



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

La educomunicación en las aulas:

Una propuesta periodística a través del Podcast

Educommunication in the Classroom: A Journalistic
Proposal through Podcasts

Autora

Elisabeth Guillén Gutiérrez

Directora

Elena Bandrés Goldáraz

Facultad de Filosofía y Letras

Grado de Periodismo

2023-2024

Índice

1. Resumen.....	3
2. Introducción.....	4
2.1 Justificación del tema.....	4
2.2 Objetivos.....	5
2.3 Hipótesis.....	5
3. Metodología.....	6
4. Marco teórico.....	7
4.1 Aproximación a la sociedad actual desde un enfoque comunicativo ...	7
4.1.1 De la Aldea Global a la Sociedad en Red.....	8
4.1.2 Sociedad y noticias líquidas.....	11
4.2 Orígenes de los Media Literacy.....	13
4.3 Educomunicación.....	17
4.3.1 Antecedentes.....	17
4.3.2 La educomunicación.....	20
4.3.3 Relación con las TRIC.....	23
4.4 Situación en España.....	25
4.4.1 Iniciativas educomunicativas.....	28
4.5 Otras consideraciones y efectos de la educomunicación.....	30
5. Discusión y Resultados.....	33
5.1 Encuesta.....	34
5.2 Entrevista al Director técnico y docente del centro.....	42
5.3 Entrevista a la directora del Departamento de Orientación.....	45
6. Propuesta educomunicativa y periodística.....	47
6.1 Estructura y organización.....	49
6.2 Metodología.....	50
6.3 Trabajo en el aula.....	54
7. Conclusiones.....	59
8. Bibliografía.....	62
9. Anexos.....	69

1. RESUMEN

El presente documento investiga la educomunicación con el objetivo de proponer una iniciativa que fomente la alfabetización mediática e informacional en las aulas. La interconectividad y la digitalización han transformado nuestra realidad y el sistema comunicativo. A finales del siglo XX, instituciones internacionales como la UNESCO y la Unión Europea comenzaron a recomendar el desarrollo de competencias en alfabetización mediática. La educomunicación integra los campos de la Comunicación y la Educación, proporcionando herramientas para el uso e interpretación crítica de los recursos mediáticos y digitales. La investigación propone una iniciativa educomunicativa en las aulas a través del formato podcast. Para ello, se ha encuestado a estudiantes de Secundaria, para conocer sus hábitos digitales y educativas, y se ha entrevistado a figuras clave de la comunidad educativa de este centro, al director técnico y a la directora del departamento de orientación del mismo colegio. Los resultados de la investigación subrayan la necesidad de implantar iniciativas educomunicativas y sus beneficios académicos y saludables para la comunidad educativa.

Palabras clave

Educomunicación, educación mediática, alfabetización mediática e informacional, TRIC, Pedagogía mediática, Medios de comunicación, podcast

Abstract

This document investigates educommunication with the aim of proposing an initiative that promotes media and informational literacy in classrooms. Interconnectivity and digitization have transformed our reality and the communicative system. At the end of the 20th century, international institutions such as UNESCO and the European Union began to recommend the development of competencies in media literacy. Educommunication integrates the fields of Communication and Education, providing tools for the use and critical interpretation of media and digital resources. The research proposes an

educommunicative initiative in classrooms through the podcast format. To this end, secondary school students have been surveyed to learn about their digital and educational habits, and key figures from the educational community of this center have been interviewed, including the technical director and the head of the guidance department of the same school. The results of the research underline the need to implement educommunicative initiatives and their academic and healthy benefits for the educational community.

Key Words

Media education, Media and information literacy, RICT (Relationship, Information, and Communication Technologies), Media pedagogy, Media, Podcast

2. INTRODUCCIÓN

2.1 Justificación del tema

La sociedad actual se encuentra inmersa en una constante actualización tecnológica cuya digitalización ha influenciado todos los ámbitos de nuestra vida, incluida la manera de relacionarnos en un mundo caracterizado por la interconectividad a través de Internet.

Esta transformación ha propiciado un cambio en los procesos comunicativos, los medios de comunicación tradicionales se ven cada vez más eclipsados por las informaciones en plataformas, como redes sociales, blogs y contenido, a los que la población acude para informarse además de otros usos recreativos, laborales etc.

Informarse a través de plataformas digitales como las redes sociales e Internet requiere una atención plena ante fenómenos actuales como las noticias falsas, los influencers y los efectos del algoritmo. Además, el uso indebido por parte de los usuarios digitales provocar riesgos que pueden afectar dimensiones como la salud pública o sanciones legales. La población requiere de conocimientos que les permita desenvolverse en el contexto mediático y comunicativo actual.

Desde finales del siglo XX, instituciones internacionales como la UNESCO y la Unión Europea comenzaron a mostrar un interés activo en los Media Literacy, la alfabetización mediática. Estas instituciones ante los desafíos actuales, recomiendan implementar medidas que fomenten la alfabetización mediática en los sistemas educativos de las naciones.

La educomunicación integra las disciplinas de la Comunicación y la Educación para ofrecer una pedagogía sobre los recursos necesarios para analizar e interpretar el uso y efectos de las estructuras y plataformas mediáticas, y participar activamente en la sociedad digitalizada fomentando un espíritu crítico, participativo y creativo a través de los recursos tecnológicos y digitales.

Una propuesta educomunicativa en las aulas es una herramienta que no solo beneficia al alumnado sino a toda la comunidad educativa. La adquisición de competencias mediática e informacionales alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. La educomunicación fomenta un sentido de responsabilidad mediática que beneficiaría a la salud de la comunidad educativa y al bienestar de la sociedad.

2.2 Objetivos

Crear un recurso actual basado en la educomunicación y su integración en los programas educativos para mejorar la alfabetización mediática.

Analizar la situación de la educomunicación en España identificando sus desafíos.

Averiguar cómo puede afectar un uso indebido de las plataformas digitales en el alumnado y prevenir riesgos en la salud

Sensibilizar a la comunidad educativa sobre los beneficios de la educomunicación.

2.3 Hipótesis

Hipótesis General

¿Es importante la implementación de la educomunicación en los centros escolares?

¿Cómo mejorar la alfabetización mediática e informacional en el alumnado?

Aunque existen recomendaciones internacionales sobre la promoción de programas educomunicativos, algunos centros y docentes todavía no conocen este término.

¿Los podcasts pueden ayudarnos a crear un producto informativo que cuente con un valor educativo?

¿Cómo fomentar la comunidad educativa mediante la educomunicación?

¿Se puede llevar a cabo la docencia educomunicativa sin apenas recursos?

3. METODOLOGÍA

La primera fase adopta un carácter analítico abordando los conceptos que se encuentran en el marco teórico: En primer lugar, una aproximación a la sociedad y el contexto actual, desde las teorías de la comunicación, para comprender el panorama mediático. En segundo lugar, la revisión y el análisis en profundidad de la educomunicación desde sus orígenes, antecedentes y su relación con las Tecnologías de la Relación, Información y Comunicación. Y por último una aproximación a la situación del ámbito educativo, espacio destinatario del análisis, analizaremos la situación digital en las aulas y los riesgos de la falta de alfabetización ligado a las problemáticas actuales en la población menor de edad.

Para abordar la siguiente investigación hemos implementado una metodología mixta, trabajando a través de procedimientos cuantitativos como la encuesta y cualitativos como las entrevistas. La encuesta está diseñada a través del uso de cuestionario online, esta herramienta nos permite recoger sistemáticamente la opinión del estudiantado y sus opiniones ante las preguntas planteadas. Como método de investigación permite agrupar y relacionar variables y resultados.

La segunda parte de la investigación consiste en las entrevistas cualitativas a dos personas determinantes en la comunidad educativa investigada, Jaime Cisneros, Director Técnico y docente, y Paola Serrano, psicóloga y directora del Departamento de Orientación.

El uso del podcast como metodología de aprendizaje configura un espacio íntimo de expresión personal que refiere efectos en la autoestima y seguridad personal. A través del podcast se desarrollan habilidades orales y comunicativas mientras crean un producto con un valor y lenguaje informativo.

El estudiantado formará parte de una experiencia participativa en la grabación del cual será protagonista siendo sujetos productores de conocimiento individual y colectivo.

El podcast posibilita el acercamiento a los medios de comunicación mediante una modalidad radiofónica que nos recuerda la finalidad social de estos soportes: el apoyo y extensión de la formación académica, y como recurso para la educación informal mediante la participación de la ciudadanía. Los formatos radiofónicos permiten fraguar las identidades culturales a través de enfoque informativos y críticos participando activamente en las costumbres culturales, sociales y prácticas políticas.

4. MARCO TEÓRICO

4.1 Aproximación a la sociedad actual desde un enfoque comunicativo

En esta era caracterizada por el consumo masivo de información en la que la comunicación juega un papel fundamental para la comprensión de la sociología actual es necesario conocer cómo se forman estas conexiones y el contexto socio-comunicativo en que convivimos y desarrollamos este estudio.

A continuación, como el título indica, realizamos una aproximación al panorama comunicativo actual revisando teorías comunicativas y periodísticas de gran relevancia que además nos permiten conocer cómo se producen los posibles efectos de los medios de comunicación en los receptores y abarcar rasgos que caracterizan a esta sociedad en la que la comunicación y las redes que permiten su acceso juega un papel determinante incluyendo los riesgos que presentan.

4.1.1 De la Aldea Global a la Sociedad en Red

La sociedad contemporánea se caracteriza por ser altamente mediática, digitalizada y globalizada. Uno de los grandes teóricos del Periodismo, Marshall McLuhan ya anticipaba en sus escritos rasgos que ayudan a definir el panorama mediático e incluso sociológico actual a través de la interdependencia electrónica que generaba la recreación del mundo según la idea de la aldea global.

Estos cambios socioculturales han transformado la forma en que las personas se comunican, acceden a la información y construyen conocimientos. Una de las famosas citas por las que se recuerda a este periodista, “el medio es el mensaje”, incide en la influencia que tiene el medio tecnológico por encima de los contenidos emitidos. “El medio es el mensaje, y eso significa que el medio ambiente, creado por la tecnología, es lo que afecta a todos, pero el contenido no. El medio ambiente, o el modelo creado por la tecnología son los mensajes reales” (McLuhan, 2000, p. 155).

Infiere que ver, oír personas y hechos en el lugar en donde suceden, recrea las condiciones de vida de una pequeña aldea, en la que los hechos que ocurren son interpretados como cotidianos, independientemente de su distancia en el tiempo y espacio, y olvidamos que esa información es parcial y está curada (framing y priming), entre una infinidad de contenidos. (McLuhan y Zingrone, 1995, como se citó en Berardi, 2022, p.4)

El ex ministro y reputado periodista Manuel Castell, influenciado en la teoría que propone McLuhan, aborda el concepto de Sociedad Red. Este autor propone en su obra la influencia de la tecnología, no únicamente en los procesos de producción sino también en el modus vivendi y esferas como la política, la economía o la cultura.

Como señala el Dr. José Luis Flores Torres (2020) citando a Castells,

El propio autor concibe a la comunicación en el entorno de la sociedad red cómo (2006, p. 88) interactiva caracterizada por la capacidad para enviar mensajes a muchas personas, en tiempo real, o en un momento

concreto, y con la posibilidad de usar la comunicación punto a punto, estando el alcance de su difusión en función de las características de la práctica comunicativa perseguida. Castells en su propuesta observa un proceso de comunicación multinivel (que incluye lo interpersonal, lo grupal y lo global), reticular, participativo, con formas de retroalimentación diversas y que se adapta a las necesidades de los diferentes públicos.

Manuel Castells (1996) describe en su obra *La Sociedad Red: Una visión global*, las características de esta teoría:

1. La información es su materia prima: Son tecnologías para actuar sobre la información y no al revés, como en las revoluciones tecnológicas previas.
2. La penetración de los efectos de las nuevas tecnologías: La información como parte integral de la actividad y procesos humanos a escala individual y colectiva están condicionados, pero no determinados por las nuevas tecnologías.
3. La lógica de la interconexión: Los sistemas o el conjunto de relaciones de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) están interconectadas en forma de red que se manifiesta en diferentes procesos y organizaciones. La teoría de la interconexión es relevante para dar forma al conjunto. Cuanto más se extienden las redes mayores beneficios presenta la interconectividad, aunque sus costos sean lineales.
4. Flexibilidad: En las TIC destaca su capacidad para re-configurarse y adaptarse al entorno distinguido por su fluidez organizativa y cambio constante y dinámico.

Según Castells (1996), los procesos son reversibles, pueden modificarse y alterarse mediante la reordenación de los componentes, es posible modificar las reglas sin destruir la organización. Ante esta posibilidad el autor advierte que la flexibilidad puede ser tanto un aspecto liberador como represivo si su control lo ejerce el poder dominante, ante lo que ya evidencia la necesidad de un análisis crítico.

5. La convergencia de las TIC: El autor abarca sobre cómo la tecnología se ha integrado en otros sistemas de información unificados aumentando la colaboración y alianzas estratégicas, así como de softwares en hardware. El avance de Internet en otros soportes cambia la dinámica de las TIC a favor de la transmisión de datos como lenguaje dominante y universal.

En la actualidad el acceso a las TIC y el implemento de herramientas tecnológicas como softwares han permitido una democratización de los medios digitales. Esta situación ha propiciado una mayor bidireccional en el flujo comunicativo.

La inmediatez y capacidad de estimulación que puede tener una información procedente de la Agenda Setting es mayor. Los medios de comunicación se nutren de las nuevas plataformas existentes, y viceversa, que han revolucionado los medios de comunicación tradicionales de manera no excluyente. Las tendencias o temas de interés de las audiencias pueden determinar la relevancia o el carácter noticioso.

La amplificación de la producción y recepción de informaciones en este contexto de la Sociedad Red está marcada por la instantaneidad, una interacción constante que a través de los medios de comunicación se replica en los distintos grupos de influencia de los receptores (Mills, 1978). La sociedad en red propaga de manera significativa la Agenda Setting, término desarrollado por Walter Lippmann.

El proceso de confección de una agenda temática de noticias que resultarán mediáticas conlleva una selección y omisión de informaciones que influyen en la percepción de las audiencias. El espacio y tiempo que se les dedique determinará a los receptores. Los medios de comunicación mientras informan también generan representaciones que definen nuestra percepción de una posible realidad, a veces a través de información subliminal (Mills, 1978).

En este sentido según Mills (1978), Lippmann señala:

En lo que llamamos nuestro conocimiento de las realidades sociales del mundo, es muy poco lo que hemos adquirido de primera mano. Debemos la mayoría de “las imágenes que están en nuestra mente” a

esos medios, hasta el punto de que, con frecuencia, no creemos lo que ven nuestros ojos hasta que lo leemos en la prensa o nos lo cuentan por la radio. [. . .] Los medios no sólo nos dan información: guían nuestras propias experiencias. Nuestras normas de credulidad, nuestras normas de realidad, tienden a fundarse en dichos medios más que en nuestra experiencia fragmentaria. (p. 289).

La Agenda Setting mediante pone de manifiesto la influencia de los medios de comunicación en la opinión y conductas de las audiencias. Sin embargo, la falta de persistencia en la agenda mediática puede hacer que temas relevantes pierdan relevancia (Bouza, 2004b). Además, la teoría de la espiral del silencio indica que las opiniones minoritarias son silenciadas, influenciando la conformidad con opiniones dominantes (Noelle-Neumann, 1973). Esta dinámica puede reforzar actitudes y juicios prevalentes, mostrando el poder significativo de los medios en moldear la opinión pública.

