecto WISE-ME demuestran cómo la formación continua de los docentes y el desarrollo de herramientas específicas para abordar las *fake news* y promover el pensamiento crítico son fundamentales para mejorar la alfabetización mediática en las aulas.

Uno de los recursos que ha ganado relevancia en los últimos años como propuesta para promover la alfabetización que nos ocupa son los diarios mediáticos, como se observa en el estudio de María-José Establés y Cristina Ruiz-Poveda Vera. Esta propuesta, aplicada a estudiantes universitarios, busca fomentar la reflexión crítica sobre los hábitos de consumo mediático y promover la educomunicación. Los diarios mediáticos permiten a los estudiantes registrar sus interacciones con los medios, reflexionar sobre los patrones de consumo y desarrollar una visión crítica sobre los contenidos a los que están expuestos. El estudio revela que los hábitos mediáticos han cambiado significativamente debido a la pandemia de la

COVID-19, con un mayor uso de plataformas digitales para el consumo de entretenimiento, pero también de información. Este enfoque metodológico es valioso para la alfabetización mediática en los primeros cursos de los grados universitarios, al fomentar una conciencia más crítica y responsable en torno al uso de los medios y su impacto en la sociedad.

El uso de tecnologías inmersivas en la alfabetización mediática, como el vídeo volumétrico, está emergiendo como una herramienta innovadora para mejorar la comprensión de los sesgos cognitivos y la desinformación. En la investigación de Nerea Benítez-Aranda, Alejandro Carbonell-Alcocer y Manuel Gertrudix, se explora cómo estos entornos virtuales pueden ayudar a los jóvenes de la Generación Z a desarrollar habilidades para identificar y fortalecer la resiliencia frente a la desinformación. Este tipo de tecnologías permite crear experiencias más envolventes en entornos virtuales que capacitan en técnicas de *pre-bunking* y fomentan una mejor comprensión de los procesos de manipulación informativa, especialmente en entornos locales donde la desinformación puede tener un impacto directo y cercano.

Ante la sobreabundancia de información, la dificultad para identificar fuentes fiables y el crecimiento de la desinformación, el artículo de Esteban Ismael Bordón, Mercedes de los Ángeles Nieva Agreda, Alejandro Saya y Gustavo Hernán Silvestre, abordan la importancia de formar a los futuros comunicadores latinoamericanos con un enfoque crítico ante los mensajes mediáticos. Los autores destacan la necesidad de que los estudiantes de Comunicación y Periodismo no solo produzcan contenidos, sino que también evalúen los medios y plataformas. A través de un estudio cualitativo con grupos focales de estudiantes avanzados en diversas universidades latinoamericanas, se identificó que la formación debe incorporar un perfil educador, capacitando a los futuros profesionales para que puedan contribuir activamente al entorno mediático de su comunidad, ayudando a formar una ciudadanía crítica y responsable en el uso de los medios.

Las radios escolares siempre han sido un medio fundamental para la educación. En el estudio de caso que plantea Juan Ignacio Revestido, realizado en la provincia de Chubut (Argentina), aborda este medio como estrategia didáctica y mediadora cultural en los procesos de enseñanza y de aprendizaje, ante los desafíos impuestos por la digitalización y los nuevos hábitos de consumo. Mediante una investigación de tipo cualitativo, el estudio compara las experiencias de radio escolar con el uso de podcasts educativos, comprobando la sostenibilidad limitada de las primeras y la creciente oportunidad de migrar hacia formatos más accesibles y menos costosos como los podcasts. Este cambio ofrece una vía para mejorar la alfabetización mediática y digital, permitiendo a los estudiantes acceder a contenidos educativos de una forma más interactiva y adecuada a las demandas tecnológicas actuales.

Con esta composición de propuestas, la revista *adComunica* compendia en este monográfico una radiografía del contexto, situación actual y pronóstico de la alfabetización mediática desde la perspectiva de la comunicación local. Como conclusión, observamos que esta materia nuclear en investigación y aplicaciones prácticas, no solo se enfrenta a los retos inherentes al uso y consumo de los medios digitales, sino también a la necesidad de formar individuos críticos, responsables, comprometidos y capaces de actuar en un entorno mediático cada vez más complejo. Las propuestas pedagógicas, como el uso de diarios mediáticos, la integración de las tecnologías inmersivas y la formación continua de docentes, representan vías valiosas para avanzar en la educación mediática y preparar a los jóvenes para un futuro donde la capacidad de pensar críticamente y participar activamente en la esfera digital será esencial para el ejercicio de una ciudadanía responsable y democrática.

En nuestro afán por defender el modelo relacional, en el que las personas y los vínculos que se generan van más allá de la propia tecnología, hemos querido invitar como voces de tribuna a cuatro destacados educadores que han sentado cátedra y alimentado de esencia freiriana a miles de estudiantes que se preparaban para ser educadores o comunicadores. De este modo, cada tribuna está protagonizada por un investigador de cada campo, con el fin de completar lo que desde hace muchos años ya es inseparable en ese compromiso conjunto que significa la educocomunicación. Sirva este foro que supone la revista *adComunica* para hacer un particular homenaje a dos grandes colegas que a pesar de sus respectivas jubilaciones, siguen aportando a la Academia su valiosa experiencia: Sara Osuna Acedo, quien dentro de la UNED ha liderado el Grupo SMEMIU y ha realizado una extraordinaria labor docente e investigadora y Joan Ferrés Prats, Maestro y guía en la investigación sobre competencia mediática y adalid del vínculo emocional en toda labor de alfabetización en comunicación. En su espacio de tribuna, acerca de los retos y oportunidades en un mundo hiperconectado, tratan de las herramientas de IA generativa, capaces de generar contenido de forma autónoma, que ofrecen tanto oportunidades como riesgos, especialmente en la población infantil y juvenil. En este contexto, plantean que la alfabetización mediática no solo debe centrarse en habilidades técnicas, sino también en el desarrollo de competencias críticas, emocionales y éticas que permitan a los estudiantes gestionar y evaluar la información que consumen y producen.

La segunda tribuna la hemos querido destinar a dos autores, que representan el destacado trabajo que en este ámbito realizan las universidades públicas de Zaragoza y de Valladolid, esta última en la ciudad de Segovia. El profesor José Antonio Gabelas-Barroso, co-Director de la Plataforma Entremedios, es un investigador con dilatada trayectoria e impulsor de múltiples proyectos de formación para el profesorado y los jóvenes. Alfonso Gutiérrez Martín es también pionero de la educación mediática y actualmente Director de la Cátedra de Educocomunicación de la

UVa. En la tribuna que ambos firman «La comunicación local desde una órbita relacional» destacan el potencial del periodismo de proximidad para fortalecer los vínculos con la comunidad y fomentar la educación mediática crítica. Propugnan un modelo educomunicativo basado en el Factor Relacional, que pone en el centro al usuario como sujeto interactivo de la comunicación y sugieren que los medios locales pueden ser herramientas clave para desarrollar la alfabetización mediática.

Siempre es de agradecer el que una revista con la trayectoria de *adComunica*, resalte la importancia de lo que UNESCO ha denominado AMI (Alfabetización Mediática e Informativa) y, por ello, queremos agradecer a Javier Marzal y a su equipo, el trabajo que viene realizando en esta imprescindible labor de transferencia. Este número no habría sido posible sin el trabajo de quienes han realizado estas relevantes aportaciones al número y de las personas que firman las tribunas de este monográfico. Gracias a todas ellas.