En el contexto actual digital, tejido por algoritmos y cookies, el mundo digital prolifera una gran cantidad de información selectiva que provoca la construcción de una dieta mediática y consumo informativo no necesariamente a través de los medios de comunicación (MDC) tradicionales (Iyengar & Hahn 2009).

Son varias las teorías comunicacionales que investigan el efecto del periodismo en las audiencias y en la opinión pública. Desde hace unos años somos testigos de fenómenos como las fake news, noticias que nacen con una intencionalidad y falta de veracidad que llegan a la población desde las redes sociales hasta los medios de comunicación tradicionales. De acuerdo a Gil y Marzal Felici (2023), “Estas llegan a la ciudadanía por diferentes vías, logrando que aumente la sensación de veracidad, es decir, han pasado de circular por redes sociales o canales de mensajería a los medios de comunicación tradicionales, la prensa”.

4.1.2 Sociedad y noticias líquidas

La fluidez en la producción y consumo de contenido incluyendo la aparición de las noticias falsas, fomenta una sociedad sobre-estimulada de informaciones

que requieren una mayor atención en el proceso de seleccionar la información e informarse, además, las noticias falsas generan un debate e interacción a nuestro alrededor. Con el “bombardeo” informativo, la retención de las noticias no tiene calado hasta el siguiente impacto informativo. Este tipo de consumo forma parte de la denominada “sociedad líquida” término acuñado por Zygmunt Bauman durante la década de los años noventa y definida en su escrito *Modernidad Líquida* publicada en el año 2000.

En base a esta publicación podemos afirmar que esta sociedad está caracterizada por el consumo instantáneo y líquido de las relaciones sociales, fácilmente reemplazables, dada la rapidez de transformación de nuestro entorno. Esta afirmación se extrapola al proceso informativo y a la percepción de las estructuras tradicionales, las cuales, se entendían como más estables o inamovibles y en la actualidad pierden la relevancia o el peso que tenían en generaciones pasadas. Esta liquidez genera en la sociedad una fluidez, mayor adaptación ante los cambios y falta de arraigo dado la inestabilidad o el factor cambiante constante (Hall, 2017).

José Manuel Velasco (2017), docente de la Universidad Internacional de La Rioja, señala dos ideas fundamentales en la obra del sociólogo aplicables a la comunicación:

- La necesidad de profundizar en el conocimiento del entorno: Se incide en la necesidad de superar la capa de “superficialidad que envuelve a la sociedad de los países desarrollados”. El riesgo de comunicarse solo con la epidermis conecta con la “liquidez” de una realidad que a menudo se muestra secuestrada por las emociones y las coyunturas, asegura el autor.
- La falta de compromiso: El autor asume que uno de los rasgos más característicos de la modernidad líquida y uno de los mayores desafíos de las nuevas generaciones. La implicación y el compromiso se generan a partir de la confianza. Según Velasco (2017), “El periodista tiene la tarea de interpretar los sistemas en los que nos movemos, restaurar la confianza y generar una mayor dosis de compromiso para construir un mundo más sólido”.

En base a esta postura podemos afirmar que la falta de confianza o de estructuras sólidas también ocurre con los medios de comunicación. Hace unos años, los medios de comunicación se percibían como instituciones que ayudaban a generar estabilidad y cohesión social descodificando la realidad a la ciudadanía. La proliferación de distintas plataformas, así como la democratización de los medios de producción de contenidos ha provocado la fragmentación de la audiencia y la aparición de un mayor número de fuentes que dificulta un consenso compartido sobre la realidad. La desinformación o las anteriormente citadas noticias falsas, contribuyen a esa falta de estabilidad y solidez en la percepción de los medios de comunicación como institución generando la desconfianza de la audiencia.

En definitiva, la sociedad en red en este contexto de modernidad líquida destaca por su flexibilidad incesante en la transformación tecnológica que permea nuestras estructuras sociales y medios de comunicación. La democratización del acceso a la información mediante las tecnologías de la información ha ampliado la difusión e instantaneidad como si fuese una aldea global, más interconectada pero fragmentada, que genera oportunidades y desafíos.

4.2 Orígenes de los Media Literacy

La educomunicación tiene sus orígenes en los Media Literacy, alfabetización mediática en castellano. Antes de remontarnos a los orígenes primero analizaremos este concepto. El Parlamento Europeo (2008) define la alfabetización mediática como:

La capacidad de comprender y valorar críticamente los diversos aspectos de los distintos medios de comunicación, consiguiendo filtrar certeramente la información recibida a través del torrente de datos e imágenes. Desarrollar dicha capacidad es fundamental para aprovechar las oportunidades que la actual era digital ofrece.

Se considera el estudio de los Media Literacy como un campo heterogéneo y plural que se ha desarrollado en distintas geografías con líneas de desarrollo paralelas. Ángel Barbas Coslado (2012) cita las experiencias educativas de

Célestin Freinet y el libro *Culture and Environment* de Frank Raymond Leavis y Denys Thompson como posibles puntos de partida para estudiar los fundamentos de la educomunicación y la alfabetización mediática.

El libro de Raymond Lewis aboga por la necesidad de una enseñanza teórica sobre los medios de comunicación en la educación debido a la pérdida de valores sociales y morales de la sociedad producida por los medios de comunicación (Barbas Coslado, 2012).

En el caso de Freinet, él es pionero en el desarrollo de metodologías en la que utiliza el aprendizaje a través de la experiencia, el principio de cooperación con el diálogo y participación como eje en la obtención de conocimiento y la libre expresión infantil. Implementa medios de comunicación en el ámbito escolar como la imprenta y periódicos escolares con el fin de transformar el sistema educativo (Castro Lara, 2016).

Freinet (1975) a quien se le atribuyen las primeras prácticas educomunicativas atribuye mejores resultados académicos a través de estas metodologías.

El niño que comprueba la utilidad de su labor, que puede entregarse a una actividad no solo escolar sino también social y humana, siente liberarse en su interior una imperiosa necesidad de actuar, buscar y crear (... A medida que los niños escriben y ven sus escritos publicados y leídos, se va despertando su curiosidad, su apetencia de saber más, de investigar más, de conocer más...) Buscan ellos mismos, experimentan, discuten, reflexionan (...) Los alumnos así tonificados y renovados, tienen un rendimiento muy superior, cuantitativa y cualitativamente, al exigido por el viejo sistema represivo...)

La expansión de la televisión como medio de comunicación propicia la educación formal de Media Literacy en distintos campos investigativos como son la sociología, filosofía, comunicación y educación en la década de los años sesenta. Los principales temas abarcan la lectura crítica de medios de comunicación masiva, recepción, en trámite comunicación en materia educativa y educomunicación.

En EEUU el Center Media Literacy destaca a McLuhan como creador del Center for Understanding Media, centro de investigaciones para la comprensión de los medios de comunicación. John Calkin, precursor del concepto de alfabetización, impulsaría en este instituto investigaciones, proyectos de educación mediática en instituciones académicas y formación de docentes. Algunos de sus proyectos revelaron que el estudio de los medios, acompañado de una participación práctica, conduce a la creatividad, el pensamiento crítico, una mayor motivación en el ámbito escolar (Hobbs, R. 2013).

En la siguiente década los estudios sobre Media Literacy dan un salto a la institucionalización internacional como un eje para el desarrollo de los países influenciado en las teorías de la Escuela de Frankfurt, los estudios sobre Comunicación para el Desarrollo en América Latina y las teorías de McLuhan sobre comunicación y experiencias concretas de autores como Paulo Freire, Francisco Gutiérrez o Daniel Prieto Castillo entre otros autores (Barbas Coslado, 2012).

La concepción de los medios vinculado a la educación cambió con la definición en 1973 del Consejo Internacional de Cine y Televisión:

Por educación en materia de comunicación cabe entender el estudio, la enseñanza y el aprendizaje de los medios modernos de comunicación y de expresión a los que se considera parte integrante de una esfera de conocimientos específica y autónoma en la teoría y en la práctica pedagógica, a diferencia de su utilización como medios auxiliares para la enseñanza y el aprendizaje en otras esferas del conocimiento como las matemáticas, la ciencia y la geografía. (Morsy, 1984: 7)

La UNESCO a mitad de la década organiza la primera reunión de expertos en comunicación recomendando la inclusión de políticas que permitan el acceso de las masas a los medios de comunicación masivos y su uso en programas educativos y culturales. En base a estas directrices se crearía la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación. En 1979, la UNESCO en París publicará las bases mundiales sobre la educación en

medios de comunicación con la obra *Educación en materia de comunicación* (Castro Lara, 2016; Aparici, et al., 2009).

En este mismo año surgen distintas experiencias internacionales sobre educomunicación. Castro Lara destaca la creación del Servicio de Orientación para Escolares (SOAP) en España, un ejemplo sería Drac Magic, cooperativa de profesores catalanes que enseñaron paralelamente a la escuela teorías sobre imagen y cine desarrollando el sentido crítico, potenciando la creatividad e instruyendo el valor cultural y antropológico del lenguaje cinematográfico (Castro Lara, E. 2016)

La entrega del informe McBride a la UNESCO, marcaría la etapa los años ochenta en la educomunicación como afirman sus primeras líneas del escrito, "Hacia un nuevo orden mundial de la información y la comunicación más justo y eficaz" (Barbas Coslado, 2012, p.160). Esta publicación se convirtió en un manifiesto de la educomunicación.

... todas las formas de estudiar, aprender y enseñar a todos los niveles (...) y en todas las circunstancias, la historia, la creación, la utilización y la evaluación de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas, así como el lugar que ocupan los medios de comunicación en la sociedad, su repercusión social, las consecuencias de la comunicación mediatizada, la participación, la modificación que producen en el modo de percibir, el papel del proceso creador y el acceso a los medios de comunicación". (UNESCO,1984)

El tratado se compone por once principios básicos que versan sobre: El libre y equilibrado flujo de información, igualdad, justicia y beneficio en las prácticas comunicativas, contemplaba la eliminación de monopolios mediáticos, el respeto por la identidad cultural, recomienda a los medios mantener la ética y responsabilidad social, mejorar la tecnología e invitar a que los países formulen sus políticas nacionales de comunicación basadas en el derecho a la

comunicación (Sierra, 2006, Beltrán, 2005; Huergo, 2004 como se citó en Castro Lara, 2016).

En los noventa, la globalización y el comienzo de la irrupción de la tecnología de la información y de la comunicación en la vida privada de las personas implicó un cambio académico formalizando las áreas de educación para los medios y el uso de estas nuevas tecnologías en el proceso de enseñanza y aprendizaje. (Kaplún, 1998). Este auge sin embargo contrasta con los efectos de las políticas neoliberales que provocaron el declive de muchos estudios de Media Literacy en EEUU con el gobierno de Reagan.

Con la irrupción de internet y las redes sociales en la década de los 2000 la alfabetización mediática y la educomunicación viven desde este periodo en adelante su mayor auge. Las instituciones académicas se nutren de las posibilidades de esta nueva sociedad en red apareciendo plataformas web 2.0 para posibilitar el flujo de materiales didácticos y contenido en línea. Comienzan a desarrollarse programas y recursos promoviendo la alfabetización digital para todas las edades. En 2006 el gobierno de Holanda añade a la enseñanza escolar obligatoria la Media Literacy, además de fundar un centro de investigación. Un año más tarde, Arabia Saudi organizó en 2007 la primera conferencia de Media Literacy en Medio Oriente y en 2008 la primera conferencia de Media Literacy para África sub-sahariana en Nigeria, entre otros ejemplos de la expansión global de la Media Literacy (Torrent, 2009).

4.3 Educomunicación

4.3.1 Antecedentes

Un rasgo relevante de esta temática es la falta de acuerdos en cuanto a las terminologías ya que a veces se interrelacionan y se solapan. En el anterior apartado definimos la alfabetización mediática, el concepto más acuñado en el estudio de esta literatura, sin embargo, es necesario distinguir “alfabetización informativa” y “alfabetización digital”.

La alfabetización informacional abarca la información en cualquier soporte además del impreso, incluyendo datos, imágenes, contenido digital y la palabra hablada (Colegio de Profesionales de la Información y Bibliotecas, 2018).

En cuanto a la alfabetización digital refiere a la capacidad para realizar diferentes tareas en el mundo digital incluyendo la búsqueda, investigación y análisis de la información a través de la tecnología posibilitando la capacidad de generar contenidos y crear propuestas a través de medios digitales (Universidad Internacional de la Rioja, s.f).

La UNESCO en 2008 decide acuñar el término “alfabetización mediática e informacional” (AMI), el cual incluye estas tres modalidades de alfabetización:

La AMI armoniza diferentes formas de alfabetización (alfabetización en materia de información, medios de comunicación, tecnología digital, noticias, Internet, medios sociales y cine, entre otros) y sus vínculos con la alfabetización social, que incluye las competencias interculturales, la educación para la ciudadanía mundial y la adquisición de conocimientos básicos sobre salud y finanzas, entre otros.

La alfabetización mediática e informaciones propone este concepto con una vinculación social entendiéndose como un paradigma comunicativo que incorpora la creación y comprensión informativa en múltiples esferas.

A diferencia de la AMI, la educomunicación como su nombre indica liga dos disciplinas de manera interdisciplinaria, la educación y la comunicación, centrándose en la pedagogía de los recursos comunicativos y mediáticos. Este término activo y flexible está determinado por la cultura digital imperante en el contexto que nos encontremos. (García-Ruiz, et al. 2014).

La alfabetización para el siglo XXI debe ser mediática dada la importancia de los medios en la actualidad, digital ya que la mayor parte de la información está digitalizada y multimodal debido a la convergencia de texto, sonido, imagen, vídeo y animación. (Gutiérrez-Martín y Tyner, 2012)

En una encuesta realizada por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) en 2023, plantea que un 54,9% de los españoles utiliza las redes sociales para informarse, acceden a las redes sociales (84,4%) “todos o casi todos los días”.

Para efectuar un consumo crítico de la información no debemos excluir el contexto cultural en el que se inscribe y las particularidades de los formatos expresivos audiovisuales, sonoros y visuales. En base a estos dos factores la ciudadanía activa también ejercerá de productor de mensajes y contenido informacional.

Sheila Peñalva Tovías (2022) aglutina las competencias comunes de esta literatura mediática:

- Disponibilidad de medios y acceso a los medios: Proceso dinámico y social de evaluación cualitativa del acceso a las informaciones mediáticas, contenidos y servicios a través de la televisión, radio, e internet.
- Análisis del contexto mediático: La calidad del uso de los medios es crucial. La interpretación durante y después del momento de consumo, la capacidad de análisis simbólico es el núcleo de la alfabetización mediática y de las habilidades requeridas para esta tarea que muchos niños aprenden mediante habilidades que los adultos dan por sentadas.
- Evaluación y comprensión crítica: Incentivar el acceso o el análisis de información con juicio propio. En este sentido, se trata de potenciar a la ciudadanía activa y crear un modelo de ciudadano comprometido con la búsqueda de información válida y que sea capaz de procesar críticamente.
- Creación de contenido y de participación en los procesos sociales. Internet plantea algunos desafíos para una visión normativa de la producción de contenido. Para algunos supone una red mundial y para otros un sistema de comunicación a través del correo electrónico, ambos ejercen como productores de contenido.
- Difusión del mensaje: Conviven distintas formas, lenguajes y formatos de expresión según los diferentes medios de comunicación o plataformas que se utilicen.

La asimetría en el desarrollo y nivel de estas competencias puede dar lugar a una brecha informacional o mediática que adquiere una situación de

inferioridad que podría materializarse en la desigualdad de oportunidades, de derecho a la información e incluso a la cultura.

En el fomento de la AMI, Gutiérrez-Martín y Tyler (2012) advierten riesgos como la posibilidad de aminorar la educación mediática como el simple desarrollo de las competencias digitales, y reducir la competencia digital a su dimensión más tecnológica e instrumental,

Lo más preocupante sería que la escolaridad obligatoria no cumpliera su función básica de alfabetizar, entendida ésta como preparación para la vida en la sociedad digital. Nos referimos a una alfabetización crítica, dignificante y liberadora, no a una capacitación como usuario de cualquier nuevo dispositivo que vaya surgiendo... La educación mediática o la alfabetización digital no pueden convertirse en un medio para crear consumidores y usuarios de tecnología.

4.3.2 La educomunicación

La alfabetización mediática e informacional es el fruto de un proceso que se puede vincular al acto de alfabetizar, conlleva educar o enseñar para adquirir esas competencias y habilidades.

Pretende dotar a todas las personas de las competencias expresivas imprescindibles para su normal desarrollo comunicativo y para el desarrollo de su creatividad. También ofrece las herramientas para: entender la producción social de la comunicación, conocer cómo funcionan las estructuras de poder, cuáles son las técnicas y elementos expresivos que los medios manipulan y poder apreciar los mensajes con la suficiente distancia crítica, minimizando los riesgos de manipulación". (García, 2006, p.1)

La educomunicación adopta la alfabetización mediática como una de las herramientas en su propósito de análisis e interpretación de los medios de comunicación y sus formatos. Su naturaleza pedagógica integra procesos metodológicos a través de la participación potenciando el desarrollo de la sociedad a través del uso de la tecnología con sentido crítico.

Según Marta-Lazo (2018), investigadora de la Universidad de Zaragoza y una de las autoras más relevantes sobre la educomunicación en la actualidad, la educomunicación: “conlleva el análisis crítico de los mensajes, la creación ética y responsable de contenidos y la interacción ciudadana, donde todos los participantes se convierten en agentes activos para llegar a convivir en entornos saludables y con criterio en sentido democrático.” (p.48)

Los medios de comunicación y los recursos tecnológicos de la sociedad de la información pueden constituir una herramienta para empoderar estas expresiones a través de la participación de los docentes y el alumnado ambos interaccionando como sujetos activos del proceso educativo mediante la experimentación, la reflexión, el análisis y la discusión.

El reputado autor inglés Len Masterman justifica la enseñanza mediática en su libro *La enseñanza de los medios de comunicación* (Torneró, 2017):

1. El alto grado de consumo mediático.
2. El papel de los medios en la conciencia social y su relevancia ideológica.
3. El incremento de la tergiversación y creación de información.
4. La influencia de los medios de comunicación en la democracia.
5. La relevancia de la comunicación audiovisual en todas las áreas.
6. La necesidad de enseñar al alumnado ante los futuros desafíos.
7. Las presiones nacionales en la privatización informativa.

La educación acostumbra a seguir un modelo de comunicación jerárquico y unidireccional. En la educomunicación, al estudiantado se le considera un sujeto que aprende mediante la interacción con sus iguales y otros, según una relación dialógica. El alumnado es el protagonista del aprendizaje afirma el autor Mario Kaplún (1998), experto en educomunicación y uno de los autores más relevantes de la temática. El valor de la expresión individual de los estudiantes, tiene un componente metodológico en sí mismo como

autoexpresión subjetiva y un eje fundamental en la interlocución como parte del proceso pedagógico.

La metodología de la educomunicación se articula a través del diálogo, el sentido, la expresión y la participación efectivas que articulan teoría y práctica (Dávila-Navarro, 2023 sobre Benigni, et al. 2022).

A la hora de concretar un marco teórico, Ferrés y Piscitelli (2012) crearon en *La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores*. En la publicación colaboraron más de 50 expertos internacionales mediante propuestas y valoraciones. Esta propuesta pretende categorizar contenidos necesarios en la práctica pedagógica con una visión integradora de disciplinas como la publicidad, la filosofía y la política.

Las competencias necesarias para desenvolverse mediáticamente en la sociedad contemporánea serían:

1. Lenguajes: Abarca tanto las capacidades de comprensión como el uso de lenguajes orales, visuales, textuales, sonoros y mediáticos.
2. La tecnología: A través de la alfabetización digital comprenden el manejo de los medios tecnológicos y sus procesos.
3. Procesos de interacción: Se habilitan herramientas para comprender las narrativas mediáticas y la relación de los receptores-consumidores y de los emisores-productores con los medios de comunicación.
4. Procesos de producción y difusión: Atiende a la comprensión de la construcción, difusión y efectos de los contenidos mediáticos, engloba principios deontológicos.
5. Ideología y valores: Analiza la relación de la información y el contenido con la proyección de valores, creencias e ideología.

6. Estética: Estudia la relación entre la emocionalidad y la racionalidad en cuanto a conceptos estéticos como la composición visual u el diseño entre otros.

La información en este contexto actual ha adoptado un carácter multimodal con una mayor difusión de contenido visuales. No se puede entender el concepto de educomunicación sin hablar de la educación visual. Es conveniente analizar de manera consciente y subliminal las informaciones emitidas audiovisualmente.

Las competencias audiovisuales podrían describirse como la capacidad para analizar e interpretar, teniendo en cuenta la reflexión crítica, las imágenes y mensajes audiovisuales y la construcción de narraciones en los medios de comunicación. (Ferrés, 2007).

Patricia María Nigro (2004) en *La Educación para los Medios* defiende el carácter interdisciplinar de la educomunicación e indica cómo la democratización de los medios debe incluirse en los programas de formación

Se entiende la democratización como una cualidad que garantice el acceso y usos a los medios de comunicación por parte de la ciudadanía. Nigro (2004) además se refiere a ellos desde el sentido de conservar su función didáctica y cultural en la sociedad como servicio público, ante la tendencia de los medios y grupos de comunicación a la concentración de nicho de mercado o las leyes de mercado y su origen comercial. La democratización de los medios garantizaría derechos fundamentales como la libertad de opinión, el pluralismo informativo y derecho a la información.

4.3.3 Relación con las TRIC

Las Tecnologías de la Información y de la Comunicación, suponen una herramienta habitual en el sistema educativo desde hace ya unas décadas. Las TIC comprenden un sistema de herramientas tecnológicas que en el aula permiten crear, acceder, almacenar y gestionar información a través de distintos soportes, los teléfonos móviles, los softwares, ordenadores e internet son los más habituales.

En 2009, el programa “Escuelas 2.0” del Gobierno de España invirtió en recursos tecnológicos creando aulas digitales, garantizando la conectividad a Internet y la interconectividad en el aula, y formando al profesorado en la integración de estos recursos en la práctica docente y en sus aspectos tecnológicos y metodológicos.

Estas herramientas han posibilitado escenarios como la Web 2.0, páginas webs que habilitan recursos para que el alumnado cree contenido online individualmente y entre sí. Recursos como este aglutinan las TIC en el proceso de transformación metodológica para aprovechar sus oportunidades en un contexto interactivo.

En ese proceso de transformación metodología y aprendizaje de los usos, la alfabetización digital y la alfabetización mediática no debe relegarse al buen manejo y control. La práctica docente debe incluir metodologías que a través de los medios de comunicación y las herramientas tecnológicas permitan mejorar el ejercicio de sus derechos cívicos (Peñalva-Tovías, 2022).

En esta línea surge el constructo TRIC, Tecnologías de la Relación, la Información y la Comunicación, que contempla conceptos del humanismo y el valor de las relaciones interpersonales en el uso y fines tecnológicos.

El “Factor Relacional” es un concepto que nace en los años 80 que sirvió de influencia para la inclusión por parte de los autores Carmen Marta Lazo y José Antonio Gabelas Barroso, investigadores de la Universidad de Zaragoza, en el lanzamiento de la propuesta de las TRIC.

En este marco caracterizado por la dependencia tecnológica los autores propusieron un nuevo prisma sobre el uso de la tecnología centrado en las relaciones humanas, cognitivas y emocionales de los usuarios en la formación de procesos relativos a la sociedad red.

El Factor Relacional contiene una doble dimensión. La R competencial, basada en la capacidad de crear y mantener vínculos sociales, que apoyen la identidad, la sexualidad y la intimidad. Y una segunda, la R de riesgos, derivados de un uso indebido, del abuso o de posibles dependencias. Este Factor permite la conversión de las TIC en TRIC,

que propone un modelo educomunicativo. (Marta-Lazo y Gabelas-Barroso durante una entrevista al *Diario de Teruel* en 2020)

El humanismo digital y las relaciones que se generan en los procesos educomunicativos están por encima de la dimensión meramente instrumental que aporta la tecnología (Peñalva-Tovías, 2022 sobre Gabelas-Barroso & Marta-Lazo, 2020).

El valor de las relaciones entre personas a través de la tecnología nos conduce al humanismo digital. Los ordenadores, dispositivos móviles y otras pantallas son meros instrumentos, lo sustancial son los usos y consumos que realizan las personas. Estas interacciones permiten vertebrar acciones para el cambio social, sin olvidar el norte, que son los alumnos y el docente, si hablamos de escenarios educativos.

(Marta-Lazo y Gabelas-Barroso durante una entrevista al *Diario de Teruel* en 2020)

La educomunicación junto a las TRIC incentiva una comunidad de personas colaborativa e involucrada en el entorno digital y mediático ya sea a través de la generación o consumo de contenido sino también a través de la reflexión y consumo crítico.

En este contexto, tanto las TRIC y la educomunicación convergen en la importancia de lo social y comunitario. La educomunicación enfatiza en una pedagogía participativa y comunitaria con uno de sus fines en el desarrollo de los derechos de la ciudadanía. Estos procesos mediados por los recursos tecnológicos y relaciones tecnológicas, íntimamente relacionadas con las TRIC. Esta teoría desea potenciar ese fin social y humanístico con un empleo coherente y sensible de estas tecnologías, los procesos y fines de la educomunicación pueden ser un aliado.

4.4 Situación en España

La Unión Europea planteó la relevancia de la alfabetización mediática además como una herramienta de autonomía personal exigiendo a los estados, a través del artículo 33 de la Directiva de servicios de comunicación audiovisual

(AVMSD), el desarrollo de medidas para alcanzar capacidades de alfabetización:

La alfabetización mediática se refiere a diferentes medios de comunicación y métodos de distribución. Es una habilidad crucial para todos los ciudadanos, independientemente de su edad, ya que los empodera y aumenta su conciencia. También ayuda a contrarrestar los efectos de las campañas de desinformación y la difusión de noticias falsas a través de los medios digitales. (Comisión Europea, 2023)

En palabras de los autores del *Índice en Alfabetización Mediática en España* de la Fundación Luca de Tena:

La realidad, por desgracia, es que España es uno de los países europeos más atrasados en alfabetización mediática e informacional. La lentitud y falta de decisión de los sucesivos gobiernos han causado un notable perjuicio a la ciudadanía española, que acumula unas considerables carencias en competencia mediática”. (Cucarella y Fuster, 2022).

En España, nos encontramos con una legislación educativa que opta por la transversalidad en lugar de la especificidad recomendada por el Parlamento Europeo. No existen asignaturas específicas educomunicativas en el sistema educativo español, aunque sí existen referencias.

Concretamente, son varios los Reales Decretos que marcan las pautas de educación infantil, primaria, secundaria – etapas de educación obligatoria en España- que refieren competencias mediáticas.

El Real Decreto 95/2022 Anexo I del Ministerio de Educación y Formación Profesional (2022) refiere competencias clave en la Educación Infantil como la comunicación lingüística; la competencia digital; la competencia personal, social y de “aprender a aprender”; la competencia en conciencia y expresión culturales; el uso ético y eficaz las tecnologías.

En el Real Decreto 157/2022, de 1 de marzo del Ministerio de Educación y Formación Profesional (2022) se establecen las enseñanzas mínimas de la Educación Primaria, mencionando competencias vinculadas con la educomunicación en el artículo 7, el artículo 11 y el Anexo I: Artículo 7. Se menciona el desarrollo e inicio en la utilización de competencias tecnológicas básicas para el aprendizaje, desarrollando un espíritu crítico ante su funcionamiento y los mensajes que reciben y elaboran.

La publicación de Real Decreto 217/2022, de 29 de marzo (Ministerio de Educación y Formación Profesional, 2022), por el que se establece la ordenación y las enseñanzas mínimas de la Educación Secundaria Obligatoria, la AMI se incluye de manera transversal como parte de la Competencia Digital, recogida en el punto 1 del artículo 11, y también está contemplada como parte de los saberes básicos de la asignatura de Lengua Castellana y Literatura, recogidos en el artículo 12 (Herrero Curie y La Rosa, 2023).

Según el informe de la Fundación Luca de Tena realizado a 100 docentes de toda, el 74% de los profesores creían que sus alumnos estaban desinformados, consideran como poco (47%) o nada (13%) el desarrollo de la alfabetización mediática en los últimos cinco años (Cucarella y Fuster, 2022).

En el *'Estudio de alfabetización mediática en centros de Educación Secundaria Obligatoria'* realizado por el Ministerio de Educación y Formación Profesional en 2023 (Herrero y La Rosa, 2023), afirma que los docentes perciben la ausencia de pensamiento crítico en el alumnado debido al consumo compulsivo por la masificación de los dispositivos móviles que fomentan la distracción y dificultad de concentración o desinterés informativo (Herrero y La Rosa, 2023).

En España, la Federación de Asociaciones Periodísticas de España (FAPE) sigue incidiendo sobre la necesidad de una asignatura en el plan de estudios del alumnado a partir de la Educación Secundaria Obligatoria. Ya en 2022, afirmó el entonces presidente de la federación, Nemesio Rodríguez que “En sexto de Primaria la alfabetización mediática es preventiva, pero en cuarto de Secundaria ya es paliativa”. (FAPE, 2022)

En el caso de Aragón, comunidad autónoma en la que se enmarca esta investigación, los autores Carmen Marta-Lazo y José Antonio Gabelas Barroso, llevaron a cabo un estudio para determinar el grado de competencias mediáticas de los aragoneses en 2013.

Según los resultados de ese estudio, los autores (Marta-Lazo y Gabelas-Barroso, 2013) afirman que existen graves carencias en cuanto al grado de formación y competencia en comunicación audiovisual, según las seis dimensiones de Ferrés. La dimensión en la que se posee un mayor grado de competencia es en el manejo tecnológico. Esta tendencia es similar a la observada en la investigación global en toda España. El lenguaje audiovisual, la estética y la ideología y valores son en las que menor porcentaje de alfabetización digital posee la población analizada, tendencia también análoga al conjunto de España (Marta-Lazo y Gabelas-Barroso, 2013).

4.4.1 Iniciativas educomunicativas

En la literatura educomunicativa son muchos los autores españoles que trabajan y reflexionan en torno a este concepto, entre ellos Agustín García Mantilla, propulsor de la educomunicación en nuestro país junto a Joan Ferrés; José Ignacio Aguaded, editor jefe la revista *Comunicar* con gran producción de investigaciones sobre el nivel de alfabetización mediática en nuestro país, Carmen Marta Lazo, investigadora del Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital y co-editora de la *Revista Mediterránea de Comunicación*, está especializada en educomunicación y alfabetización mediática, cuenta con una gran producción de publicaciones sobre esta temática e impulsora del concepto TRIC junto a Gabelas Barroso.

El trabajo de estos autores desde principalmente la universidad ha ayudado a plasmar una radiografía sobre la situación de la alfabetización mediática en España e impulsar su difusión desde la academia colaborando con las instituciones. A continuación, citaremos algunas de las iniciativas y propuestas más recientes en este campo. La mayoría de producción bibliográfica resulta de iniciativas de origen académico por eso cabe destacar las aportaciones desde las instituciones académicas en este campo como el manifiesto *La*

Educomunicación en España: Un reto urgente para la sociedad digital. Elaborado por Javier Marzal Felici e Ignacio Aguaded en 2021, contó con el apoyo de más de 100 catedráticos y profesores de 33 universidades españolas reivindicando la necesidad de planes educomunicativos específicos en el sistema educativo español (Marzal-Felici y Aguaded, s.f.).

Gil y Marzal Felici (2023) citan como relevantes en la materia, los proyectos y experiencias de *AlfaMed* y la *Cátedra RTVE Cultura audiovisual y alfabetización mediática* de la Universidad Jaume I. La Universidad Autónoma de Barcelona en colaboración con la UNESCO, desarrolló *EduMediaLab*, un laboratorio de innovación, diseño y producción de materiales multimedia educomunicativos en el que profesores, estudiantes, investigadores y profesionales idean y generan materiales educativos y comunicativos diversos (Gil y Marzal-Felici, 2023).

Marta Lazo junto a distintos investigadores del grupo GICID de la Universidad de Zaragoza, crearon en 2023 la primera unidad didáctica de Alfabetización Mediática pensado para su ejecución en los planes de estudios destinados a 3º ESO y enfocado desde el modelo de las TRIC (Gil y Marzal-Felici, 2023).

En Cataluña, el Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC) y el Consejo Comarcal del Garraf inició en 2022 un programa piloto en el que difundieron píldoras audiovisuales sobre educación mediática de un minuto y medio en el recorrido que realizaba el alumnado hasta los dos institutos de la comarca citada. El proyecto alcanzó a un total de 120 estudiantes que trabajaron posteriormente los videos y temáticas a través de un cuestionario para evaluar el impacto de la actividad (Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2022).

En Andalucía, el programa Desenreda impartió talleres de alfabetización mediática en casi medio centenar de colegios de la comunidad autónoma coordinados por las asociaciones de prensa de Andalucía, el Colegio Profesional de Periodistas y la Junta de Andalucía. Estos talleres presenciales destinados al segundo ciclo de Secundaria consistían en ofrecer herramientas para la comprensión del contexto actual, profundizando en los problemas globales y analizando la actualidad desde un enfoque crítico con atención a los

estereotipos a través de los medios de comunicación y redes sociales (Junta de Andalucía, s.f.)

Un ejemplo, de iniciativas que trabajan el podcast en el sistema educativo sería “Los Viernes de Podcast”. Este proyecto docente realizado por la Universidad de Valladolid, utiliza el formato del podcast para alfabetizar mediáticamente a estudiantes, ellos elaboran los contenidos basados en alfabetización mediática y lo protagonizan. Los resultados concluyeron una mejor comprensión de los conceptos mediático y educomunicativos. Además, reforzaron su nivel de socialización, su expresión oral, habilidades en grupo y empatía (Veja-Martin, s.f.).

“La sociedad de la información avanza más rápido que el sistema educativo y la formación se delega en centros educativos, pero las instituciones forman para un contexto que ya ha pasado” asume Osuna Acedo (Gil y Marzal-Felici, 2023). En la actualidad, desde las instituciones la normativa es ambigua en la educación formal española y en muchos casos se resume a indicaciones, recomendaciones y leyes.

4.5 Otras consideraciones y efectos de la educomunicación

La Organización Mundial de la Salud (2022) define la salud mental como: “Un estado de bienestar en el cual la persona es consciente de sus propias capacidades, puede afrontar las tensiones normales de la vida, puede trabajar de forma productiva y fructífera y es capaz de hacer una contribución a su comunidad”.

El fomento del pensamiento crítico en el contenido mediático y el consumo puede generar una autorregulación de la dieta mediática. El estudiantado, aún expuestos a contenidos nocivos para ellos y ellas, contarían con un grado de sensibilización que les permitiría discernir esta influencia en sí mismos alejándolos de las manifestaciones predominantes por un excesivo uso de medios de comunicación como es el aislamiento social, el trastorno afectivo o la fobia social. En este periodo vital en el que principalmente los adolescentes construyen su propia identidad y en la que en el uso de los medios habitualmente comparten y exponen su día a día en plataformas en las que es

difuso el límite entre la vida privada, la vida pública y la percepción de una falsa realidad.

El exceso de la tecnología y consumo de redes sociales puede provocar la deshumanización y la pérdida de valores como la falta de empatía (Ribeiro, 2022). Por ello a continuación trataremos como estas habilidades se vinculan con las violencias en sus dimensiones físicas, sexuales y psicológicas; la concienciación en aspectos de su privacidad y la autoestima, cuestiones que están íntimamente relacionadas con el posterior rendimiento de los adolescentes en sus estudios.

Los modelos educomunicativos mediante el análisis y la comprensión de los efectos en los medios e internet, podrían identificar más fácilmente conductas violentas. Los alumnos educomunicados pueden participar activamente en la creación, promoción y difusión y de contenidos que prevengan las violencias mejorando la calidad de vida y salud de la población (Dávila-Navarro, 2023).

Los casos de *grooming*, adultos que confabulan para ganar la confianza de los jóvenes para posteriormente controlarlos y obtener beneficios sexuales; el ciberbullyng, el acoso, la intimidación y la humillación de las personas a través de Internet; o el *sexting*, la difusión de imágenes y videos personales de los menores. Estos modelos se consideran formas activas en la actualidad para ejercer la violencia física, sexual y psicológica, que cuentan con consecuencias legales.

Otra problemática habitual en los usos digitales de los adolescentes es el acceso a contenido pornográfico, la edad media del primer acceso pornográfico en España ocurre entre los nueve y once años según el informe *Pornografía y educación afectivosexual* de la Universidad Illes Balears (Newtral, 2023).

“Es prácticamente imposible escapar: está en el chat de la play, en Twitter, en grupos de WhatsApp, cuando descargan una aplicación” “Los niños normalizan la violencia sexual y la llaman sexo: hablo de insultar, escupir, de coger del cuello hasta casi asfixiar... Así me cuentan muchos que están siendo sus primeras prácticas sexuales” afirma la educadora social, especialista en violencia de género y sexualidad adolescente, Marina Marroquí (Newtral, 2023)

El modelo de educomunicación favorece, a través del público adolescente, generar procesos de prevención y fortalecer, también, su autoprotección (Dávila-Navarro, 2023). Los nuevos espacios comunicativos y mediáticos, han generado un cambio en los conceptos de lo público y de lo privado y entre lo real y lo virtual (Carlsson, 2011).

El acceso a Internet registra nuestros hábitos de búsqueda y temáticas lo que permite que los algoritmos y cookies tracen nuestras preferencias y mediante el uso de nuestros datos, nos muestren contenido próximo a nuestras preferencias, reforzando inclinaciones o incluyendo sesgos (Marta-Lazo, 2023).

La posibilidad de contar con un anonimato en redes sociales fomenta la libre expresión de opiniones y comentarios irrespetuosas que incitan al odio o a la cultura de la cancelación, esta última implica un riesgo y daño económico, social y laboral. La aceptación de cookies puede fomentar la selección posterior de informaciones sesgadas con noticias falsas, partidistas o contenido que inciten al odio reforzando la adquisición de conductas que puedan derivar en sectarias o radicales fomenten la “cultura del odio” (Marta-Lazo, 2023).

En el uso de internet es usual entre los jóvenes los sentimientos de inferioridad ante la falsa realidad que muestran otros usuarios en línea o personajes actualmente “mediáticos” como son los influencers. Este sentimiento de inferioridad ante la comparación de bienes materiales, nivel de vida o cánones estéticos fomentan la pérdida de autoestima, el perfeccionismo y la despersonalización. El uso de redes sociales ha propiciado el aumento de los diagnósticos de depresión y ansiedad entre los jóvenes (Basterra y Cabrera, 2021).

Conocer el sistema de representaciones, el análisis de las narrativas, imágenes y códigos audiovisuales, promueve una comprensión crítica de la información en línea. Los educomunicadores enseñan a cuestionar cómo se construyen las narrativas y cómo afectan a los receptores advirtiéndoles de los peligros que suponen. En internet, los medios de comunicación y las redes sociales podemos hallar una extensa presencia de estereotipos que los estudiantes podrán analizar críticamente.

Actualmente en esta nueva era basada en la digitalización, se mencionan nuevos tipos de acciones como la ciberadicción. Es habitual que los jóvenes ciberadictos no sepan por si mismos limitar su consumo de Internet superando al habitual, su rendimiento académico disminuya, revisen constantemente las notificaciones de sus dispositivos móviles, su carácter sea más irritable, nervioso o ansioso y deje de quedar con sus amistades sustituyéndolos por la conectividad en las redes sociales (Arab y Díaz, 2015).

La educomunicación pretende fomentar una responsabilidad en la navegación en línea, promoviendo la consciencia en el uso de datos de carácter personal y la privacidad en la red ante posibles timos o riesgos. El conocimiento de las fuentes de información evita riesgos y amenazas reduciendo el estrés y ansiedad ante la exposición de información alarmista o peligrosa, fomentando un acceso y uso responsable y seguro capaz de evitar riesgos en la salud que posteriormente influyen en agentes de comunidad educativa como las familias y el equipo docente.

5. DISCUSIÓN Y RESULTADOS

A la hora de comprobar el estado de las hipótesis planteadas en este trabajo de investigación, se ha realizado una encuesta anónima a estudiantes del tercer curso de Secundaria y se ha entrevistado cualitativamente a personal relevante del mismo centro escolar como es Jaime Cisneros, Director técnico y docente de matemáticas, y Paola Serrano, psicóloga y directora del Departamento de Orientación. Ambos entrevistados juegan un papel estratégico en el día a día del centro.

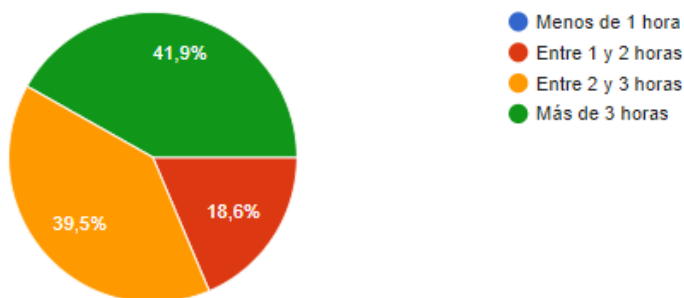
El centro educativo donde se ha llevado a cabo la investigación es concertado y privado ubicado en el centro de Zaragoza. Las etapas que comprenden abarca desde las etapas de Infantil hasta los Ciclos Formativos de Grado Medio y Grado Superior. Aproximadamente 1.400 alumnos y 85 docentes asisten a las aulas diariamente. Se presupone dada las características, la ubicación y su modalidad de privado-concertado que el alumnado ostenta una clase media y/o alta.

Como indicábamos, en la presente investigación hemos realizado una encuesta a los estudiantes de los dos grupos de 3º ESO para conocer la relación del alumnado con las TIC a la hora de informarse y en el uso educativo. Además, queríamos conocer parte de sus hábitos digitales y las características que consideran relevantes en el proceso de consumo informativo.

Elegimos el grupo de 3º ESO dado que los resultados obtenidos a raíz de este cuestionario, nos servirían como contexto para desarrollar el año siguiente con este mismo grupo la propuesta educomunicativa descrita en el anterior punto. Se consideró necesario emplear la metodología de la encuesta ya que esta es la herramienta más factible para compilar una gran cantidad de datos de la muestra elegida con preguntas de distinta tipología. La encuesta la realizaron un total de 43 alumnos, de entre 14 y 16 años, vía online a través de un cuestionario de Google. Entre las personas encuestadas un 39,5% son mujeres y un 60,5% hombres.

5.1 Encuesta

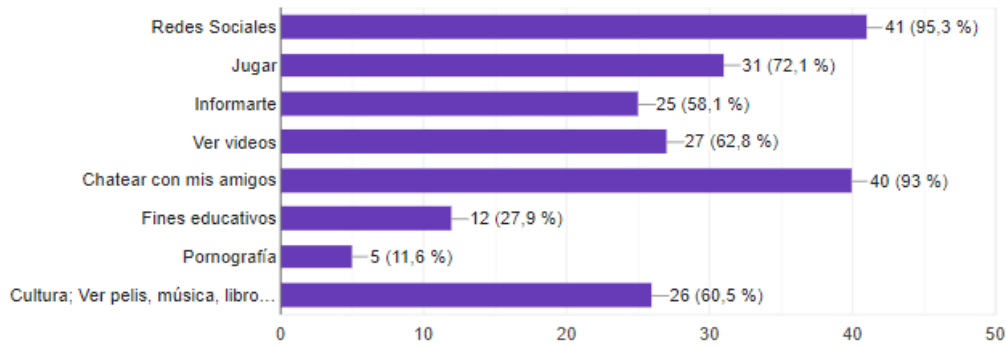
1. ¿Cuánto tiempo pasas en Internet al día fuera del aula?



Ningún estudiante ocupa menos de una hora en Internet. Un 41% de los encuestados navega más de tres horas en mientras que el 39,5% ocupa entre 2 y 3 horas, y un 18,6% entre 1 y 2 horas.

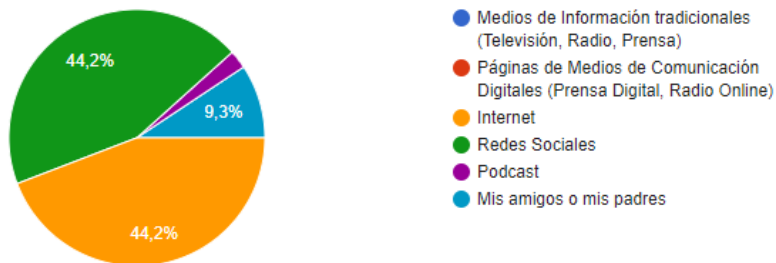
2. ¿Para qué usas Internet?

La educomunicación en las aulas



El 95,3% del estudiantado utiliza Internet para acceder a las redes sociales, posteriormente el 93% de los encuestados para chatear con sus amigos y un 72,1% para jugar. Posteriormente encontramos resultados muy similares en los apartados de visionado de videos (62,8%), el consumo cultural (60,5%) y el consumo de información (58,1%) sucesivamente. La pornografía ostenta el último lugar con un porcentaje del 11,6% de los encuestados y los fines educativos el penúltimo con un 27,9%.

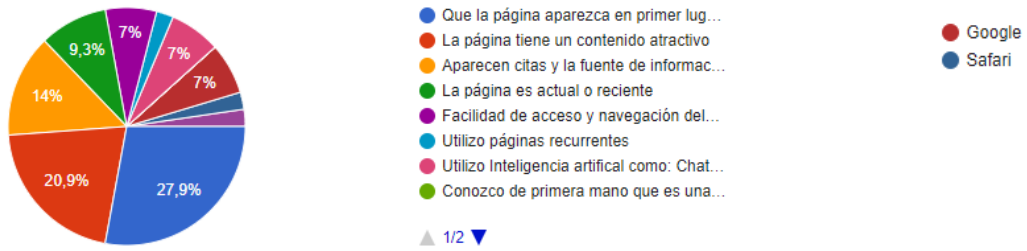
3. ¿Qué plataformas utilizas para informarte?



Internet y las redes sociales son las plataformas que más utiliza el alumnado cuestionado para informarse. Cada una de estas plataformas es utilizada por el 44,2% de los encuestados. En tercer lugar, un 9,3% del alumnado recurre a sus amistades o familiares como fuente de información y un 2,3% utiliza los podcasts. Ninguno de los y las estudiantes utiliza los medios de comunicación tradicionales ni los medios digitales.

4. ¿Qué aspectos valoras al buscar información en internet?

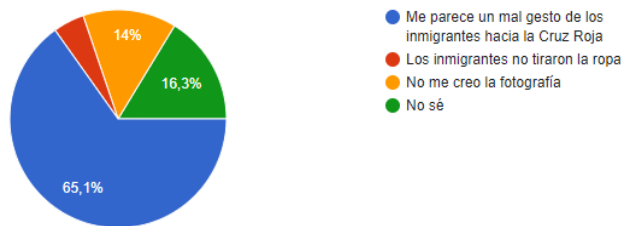
La educomunicación en las aulas



El 27,9 % de los y las estudiantes valoran positivamente que la página aparezca entre los primeros resultados cuando realizan una búsqueda, seguido del criterio de la estética atractiva del contenido con un 20,9%, y la aparición de citas y fuentes de información con un 14%. Un 7% del estudiantado cree fundamental la facilidad de acceso y navegación, el mismo porcentaje utiliza inteligencias artificiales para sus búsquedas y otro 7% de los y las encuestadas conoce de primera mano la seguridad y fiabilidad de la página web. Un 4,6% ha apuntado libremente en la encuesta el uso de Google o Safari y un 2,3% utiliza paginas recurrentes.

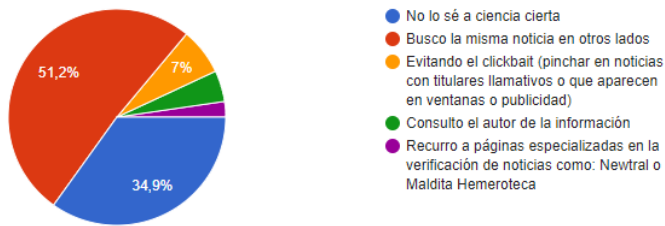
5. ¿Qué piensas sobre la siguiente información?

Tiran a la basura toda la ropa que Cruz Roja les regaló a los inmigrantes del Aquarius



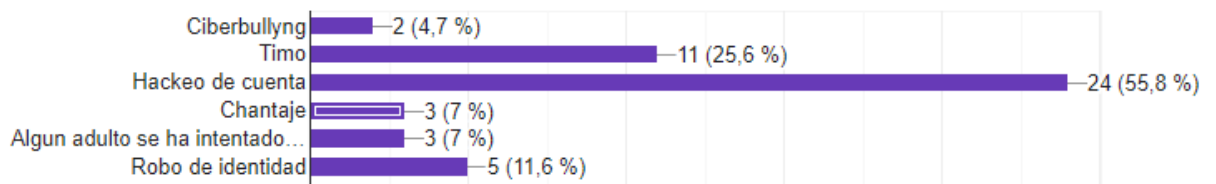
A un 65,1 % de los y las encuestadas les parece un mal gesto por parte de los inmigrantes mientras que un 16,3% duda sobre su respuesta, un 14% no se cree la fotografía y solo un 4,7% afirma que los inmigrantes no tiraron la ropa.

6. ¿Cómo detectas una información falsa?



Aproximadamente la mitad del alumnado (51,2%) busca la misma noticia en otras páginas, más de un tercio de los encuestados no sabe detectar una noticia falsa. Un 7% recurre a métodos como evitar los clickbaits, un 4,7% consulta el autor de la información y un 2,3% acude a páginas especializadas en la verificación de noticias.

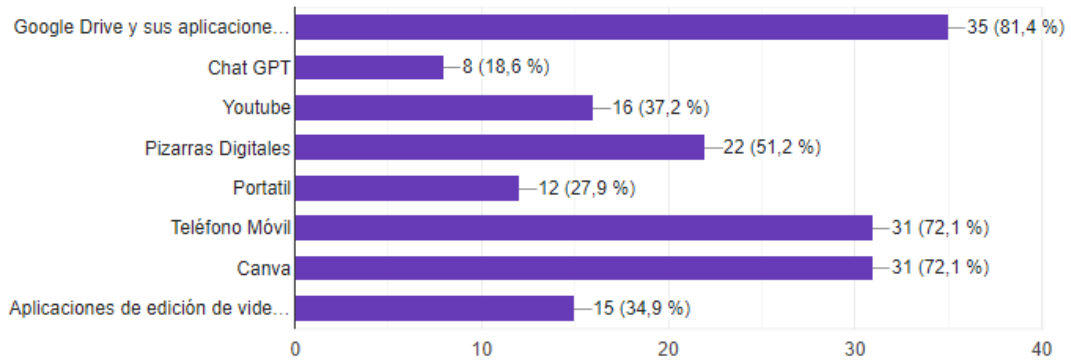
7. ¿Alguna vez has sufrido o visto a tu alrededor alguna de estas situaciones?



Más de la mitad de los y las encuestadas ha sufrido o ha conocido en su entorno casos de hackeos de cuenta, el 25,6% casos de timo, un 11,6% robo de identidad virtual y con un 7% respectivamente chantajes, o contenidos indebidos por parte de personas adultas en línea. Por último, un 4,7% del alumnado de 3º ESO ha sufrido o conocido casos de ciberbullying.

8. ¿Qué recursos digitales utilizas en tu aula?

La educomunicación en las aulas

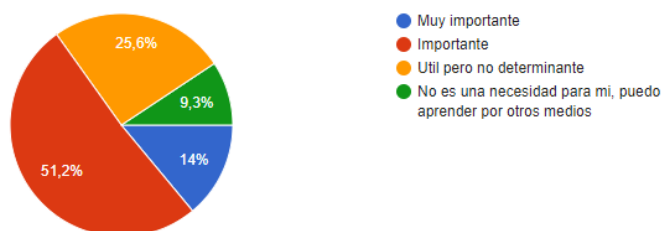


Un 81,4% del estudiantado utiliza Google Drive y sus aplicaciones, y un 72,1% utiliza el teléfono móvil y Canva, respectivamente. Un 51,2% usa las pizarras digitales, el 37,2% de los y las encuestadas accede a YouTube en el aula y un 34,9% maneja aplicaciones de edición de video y fotografía. Los dos últimos usos corresponden a el uso del portátil por un 27,9% del alumnado, y Chat GPT con un 18,6%.

9. ¿Utilizas alguna otra en casa?

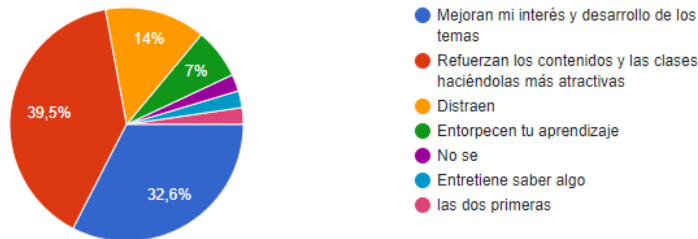
Los y las estudiantes encuestadas aportaron otras plataformas, herramientas o dispositivos digitales para su aprendizaje. Un 2,91% aportó la aplicación de edición de video Cap Cut, otro 2,91% Classroom, el mismo porcentaje incidió en el uso de la PlayStation y un 11,64% la televisión.

10. ¿Qué valor tienen los recursos tecnológicos en tu desarrollo estudiantil?



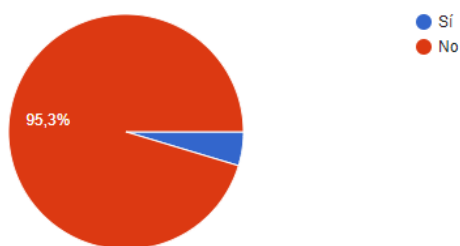
Más de la mitad del alumnado, un 51,2%, considera la tecnología en la educación importante, un 25,6% cree que es útil pero no determinante, un 14% opina que es muy importante y un 9,3% considera que no es estrictamente necesaria ya que pueden aprender con otros métodos.

11. La influencia de los recursos tecnológicos en tus actividades académicas:



Un 39,5% de los y las adolescentes encuestadas considera que los recursos tecnológicos aplicados a la educación refuerzan los contenidos y las clases haciéndolas más atractivas, un 32,6% creen que mejoran su interés y desarrollo de los contenidos, sumado a un 2,3% que cree ambas cuestiones. Sin embargo, el 14% del estudiantado afirma que le distraen y un 7% que le entorpece el aprendizaje. Y finalmente, un 2,3% no lo sabe.

12. ¿Conoces el termino educomunicación?



Un 95,3% desconoce el término educomunicación frente al 4,7% que cree conocerlo. No obstante, a la hora de prestar una definición, ese porcentaje define la educomunicación como “ser alguien normal” o “Te enteras de información a través del móvil”, respuestas incorrectas.

Conclusiones:

Estableciendo una media de 3 horas en el consumo de la mayoría de datos obtenido en la encuesta, este supone a 1/8 parte del día, al cabo de la semana 21 horas, casi un día entero a la semana. El estudiantado accede principalmente a las redes sociales o chats. Un porcentaje significativo del alumnado ha sufrido algún riesgo en internet, asociados al mundo de Internet, que podrían prevenirse a través de la alfabetización mediática. El tiempo de acceso, los usos y los riesgos son variables relacionadas entre sí, estas nos demuestran que la impartición de contenidos educomunicativos tendría una coherencia e impacto en ellos.

Existe una aprobación mayoritaria por parte del alumnado en incorporar los recursos tecnológicos en su desarrollo estudiantil. Mayoritariamente los efectos de las herramientas tecnológicas en el sistema educativo contribuyen a su aprendizaje sin embargo casi un 20% considera que entorpece su desarrollo y distrae su atención. No se conoce el término por parte del alumnado y tampoco por parte del centro.

El manejo de la inteligencia artificial a la hora de buscar información en línea o como herramienta digital en el aula implicaría tomar medidas para evitar el plagio, la reducción del pensamiento crítico o la devaluación de competencias como la escritura.

Pese a que el consumo de medios tradicionales esté en declive, el alumnado continúa consumiendo la televisión en casa, sin embargo, utilizan las redes sociales e internet para informarse. En el ámbito educativo, el soporte que más utilizan es el teléfono móvil y las plataformas a las que acceden en mayor medida son recursos habilitados por Google como Google Docs o Google Drive. También observamos el uso plataformas de diseño, edición de video y fotografía tanto en el centro educativo como en casa. El conocimiento de estas herramientas permite analizar mejor el contenido mediático de nuestro día a día y además según propuestas educomunicativas, el uso en espacios educativos le permitiría al alumnado crear un contenido más consciente y responsable con la ciudadanía.

La mayoría de encuestados y encuestadas cree no estar muy seguros a la hora de elegir sus fuentes de información. Un tercio de los encuestados no sabe con exactitud si el contenido es falso o cierto, mientras que un sector acude a páginas posicionadas entre los primeros resultados. Que una página aparezca en el primer resultado tiene más relación con el Marketing y el posicionamiento SEO y SEM que con la veracidad. Por ello muchas de las creencias que tienen para asegurarse de que una información es real, no lo es en muchos de los casos.

En una de las preguntas se hace referencia a una información falsa. El titular de la noticia no hace referencia a quien tiró la ropa, aun así, la mayoría del alumnado asume que quienes tiraron la ropa fueron los inmigrantes. Muchos dudan antes de verter alguna opinión al respecto de la cuestión y otros directamente dudan de la credibilidad de la imagen. Solo unos pocos creen que no fueron los inmigrantes el sujeto de la acción. Este ejercicio nos ha demostrado la falta de análisis crítico de la imagen y de la noticia, el grado de tolerancia a las informaciones falsas y la necesidad de implementar contenidos que fomenten la alfabetización mediática. Este resultado reafirma de nuevo la anterior respuesta en la que afirmaban no saber si las informaciones son falsas.

A modo de conclusión, creemos que si el alumnado estuviera relacionado con conocimientos educomunicativos muchos de los resultados y conductas observables en la encuesta se modificarían hacia una tendencia más positiva en cuanto a conocimiento crítico, hábitos más saludables en redes, un mayor manejo de la información y uso de los medios de comunicación.

5.2 Entrevista al Director técnico y docente del centro

Jaime Cisneros afirma que todas las etapas utilizan las TIC en mayor o menor medida, pero como herramienta complementaria a la práctica docente. En el centro, pese a que todos los claustros realizan formaciones en TICs, asegura que existe una brecha digital la cual tilda de “importante” debido a las edades de los docentes. Jaime cree incluso que el dominio tecnológico es mayor por parte del alumnado que algunos de los docentes sobre todo

cuando se trabaja en el aula con dispositivos móviles. Durante la pandemia tuvieron una adaptación a la docencia virtual “forzosa y acelerada” por las circunstancias, la mayor parte de profesores aprendió a hacer videollamadas y a utilizar herramientas virtuales como Moodle o Classroom. Sin embargo, afirma que se consiguió salvar la situación, pero no poder hacer exámenes o pruebas objetivas con garantías mínimas fue un hándicap importante.

El director técnico considera que los medios de comunicación tradicionales apenas tienen influencia frente a Internet, el cual sí cree que tiene un impacto significativo. Destaca como beneficios el mayor rendimiento, calidad y rapidez en las tareas por parte del alumnado citando plataformas como Wikipedia o “las más recientes soluciones de Inteligencia Artificial”. Como contrapartida, afirma la pérdida de capacidad memorística y de concentración por parte del estudiantado debido al uso “masivo” de estas herramientas, “están acostumbrados a conseguir resultados inmediatos y cuando, no los obtienen, experimentan cierta frustración” afirma.

Como también docente de matemáticas aplicadas a las ciencias sociales, usa medios de comunicación como periódicos online para ver noticias reales relacionadas con la materia. Además, confirma que el uso de Internet es una constante para utilizar herramientas de representación gráfica y estudio de funciones como Geogebra o para subir recursos e interactuar con los alumnos (Google Classroom). A nivel global, en el colegio utilizan las plataformas de Clickedu y Classroom, para ampliar el dialogo entre alumno y profesor, y para realizar preguntas abiertas, como un foro, incluyendo a todo el alumnado y el profesor.

Ante la pregunta de cómo pueden los docentes y los padres trabajar juntos para maximizar los beneficios y minimizar los riesgos asociados con el uso de Internet y los medios de comunicación en los estudiantes, Jaime Cisneros responde que a través de charlas de concienciación y mediante una coordinación y comunicación fluida entre las familias y el profesorado como puede ser a través de plataformas educativas o el correo electrónico. Este docente y director técnico afirma que Internet y los medios de comunicación

son herramientas poderosas pero que pueden ser perjudiciales, por ello la necesidad de trabajar familias y docentes advirtiendo de los riesgos existentes además de las buenas prácticas. El director técnico desconoce el término educomunicación.

Conclusiones:

La actual presencia de las TIC en todas las etapas educativas debe ir de la mano de programas que expongan un uso coherente y responsable especializado a cada etapa como pueden ser los contenidos educomunicativos. En primer lugar, sería conveniente formar al equipo docente en el uso de los recursos tecnológicos, visible en la adaptación digital forzosa durante la Covid-19, la brecha digital y el mayor manejo tecnológico por parte del estudiantado en algunos casos. Posteriormente, recomendamos la sensibilización en materias educomunicativas ya que muchas de estos recursos tecnológicos se utilizan en el aula por lo que el profesorado debería ser consciente de las dimensiones que implica para realizar una pedagogía correcta. Este conocimiento tiene una funcionalidad real en el uso en el aula y la vida práctica.

Además, la influencia de las redes digitales en el alumnado es una problemática real con la que conviven en los centros docentes. Como menciona el director técnico, el uso de TIC en exceso repercute a la salud y desempeño educativo de los y las jóvenes. Por ello desde los centros, se valoraría positivamente el trabajo conjunto a las familias para prevenir riesgos en el estudiantado. Se necesitan recursos y herramientas para trabajar colaborativamente entre los docentes y las familias. Ante los métodos propuestos para mejorar las situaciones derivadas de los riesgos en los usos digitales, él opta por citar charlas de concienciación y una mayor colaboración y comunicación entre el profesorado y las familias. Habría que ver la metodología y contenidos de esas charlas. El centro escolar debería asegurarse desde qué punto de vista abarcan el uso y riesgos de las tecnologías, y los impactos de los contenidos mediáticos. Sería favorable que se generasen espacios seguros para la participación y expresión de los agentes educativos.

Sin embargo, este docente y a la vez director técnico del colegio entero desconocen en la actualidad el término educomunicación pese a su vigencia y recomendaciones a escala europea.

5.3 Entrevista a la directora del Departamento de Orientación

Paola Serrano confirma que la interacción de los y las adolescentes puede tener un impacto significativo en el bienestar emocional y mental, detalla: desarrollar una autoimagen negativa, ansiedad, baja autoestima, aislamiento social, trastornos alimentarios, ciberacoso, adicción a internet y a redes sociales, exposición a contenidos inapropiados, pérdida de privacidad, presión social, estrés, alteraciones de los patrones del sueño, entre otros.

Paola Serrano cree que la constante exposición a imágenes idealizadas y estereotipo de belleza conlleva una autoimagen negativa, las comparaciones con estándares irreales pueden generar una baja autoestima, insatisfacción corporal y trastornos de conducta alimenticia. La necesidad constante de aprobación y validación de las redes sociales puede conllevar estrés y ansiedad si no reciben la respuesta esperada.

Ella menciona los riesgos y efectos que pueden tener prácticas como el ciberacoso, el uso excesivo de internet y redes sociales mencionando en casos extremos pensamientos suicidad entre otros que se intensifican dada la naturaleza continua y a veces anónima del ciberacoso, la interferencia en las actividades diarias, en el rendimiento académico y en las relaciones interpersonales.

El contenido inapropiado de carácter violento, sexual o de odio puede ser perturbado y afectar negativamente a su desarrollo moral y emocional, confirma. Además, asegura que la facilidad de acceder a información falsa o engañosa puede confundirlos llevándolos a tomar decisiones incorrectas o alimentar miedos irracionales y ansiedad.

La psicóloga de este centro menciona los riesgos sobre la falta de conciencia de la privacidad en línea citando el robo de identidad, explotación y contacto con individuos malintencionados. Paola Serrano concluye destacando la importancia de promover un uso saludable de internet y brindar apoyo

emocional adecuado. Ella recalca la relevancia de los padres, educadores y profesionales de la salud mental en el trabajo conjunto para enseñar a los adolescentes habilidades críticas en el uso de medios de comunicación e internet.

Confirma que la sobre-estimulación a través de internet puede afectar negativamente a su desempeño académico provocando distracciones y dificultad en la concentración, el sueño, la atención o el rendimiento en clase. Añade que el tiempo excesivo en línea puede reducir el tiempo dedicado al estudio y a las actividades académicas. La sobrecarga de información, afirma que dificulta la capacidad de los estudiantes para procesar y retener información relevante entre otras.

La directora del departamento de orientación afirma que existan visitas a su despacho relacionadas con consecuencias de un mal uso o demasiada exposición a contenidos mediáticos.

Ante las señales de advertencia, destaca los cambios en el estado de ánimo, la irritabilidad, el aislamiento social, la disminución del rendimiento académico, y alteraciones en los patrones de sueño. Comenta que también se puede manifestar a través de una dependencia excesiva a los dispositivos electrónicos, la pérdida de interés en actividades habituales, y comportamientos ansiosos, con agresividad o depresivos.

Paola Serrano considera que el profesorado se enfrenta a un desafío importante al abordar problemáticas relacionadas con las adicciones a internet entre los adolescentes en las aulas. Valora la importancia de que los docentes cuenten con apoyo de los equipos de orientación educativa de los centros educativos, la importancia del acompañamiento emocional al alumnado para la detección y el abordaje de estas problemáticas, y la importancia de la formación constante en prevención y detección temprana de adicciones y problemas relacionados con la salud mental causado por internet.

En cuanto a los adolescentes, Serrano apuesta por la implementación de varias estrategias para mejorar sus usos y hábitos con los MDC e Internet: Establecer límites de tiempo, practicar el autocuidado desconectándose de vez en cuando,

cultivar intereses y actividades fuera del mundo digital, y ser selectivos con el consumo en línea priorizando aquel que sea educativo, positivo y que promueva un sentido de comunidad y bienestar. Recalca la importancia del pensamiento crítico para evaluar la información y discernir entre lo verdadero y lo falso. Y considera positiva la comunicación abierta con padres y educadores.

Paola Serrano considera fundamental que los centros educativos proporcionen formación tanto a docentes como a familiares para minimizar los riesgos de los medios de comunicación e internet en los estudiantes ya sea sobre peligros específicos, estrategias sobre usos saludables de la tecnología o la detección de señales sobre problemas así sobre cómo ofrecer apoyo emocional y orientación adecuada a los estudiantes. Capacitar a docentes y familiares cree que se fortalece la capacidad para proteger y guiar a los estudiantes en el entorno digital, promoviendo así su bienestar emocional y su seguridad en línea.

Conclusiones:

La entrevista e interpretación de las contestaciones reafirma la realidad de los riesgos y consecuencias que puede conllevar un mal uso de las tecnologías en cuanto a la salud mental, física y el desempeño académico. Estas cuestiones las reafirma desde su condición de psicóloga y a través de su experiencia real con las visitas del alumnado en el departamento de orientación. En base a esta afirmación se manifiesta que estas problemáticas actuales suponen un nuevo desafío para el profesorado. Por ello, es conveniente sensibilizar al profesorado en esta nueva realidad y exponer herramientas ya sea a través de formaciones, programas educomunicativos o trabajando coordinadamente y en la misma dirección con el soporte y colaboración del centro y las familias.

6. PROPUESTA EDUCOMUNICATIVA Y PERIODÍSTICA

Los resultados de la encuesta han revelado distintas áreas donde la educomunicación podría ser un elemento clave para mejorar sus hábitos digitales y conocimiento mediático. Ante el desconocimiento de la educomunicación y sus posibilidades, se ha diseñado una propuesta que a

través de una metodología y formatos periodísticos posibilite mejorar el nivel de alfabetización mediática a través de la educomunicación.

Se eligió este público debido a que se encuentran en el último año de escolarización obligatoria, lo que posibilita la propuesta como la última oportunidad para incidir en todo el estudiantado ante de su siguiente etapa educativo o abandono de estudios.

El proyecto será un Podcast, RadioMontessori, dirigido a la comunidad educativa del centro, principalmente: alumnado, docentes, familiares, egresados, trabajadores del centro y personal jubilado.

La labor del periodista será la enseñanza de conceptos referidos a la educomunicación en el aula y el manejo del formato de estilo radiofónico, el podcast, desde la pre-producción hasta su distribución. De esta manera el periodista coordinará un aprendizaje teórico y práctico mediante el manejo de las nuevas tecnologías con un enfoque basado en las Tecnologías de la Relación, Información y Comunicación.

El periodista que guiará esta iniciativa llevará consigo un listado de temáticas a tratar en el podcast que estarán supeditadas a la irrupción de algún hecho de rabiosa actualidad o algún cambio que se genere de mutuo acuerdo en la redacción, que en este caso será el aula. Los estudiantes identificarán un suceso en la temática, el cual, se dialogará y debatirá, bajo un proceso de mediación y observación. A través de la libre expresión, el diálogo y la escucha, el alumnado interaccionará y participará a escala individual y grupal. El estudiantado, a imagen y semejanza de una redacción, procederá al tratamiento de la información para crear un producto de naturaleza periodística que sirva como artefacto cultural para el público dirigido y los mismos receptores. El periodista se asegurará de cumplir con una serie de requisitos formarles y deontológicos para asegurar la buena praxis.

6.1 Estructura y organización

Realizaremos una primera temporada experimental que contará con siete episodios de una periodicidad mensual con una duración promedio de 45 minutos.

Tanto el resultado como el proceso, es fruto de un proceso participativo común, por este motivo, la estructura de los episodios se realizará de manera comunitaria. Ellos mismos conformarán una redacción en la que debatirán qué secciones tendrá el producto que crearán y su contenido. Para el comienzo, se ha establecido un listado de secciones provisional que desglosaremos a continuación:

Secciones:

- 1- Apertura: A través de una noticia de actualidad presentaremos una temática y hablaremos ampliamente sobre ella y su tratamiento mediático.
- 2- Mala Praxis: Citaremos ejemplos de malas praxis de los medios de comunicación, explicaremos porqué son erróneos.
- 3- Corrección: Daremos consejos para revertir estas prácticas incorrectas y los corregiremos para mostrar cómo deberían ser.
- 4- Entrevista: Entrevistaremos a una persona experta en la materia.
- 5- Revisión de cuñas: Crearemos dos publicidades, basadas en cuñas y anuncios ya existentes, con mensajes más saludables que promuevan los objetivos de desarrollo sostenible (ODS).
- 6- Espacio de opinión: Un espacio de opinión de estos y estas jóvenes creado por ellos y ellas mismas.

Cuando comencemos el proyecto y tengamos establecidas las temáticas, haremos un listado de invitados e invitadas con la información necesaria sobre ellos y ellas junto a sus datos de contacto.

Los episodios estarán previamente estructurados a través de una escaleta en la que se incluirán el metraje, los contenidos, los interventores y los recursos sonoros para su producción. Contaremos con un guion literario para establecer

el contenido de las distintas secciones que contendrán preguntas, narraciones, locuciones, etc.

Calendarizaremos los días de grabación del podcast. Además, como nos serviremos de los recursos disponibles en el centro educativo como: su página web, sus redes sociales y su periódico para difundir el material resultante. Incluiremos en el calendario la estrategia de promoción y difusión a través de los canales citados anteriormente.

6.2 Metodología

Durante las horas teóricas y prácticas, se trabajará la temática y los contenidos respondiendo a las seis dimensiones educomunicativas de Ferrés incluidas en el marco teórico. Prestaremos especial atención al estudio sobre las competencias en alfabetización mediática de los aragoneses realizado por los autores Carmen Marta-Lazo y José Antonio Gabelas Barroso. Este estudio afirmó que los aragoneses presentaban datos por debajo de la media en todas las competencias establecidas por Ferrés, especialmente las de lenguaje audiovisual, estética e ideología y valores.

En el producto radiofónico abarcaremos un conocimiento tecnológico conociendo el uso de hardware; como los micrófonos, cableado y tarjeta de sonido, y el software principal para la realización del podcast Zencastr y Audacity. Se realizaría un presupuesto al centro educativo con el listado de recursos en el que se incluirán la licencia de software, tres micrófonos cardioides unipolares, cableado XLR Macho-Hembra y tarjeta de sonido. No sé incluyen los ordenadores porque se utilizarán los del centro educativo.

La elección de estos softwares se remite a que Zencastr es muy indicado para la producción en vivo del podcast. El programa permite añadir varias pistas de audio simultáneamente y lanzar los recursos sonoros en vivo, evitando la fase de postproducción y ahorrando una cantidad significativa de tiempo. Para que los estudiantes puedan trabajar estos formatos en casa y producir sus propias piezas, también enseñaremos a utilizar el software gratuito de Audacity, contribuyendo al acceso democrático por parte de todo el alumnado.

Contenidos teóricos:

Unidad Didáctica	Temática	Contenido	Objetivo
1	Periodismo	<p>Qué es el periodismo</p> <p>Funciones</p> <p>El Periodismo en la Constitución</p> <p>Géneros (Informativo, Interpretativo, Opinión)</p> <p>Características de la noticia</p>	<p>Comprender la labor periodística y su importancia en la sociedad.</p> <p>Diferenciar entre opinión e información y emoción - objetividad</p>
2	Principios Deontológicos	<p>Análisis Código Ético RTVE</p> <p>Análisis conceptos periodísticos: Imparcialidad, Veracidad, Pluralismo...</p>	<p>Aclaración de conceptos clave en el periodismo y el mundo de la información</p> <p>Identificación de buenas prácticas para la búsqueda y difusión de información</p>
3	Búsqueda de Información	<p>Qué son las fuentes de información y tipos de fuentes</p> <p>Selección y tratamiento de fuentes de información</p> <p>Fake News y verificadores de información</p>	<p>Aprender a buscar información veraz y su implementación en el mundo digital para un consumo desde una perspectiva segura y con sentido crítico</p> <p>Adoptar una consciencia sobre la responsabilidad social en el uso de</p>

			<p>información</p> <p>Desarrollo de habilidades comunicativas</p>
4	Seguridad en Red	<p>Riesgos derivados de la navegación en red: Virus, timos, phishing, etc</p> <p>Cookies</p> <p>Algoritmos</p> <p>Ciberseguridad</p> <p>Privacidad y anonimato</p>	<p>Fomentar la navegación segura y ética en internet</p> <p>Conocer el papel del algoritmo en el refuerzo selectivo de informaciones y publicidad</p> <p>Fomentar el autocuidado mediante la privacidad</p>
5	Comunicación Audiovisual	<p>El poder de las representaciones en las imágenes y el poder del montaje audiovisual.</p> <p>Las representaciones y difusión de estereotipos de género, culturales, políticos y religiosos</p>	<p>Análisis crítico del contenido:</p> <p>Interpretación de las narrativas subliminales y conscientes de los productos audiovisuales</p> <p>Conocer como a partir de estas representaciones muchas veces nos influye recreando esa realidad</p>
6	Redes Sociales	<p>Clickbait</p> <p>El fenómeno de los influencers como líderes de opinión</p> <p>Análisis de contenido y forma con especial</p>	<p>Identificar nuestros hábitos de consumo de redes</p> <p>Analizar el roll de los influencers para poder discernir la persuasión de la información</p> <p>Concienciar sobre los riesgos</p>

		hincapié en la estética Posibilidades de reporte de spam, bloqueos y denuncias	de las redes individual y colectivamente
7	Publicidad	El Publireportaje Definir los mecanismos de persuasión más comunes (Sensación de urgencia, exclusividad, pertenencia, emotividad) La publicidad subliminal La propaganda	Identificar el tipo de publicidad que recibimos Fomentar consumidores reflexivos y críticos

Contenidos prácticos:

Nº	Temática	Contenido	Objetivo
1	Géneros Radiofónicos	Informativo, Interpretativo, Opinativo, Ficción	Distinguir las tipologías de géneros informativos y sus propósitos
2	Formatos Radiofónicos	Entrevista, rueda radiofónica, debate, encuesta, tertulia, magacín, etc.	Distinguir las tipologías de formatos radiofónicos Desarrollo de habilidades comunicativas Fomentar la creatividad
3	Recursos Técnicos	Micrófono, Tarjeta de Sonido, Cableado,	Conocer el equipo necesario, su uso y

		Conexiones, Audio,	características Alcanzar un conocimiento óptimo para posteriormente crear un contenido más cualitativo
4	Recursos Sonoros	Voz, silencio, sintonía, cortinilla, golpe, careta, etc.	Mejorar las habilidades comunicativas, conocer otras formas de expresarse Experimentar el potencial de estos recursos Fomentar la creatividad
5	Software	Creación de un archivo, importación, creación de pistas, captura de sonido, tratamiento de audio, exportación, codecs	Conocer el uso técnico del software Alcanzar la capacidad de crear contenido cualitativo Conocer el proceso de realización de un producto informativo

6.3 Trabajo en el aula

Como hemos comentado al principio, trabajaremos con el último curso de Secundaria, en este caso, 4ºA y 4ºB. En el currículo oficial, los dos grupos tienen una hora semanal dedicadas a “tutorías” todos los lunes. Estas clases las utilizaremos para trabajar los contenidos educomunicativos, calculamos cuatro clases mensuales a excepción de festivos establecidos en el calendario educativo. En cada clase tenemos un total de 25 alumnos y alumnas con los

que trabajaremos dividiéndolos en cuatro grupos compuestos por seis y uno con siete personas en cada aula.

El primer mes lectivo comienza la segunda semana de septiembre, en esa semana, la hora de tutoría la empleará el o la tutora correspondiente para introducir el curso académico. Así pues, comenzaremos el proyecto la tercera semana del curso con una introducción sobre el proyecto que llevaremos a cabo durante todo el curso académico.

En la siguiente clase introduciremos la segunda parte de la propuesta, el podcast. Trataremos conocimientos teóricos sobre esta fórmula y sus formatos radiofónicos como la rueda radiofónica, la encuesta, la entrevistas, etc... para conocer con qué posibilidades narrativas podemos experimentar y adoptar.

En octubre comenzaremos oficialmente impartiendo los contenidos teóricos.

La primera tutoría estará dedicada a la labor periodística y sus funciones, abarcaremos los capítulos de la Constitución relacionados con el periodismo y los distintos géneros que lo componen (informativo, interpretativo y opinativo), profundizando en las características de la noticia.

En la segunda clase, nos centraremos en los conocimientos más técnicos sobre la implementación del podcast. Comenzaremos a enseñar el software y conoceremos los recursos técnicos necesarios (tipos de micrófonos, tarjetas de sonido, cableado, tipos de archivos, códecs, etc)

En la tercera hora dedicada al podcast, definiremos la identidad visual y corporativa del producto radiofónico. Idearemos la identidad de nuestro programa: elegiremos el nombre, el logo, y colores emblemáticos, respetando la identidad corporativa del centro escolar.

Posteriormente definiremos, las partes que tendrá el podcast y los roles que tendrán los distintos grupos. Cuando entremos en el estudio de grabación, diferenciaremos tres roles que estarán compuestos por seis personas cada uno. El equipo restante ejercerá de apoyo a estos tres departamentos. En cada

programa, cambiarán los integrantes de los equipos para que todo el alumnado intervenga y experimente las distintas funciones.

- **Equipo Técnico:** Se encargarán del trabajo previo de poner a punto los equipos, realizarán la captura de audio con las distintas pistas en el software según la escaleta, nivelarán el sonido y exportarán la pieza. De este trabajo se encargarán dos personas. Otras dos se encargarán de capturar el *making off* a modo de crónica, otra persona realizará fotos durante la grabación y otra persona creará pequeños clips audiovisuales a través de teléfonos móviles. La crónica nos servirá para crear una entrada sobre el día de grabación en el blog y los contenidos audiovisuales para las redes sociales. El grueso total de la información servirá para recapitular una memoria de cada día de grabación y para el periódico anual del colegio.
- **Equipo de Marketing:** El equipo de marketing elaborará una campaña de difusión y promoción del podcast a partir del material que hayan capturado los compañeros y compañeras del equipo técnico durante la grabación. Este contenido lo editarán, lo calendarizarán y lo promocionarán en las redes sociales y blog coordinándose con el departamento real de comunicación del colegio.
- **Equipo periodístico:** Este equipo realizará la documentación necesaria para la realización del podcast, la escaleta y el guion literario. El alumnado se encargará de conducir y protagonizar el podcast.

Una vez introducida la cuestión, los roles y los conocimientos básicos a partir del mes de noviembre comenzaremos ya en las aulas a elaborar el podcast, organizando las horas programadas de la siguiente manera:

1. **Clases Teóricas:** Las primeras clases serán siempre teóricas sobre periodismo, medios de comunicación y conceptos propios de la una unidad didáctica educomunicativa desglosada anteriormente.

2. Clases de acuerdo a la temática: Se expondrá la temática y la clase comenzará a convertirse en una redacción periodística. Se desglosará de manera conjunta los aspectos más relevantes sobre la temática según las 5w's o los criterios noticiosos. De manera participativa dialogaremos sobre la temática con el foco en el tratamiento mediático. Si quedase tiempo también buscaríamos generar un proceso dialógico sobre la vinculación personal de los estudiantes con la temática.
3. Redacción: En la tercera clase, elegiremos cada grupo qué labor tendrá y qué espacio ocupará en el podcast, comenzando a trabajar y crear su propio contenido respetando el género elegido y seleccionando de manera correcta la información de acuerdo a las fuentes de información. Los estudiantes simularán una redacción a efectos formales y tendrán que comenzar a buscar la información pertinente poniendo de manifiesto el conocimiento adquirido en las clases teóricas. Ellos mismos, con ayuda permanente del periodista-guía, realizarán el tratamiento de la información a través de la confección de contenidos en distintos géneros y formatos, como la noticia, la entrevista, la encuesta.
4. Grabación: La clase estará dedicada íntegramente a la fase de grabación, adecuaremos el aula para convertirla en un estudio de grabación. Los grupos comenzarán a trabajar según los distintos roles elegidos. Llevarán a cabo este proyecto sonoro de manera íntegra, trabajando todos los aspectos necesarios para su elaboración, desde el manejo de los recursos técnicos para su elaboración, la producción y realización a imagen de un podcast real, y la posterior estrategia de difusión y marketing.

Cabe la propuesta de posibilitar la recuperación de horas perdidas por los festivos en la asignatura extraordinaria de este centro, "Proyecto Educativo Montessori".

A continuación, aportamos un listado de posibles temáticas y perspectivas de enfoque para los episodios. La temática puede estirarse hasta un determinado

punto mientras no pierda coherencia o vigencia con el hilo conductor de la temática.

- 1- Noviembre: La Fiesta. Como el pasado mes de octubre fueron las fiestas del Pilar, los centros educativos tienen puente por festivo y los jóvenes aprovechan esta situación y la oferta lúdica de las fiestas el Pilar como una oportunidad para irse de fiesta. Por ello, plantearemos cuestiones relacionadas con esta temática como puede ser: La romantización de la fiesta, el alcohol y las drogas en las series y películas. Podremos plantearnos, por ejemplo, la fiesta como posible escenario de agresiones sexuales, consumo entre jóvenes.
- 2- Diciembre: Consumo. En diciembre, aprovecharemos el inicio de las navidades para dedicar un episodio al consumismo. Incluiremos conocimientos sobre la disciplina publicitaria y posibles aspectos como el materialismo y el consumo responsable.
- 3- Enero: Nuestro otro consumo. Al haber disfrutado de las vacaciones y el tiempo libre que conlleva, hablaremos de nuestro consumo digital y los posibles riesgos de un uso inadecuado.
- 4- Febrero: Con la llegada de San Valentín analizaremos el mito del amor romántico en los medios audiovisual, el principio de nuestra exposición con las películas de Disney, clichés y estereotipos habituales.
- 5- Marzo: Ecologismo y Medioambiente. A raíz de la llegada de la primavera trataremos uno de los temas que están a la orden del día el ecologismo y el medioambiente. Hablaremos de este movimiento y de su antítesis, el negacionismo, altamente visible en redes sociales.
- 6- Abril: Debido a las vacaciones de semana no realizaremos el podcast.

- 7- Mayo: Cultura. Durante este mes se realizan las jornadas culturales en el centro educativo. Por ello trataremos las connotaciones de los conceptos “mainstream” y “alternativo”, la implementación de medidas que fomentan el consumo de cultura en vivo como el Bono Cultural y nos preguntaremos si es mayor su consumo cultural online o presencial. Como posibilidad se podría analizar los programas culturales de la parrilla de la televisión y radio pública, muchas veces desconocidos.
- 8- Junio: “Operación Bikini”. En este episodio hablaremos sobre los cuerpos, sus diferencias y sus cambios, muchos de ellos tabú a raíz del verano y la incidencia en dietas. Mencionaremos los riesgos de dietas desinformadas, los cánones de belleza y la representatividad en productos audiovisuales. Comentaremos posibles riesgos en la salud como los trastornos de conducta alimenticia.

7. CONCLUSIONES

A modo de cierre de este trabajo, en primer lugar, responderemos las conclusiones en base a las hipótesis planteadas al comienzo de la investigación.

Ante la hipótesis que planteaba la relevancia de la AMI en los centros de enseñanza, creemos que sí. como se aborda en el presente trabajo de investigación las competencias AMI reflejan aspectos positivos en distintas modalidades, tanto en el refuerzo y adquisición de habilidades expresivas y comunicativas multimodales como en el acceso, creación e interacción de contenido informativo y educacional bajo un prisma crítico, y el reporte positivo que genera a título personal y colectivo.

En cuanto a cómo mejorar la alfabetización mediática e informacional en el alumnado creemos que esta medida debe implementarse desde la administración y las instituciones educativas principalmente. Los centros y aulas están equipadas digitalmente desde que se promocionó el programa

Escuelas 2.0, ahora queda transformar la impartición de las competencias de alfabetización digital y educación mediática en programas formales. Sin embargo, la propuesta y metodología del podcast refleja la democratización y beneficios de uso además de la existencia de herramientas que ya existen en la actualidad y que pueden incorporar los centros y docentes a sus prácticas habituales. Una práctica que en cuanto a los beneficios personales que genera en materia de prevención de riesgos sería favorable para las familias y los docentes.

El formato del podcast tal y como se propone creemos que puede generar un recurso valioso e informativo para todos los agentes de la comunidad educativa. La apropiación de este formato por parte de los centros educativos incluso podría llegar a generar un producto que además de informativo fuese un artefacto cultural que fomentase la participación y procesos comunitarios desde la propia comunidad educativa.

La decisión de los contenidos y sus formatos protagonizados y destinados por la comunidad educativa ya genera un proceso comunitario y participativo en el que se vuelca la libre expresión. No hay que olvidar que estas prácticas deben de estar coordinadas de un o una periodista que se asegure de que la pieza final constituya un valor periodístico riguroso con un correcto proceso que se adecue a la ética deontológica como por ejemplo el tratamiento de las fuentes de información o la búsqueda de la información. El producto final genera un lazo entre los agentes educativos que permite el reconocimiento entre la comunidad y el sentimiento de pertenencia a esa comunidad.

Una vez tratadas las hipótesis iniciales, procederemos a mencionar otras conclusiones generadas a partir de la investigación.

Como hemos podido observar pese a las indicaciones de las instituciones internacionales, la programación de estos contenidos tiene una naturaleza instrumental de carácter transversal en las asignaturas a veces incluso opcionales. Para ejercer estos programas desde la mira del docente, se debería formar al profesorado puesto que el análisis teórico y práctico revela el desconocimiento sobre la educomunicación y la brecha digital entre el equipo docente.

Es especialmente preocupante la predisposición a la desinformación y la falta de competencias para distinguir y analizar informaciones veraces. La capacidad crítica del estudiantado puede carecer de fundamento si no se instruye en el uso de fuentes de información más todavía con la irrupción de las inteligencias artificiales.

El manejo tecnológico no tiene una funcionalidad real si no se posibilita un uso humanístico y se advierte sobre los posibles impactos individuales y colectivos. Preocupa en la investigación práctica el alto índice de alumnado víctimas o conocedores de personas que hayan sufrido un uso fraudulento o dañino en redes digitales. Los problemas derivados de un mal uso de las herramientas digitales encarnan uno de los mayores retos no únicamente para quien las sufre, en este caso el alumnado, estas problemáticas acarrear tensiones y dificultades en el día a día también para el equipo docente y las familiares. El uso indebido de informaciones y tecnologías digitales es un problema real que adquiere una dimensión colectiva en la que toda la ciudadanía tenemos que ser responsables y críticos en las interacciones virtuales, en especial con las informativas independientemente de su naturaleza escrita, visual, audiovisual o sonora.

La ciudadanía debería utilizar procesos reflexivos, como el análisis, la interpretación y la toma de decisiones, ante los contenidos mediáticos para obtener un conocimiento crítico y empoderante que le permita una participación y desarrollo efectivo de sus derechos a través de las herramientas y habilidades que desarrolla mediante la alfabetización mediática. La propuesta de educomunicativa del podcast posibilita un aprendizaje significativo, teórico y práctico a través de la participación colectiva y comunitaria, que posibilita la educomunicación a través de medios de comunicación del uso de los recursos digitales y mediáticos para fomentar experiencias saludables y prácticas para la vida.

Creemos que la educomunicación tiene un papel aliado en el desarrollo de conductas alineadas con los valores democráticos y el bienestar social por ejemplo mermando la influencia de la desinformación, las manipulaciones o los

mensajes de odio. Una ciudadanía informada tiende a ser más activa, comprometida y participativa en la sociedad.

8. BIBLIOGRAFÍA

Aguaded, I., Marín-Gutiérrez, I., & Díaz-Parejo, E. (2015). La alfabetización mediática entre estudiantes de primaria y secundaria en Andalucía (España). *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 18(2), 275-298. <https://doi.org/10.5944/ried.18.2.13407>

Alcolea, G. (2010). Opinión pública y periodismo. En R. Reig García (Ed.), *La dinámica periodística: perspectiva, contexto, métodos y técnicas* (pp. 263-273). Asociación Universitaria Comunicación y Cultura.

Aparici, R. (s.f.). La reinención de la educomunicación. Universidad Nacional de Educación a Distancia. http://www.uned.es/ntedu/asignatu/1_Roberto2.html

Aparici, R. (Coord.). (2003). *Comunicación educativa en la sociedad de la información*. UNED.

Arab, E., & Díaz, A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0716864015000048#>

Barbas Coslado, Á. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de Educación*, 14, 157-175.

Basterra, M., & Cabrera, L. (2021). Las redes sociales y su influencia en trastornos como la depresión en los jóvenes [Trabajo de fin de grado, Universidad de La Laguna]. Repositorio de la Universidad de La Laguna.

Bauman, Z. (2000). *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica.

Begnini, L. F., Arteaga, Y. A., & Arroyo, C. M. (2022). Educomunicación y recursos didácticos. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*, 7(3), 165-177. <https://bit.ly/3GW33Fg>

Berardi, F. (2022). El medio es el mensaje y redes sociales: Cómo los conceptos de Marshall McLuhan se aplican a las plataformas digitales de intercambio social entre usuarios. *Comunicación y Hombre*, 18, 72-80. <https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2022.18.720.72-80>

Bouza, F. (2004). Las agendas pública y personal en el tema del Prestige. Universidad de Vigo.

Boza Carreño, A., & Toscano Cruz, M. de la O. (2011). Buenas prácticas en integración de las TIC en educación en Andalucía: Dos estudios de caso. En VI Congreso Virtual de AIDIPE. Universidad de Huelva. https://www.uv.es/aidipe/congresos/Ponencia_VIICongresoVirtual_AIDIPE.pdf

Buendía, L., Colás, P., & Hernández, F. (1998). *Métodos de investigación en psicopedagogía*. McGraw-Hill.

Carlsson, U. (2011). Las perspectivas mundial y nórdica. Los jóvenes en la cultura de los medios digitales. *Infoamérica*, 5, 99-112. <http://goo.gl/oj1rmD>

Castells, M. (1996). *La sociedad red: Una visión global*. Alianza Editorial.

Castro Lara, E. (2016). Educomunicación. Los primeros 60 años de una historia polisémica. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuso)*, 1(2), 103-119. Universidad Técnica de Manabí.

Centro de Investigaciones Sociológicas. (2023). *CIS Estudio nº 3421. Estudio sobre audiencias de medios de comunicación social Septiembre-octubre 2023*. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Chartered Institute of Library and Information Professionals. (2018). CILIP definition of information literacy 2018 [en línea]. <https://infolit.org.uk/new-il-definition>

Consell de l'Audiovisual de Catalunya. (2022). CAC y Consejo Comarcal del Garraf inician una prueba piloto de transporte escolar para promover la alfabetización mediática. Recuperado de <https://www.cac.cat/es/actualitat/cac-y-consejo-comarcal-del-garrafinician-una-prueba-piloto-transporte-escolar-promover>

Cucarella, Ll., & Fuster, P. (2022). *Informe sobre alfabetización mediática: contexto actual, legislación, casos de éxito, herramientas y recursos, y percepción y propuestas de especialistas y profesores*. Laboratorio de Periodismo. Fundación Luca de Tena.

Dávila Navarro, E. (2023). Educomunicación, un modelo de prevención contra la violencia infantil y de ejercicio ciudadano [Educommunication, a prevention model against child violence and citizen exercise]. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (153), 133-144.

European Commission. (2023, mayo). Media literacy. Recuperado de <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/media-literacy> [Consultado el 23 de abril de 2024]

Federación de Asociaciones de Periodistas de España. (2022). La necesidad de una asignatura de alfabetización mediática es indiscutible. Recuperado de <https://almeria.fape.es/debates-fape-repsol-la-necesidad-de-una-asignatura-de-alfabetizacion-mediatica-es-indiscutible/> [Consultado el 23 de abril de 2024]

Ferrés, J. (2007). La competencia en comunicación audiovisual: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 29, 100-107. <http://goo.gl/TKYNes>

Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2012). Media competence. Articulated proposal of dimensions and indicators. [La competencia mediática: propuesta articulada

de dimensiones e indicadores]. *Comunicar*, 38, 75-82.
<https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-08>

Flores Torres, J. L. (2020). La sociedad y la comunicación desde la perspectiva de Manuel Castells de sociedad red. *Sintaxis: Revista científica del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada*, (5), 85-102.

Freinet, E. (1975). *Nacimiento de una pedagogía* (P. Vilanova, Trad.). Barcelona: Ediciones Laia.

García-Ruiz, R., Gozávez, R., & Aguaded, V. (2014). La competencia mediática como reto para la educomunicación: Instrumentos de evaluación. *Cuadernos.Info*, 35, 15-27. <https://doi.org/10.7764/cdi.35.623>

Gil, I., & Marzal-Felici, J. (2023). ¿Cómo impulsar la educomunicación y la alfabetización mediática desde el sistema educativo en España? Diagnóstico, problemática y propuestas por los expertos. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 14(2), 207-226. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.24011>

Gutiérrez-Martín, A., & Tyner, K. (2012). Media education, media literacy and digital competence. [Educación para los medios, alfabetización mediática y competencia digital]. *Comunicar*, 38, 31-39. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-03>

Gurpegui, C. (2020, diciembre 21). Carmen Marta y José Antonio Gabelas, educomunicadores: “La tecnología se ha convertido en la segunda piel de los jóvenes”. *Diario de Teruel*. Recuperado de <https://www.diariodeteruel.es/cultura/carmen-marta-y-jose-antonio-gabelas-educomunicadores-la-tecnologia-se-ha-convertido-en-la-segunda-piel-de-los-jovenes>

Hall, J. R. (2017). Bauman líquido. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 62(230), 273-285. Recuperado en 1 de mayo de 2024, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-19182017000200273&lng=es&tlng=es

Herrero Curiel, E., & La Rosa Barrolleta, L. (2023). *Estudio de alfabetización mediática en centros de Educación Secundaria Obligatoria*. Ministerio de Educación y Formación Profesional, Subdirección General de Cooperación Territorial e Innovación Educativa.

Iyengar, S., & Hahn, K. (2009). Red media, blue media: Evidence of ideological selectivity in media use. *Journal of Communication*, 59(1), 19-39. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01402.x>

Junta de Andalucía. (s.f.). *Desenreda: Taller de alfabetización mediática*. Recuperado de <https://colaboraeducacion30.juntadeandalucia.es/educacion/colabora/web/comunica/desenreda.-taller-de-alfabetizacion-mediatica>

Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Ediciones de la Torre.

Lotero-Echeverri, G., Romero-Rodríguez, L. M., & Pérez Rodríguez, M. A. (2020). Análisis de investigaciones iberoamericanas en el campo de la comunicación y la opinión pública. *Revista de Comunicación*, 19, *Correspondencias & Análisis*, 11, ISSN-e 2304-2265, ISSN 2224-235X.

Marta Lazo, C. (2018). El marco teórico de la alfabetización mediática: orígenes, fundamentos y evolución conceptual. En C. Fuente Cobo, M. C. García Galera, & C. R. Camilli Trujillo (Eds.), *La educación mediática en España: artículos seleccionados* (pp. 47-54). Madrid: Universitas.

Marta-Lazo, C., & Gabelas Barroso, J. A. (2013). Investigación sobre el grado de competencia mediática de los ciudadanos aragoneses. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, 22, 1-11.

Marta-Lazo, C. (2023). La alfabetización mediática, vacuna ante la desinformación en la era de las TRIC. *Anuario ThinkEPI*, 17, e17a47. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2023.e17a47>

Marzal Felici, J., & Aguaded, I. (s.f.). *La Educomunicación en España: Un reto urgente para la sociedad digital. La alfabetización mediática sigue siendo una materia pendiente en el sistema educativo español tras casi 50 años de democracia.*

McLuhan, M. (1969). *La Galaxia Gutenberg*. Aguilar.

Mills, C. W. (1978). *La élite del poder* (8a ed.). Fondo de Cultura Económica.

Ministerio de Educación y Formación Profesional. (2022). Real Decreto 95/2022, de 1 de febrero, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas mínimas de la Educación Infantil. *Boletín Oficial del Estado (BOE)*, (28), 14561-14595. <https://www.boe.es/eli/es/rd/2022/02/01/95>

Ministerio de Educación y Formación Profesional. (2022). Real Decreto 157/2022, de 1 de marzo, por el que se establecen la ordenación y las enseñanzas mínimas de la Educación Primaria. *Boletín Oficial del Estado (BOE)*, 52, 3296. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2022/BOE-A-2022-3296-consolidado.pdf>

Ministerio de Educación y Formación Profesional. (2022, 29 de marzo). Real Decreto 217/2022, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas mínimas de la Educación Secundaria Obligatoria. *Boletín Oficial del Estado (BOE)*, (76). <https://www.boe.es/eli/es/rd/2022/03/29/217/con>

Ministerio de Educación y Formación Profesional. (2022, 5 de abril). Real Decreto 243/2022, por el que se establecen la ordenación y las enseñanzas mínimas del Bachillerato. *Boletín Oficial del Estado (BOE)*, (82), 46047-46408. <https://www.boe.es/eli/es/rd/2022/04/05/243>

Morsy, Z. (Coord.). (1984). *La educación en materia de comunicación*. UNESCO.

Newtral. (2023, 20 de septiembre). La gran clave del problema es el tipo de pornografía que consumen los menores de esta generación: es sádico y de

extrema violencia. <https://www.newtral.es/pornografia-consumo-menores/20230920/>

Nigro, P. M. (2009). La educación para los medios. *Educación y Educadores*, 7, 19-32. Recuperado a partir de <https://educacionyeducadores.unisabana.edu.co/index.php/eye/article/view/546>

Noëlle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Paidós.

Organización Mundial de la Salud. (2022, 3 de junio). Por qué la salud mental es una prioridad para la acción sobre el cambio climático. <https://www.who.int/es/news/item/03-06-2022-why-mental-health-is-a-priority-for-action-on-climate-change>

Parlamento Europeo. (2008, 16 de diciembre). El Parlamento Europeo pide más fondos para educación y programas juveniles [Nota de prensa]. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/presse/pr_info/2008/ES/03A-DV-PRESSE_IPR\(2008\)12-16\(44614\)_ES.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/presse/pr_info/2008/ES/03A-DV-PRESSE_IPR(2008)12-16(44614)_ES.pdf)

Revista Perspectivas. (2019). La sistematización de experiencias. Entrevista con Óscar Jara Holliday. *Perspectivas*, 18, 1-18. <https://doi.org/10.15359/rp.18.3>

Ribeiro, V. C. V. (2022). La educomunicación y su aplicación en el contexto audiovisual y digital. *ALCANCE: Revista Cubana de Información y Comunicación*, 11(28), 53-70

Sádaba Chalezquer, C., & Salaverría Aliaga, R. (2023). Combatir la desinformación con alfabetización mediática: análisis de las tendencias en la Unión Europea. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 17-33. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1552>

Salaverría Arriaga, R., Buslón Valdez, N., López Pan, F., León Anguiano, B., López Goñi, I., & Erviti, M. C. (2020). Desinformación en tiempos de

pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19. *El Profesional de la Información*, 29(3), e290315. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>

Tornero, M. (2017). Orígenes de la alfabetización mediática y fundamentación teórica basada en Len Masterman. *Revista de Educación de la Universidad de Granada*, 24, 99-116. Recuperado de [<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6189764>]

Torrent, J., & Aparicio, R. (2009). *Educomunicación: participación ciudadana y creatividad*. Fundación Kine, Cultural y Educativa - Unicef Argentina. <http://www.unr.edu.ar/descargar.php?id=3097>

UNESCO. Consejo Ejecutivo. (2018). *Alfabetización mediática e informacional* (Documento 205 EX/34 REV.). UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265509>

Universidad Internacional de La Rioja [UNIR]. (s.f.). *Alfabetización digital*. UNIR. <https://www.unir.net/educacion/revista/alfabetizacion-digital/>

Velasco, J. M. (2017, 9 de enero). Zygmunt Bauman y la comunicación. *Fábulas de Comunicación*. <https://www.fabulasdecomunicacion.es/2017/01/09/zygmunt-bauman-y-la-comunicacion/>

Veja Martín, A. L. (s.f.). Viernes de podcast: Estudio práctico de alfabetización mediática en el aula [Podcast Fridays: Classroom Media Literacy case study]. Universidad de Valladolid. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9265265>

9. ANEXOS

- [Encuesta](#)

- Entrevista directora dpt. Orientación del centro escolar

1. ¿Qué riesgos psicológicos pueden enfrentar los adolescentes al interactuar con los medios de comunicación e internet?

Los riesgos psicológicos relacionados con los medios de comunicación e internet pueden tener un impacto significativo en el bienestar emocional y mental de los adolescentes. A continuación, se detallan algunos de los efectos más comunes: desarrollar una autoimagen negativa, ansiedad, baja autoestima, aislamiento social, trastornos alimentarios, ciberacoso, adicción a internet y a redes sociales, exposición a contenidos inapropiados, pérdida de privacidad, presión social, estrés, alteraciones de los patrones del sueño, entre otros.

2. ¿Cómo afectan estos riesgos psicológicos a su bienestar emocional y mental?

Los adolescentes, al interactuar con los medios de comunicación e internet, pueden tener un impacto significativo en el bienestar emocional y mental de los adolescentes.

La constante exposición a imágenes idealizadas y estereotipos de belleza puede llevar a los adolescentes a desarrollar una autoimagen negativa. Compararse con estos estándares irreales puede generar en ellos una baja autoestima, insatisfacción corporal e incluso trastornos alimentarios. En este sentido, las redes sociales pueden fomentar una necesidad constante de aprobación y validación a través de "me gusta" y comentarios, lo que puede llevar a la ansiedad y al estrés si no se reciben las respuestas esperadas.

El acoso en línea o ciberacoso es un riesgo considerable. Las víctimas de ciberacoso pueden experimentar ansiedad, depresión y en casos extremos, pensamientos suicidas. La naturaleza continua y a veces anónima del ciberacoso puede intensificar estos efectos.

El uso excesivo de internet y redes sociales puede llevar a una adicción que interfiere con las actividades diarias, el rendimiento académico y las relaciones interpersonales. Esta adicción puede también provocar problemas de salud mental, como ansiedad y depresión.

Los adolescentes pueden estar expuestos a contenidos inapropiados: violentos, sexuales o de odio que pueden ser perturbadores y afectar negativamente su desarrollo emocional y moral. Además, la facilidad de acceso a información falsa o engañosa puede confundir a los adolescentes y llevarlos a tomar decisiones basadas en datos incorrectos. Esto también puede alimentar miedos irracionales y ansiedades.

La falta de conciencia sobre la privacidad en línea puede exponer a los adolescentes a riesgos de seguridad, como el robo de identidad, explotación y contacto con individuos malintencionados.

Por todo ello estos riesgos pueden afectar negativamente la salud mental y emocional de los adolescentes, destacando la importancia de promover un uso saludable de internet y brindar apoyo emocional adecuado. Es crucial que los padres, educadores y profesionales de la salud mental trabajen juntos para enseñar a los adolescentes habilidades críticas para el manejo de los medios de comunicación e internet, promoviendo un uso saludable y consciente de estas plataformas.

3. ¿La sobre estimulación de los alumnos a través de internet puede acarrear inconvenientes en su desempeño académico?

Sí, la sobre estimulación de los alumnos a través de internet puede afectar negativamente su desempeño académico. La constante exposición a contenidos digitales puede provocar distracción y dificultar la concentración en las tareas escolares. Además, el tiempo excesivo en línea puede reducir el tiempo dedicado al estudio y a las actividades académicas. También puede afectar la calidad del sueño, lo cual influye en la atención y el rendimiento en clase. Finalmente, la sobrecarga de información puede dificultar la capacidad de los estudiantes para procesar y retener información relevante; entre otros.

4. ¿Son frecuentes las visitas de adolescentes con problemas derivados de internet o que tengan relación con los medios de comunicación (relata tu experiencia en el centro)?

Sí, es frecuente que los adolescentes visiten nuestro despacho debido a problemas relacionados con internet y los medios de comunicación. Estos problemas incluyen y reflejan ciberacoso, dependencia a internet y redes sociales, baja autoestima, ansiedad, depresión y alteraciones del sueño. Además, los adolescentes se ven afectados por la presión de proyectar una imagen perfecta en línea, la comparación social y la exposición constante a contenidos idealizados. Desde el departamento de orientación trabajamos para promover el bienestar emocional del alumnado adolescente.

5. ¿Qué señales de advertencia pueden observar familiares y docentes para detectar algunos de estos problemas relacionados con los medios de comunicación e internet?

Familiares y docentes pueden observar señales de advertencia como cambios en el estado de ánimo, irritabilidad, aislamiento social, disminución del rendimiento académico, y alteraciones en los patrones de sueño. También pueden notar una dependencia excesiva de dispositivos electrónicos, pérdida de interés en actividades habituales, y comportamientos ansiosos, con agresividad o depresivos. Si un adolescente muestra una preocupación excesiva por su imagen en línea o reacciona negativamente a la falta de "me gusta" o comentarios en redes sociales, estos pueden ser indicios también de problemas relacionados con los medios de comunicación e internet.

6. ¿El profesorado está preparado para lidiar con estas problemáticas en las aulas?

El profesorado se enfrenta a un desafío importante al abordar problemáticas relacionadas con las adicciones a internet entre los adolescentes en las aulas. En esa labor los docentes cuentan con el apoyo y el asesoramiento de los equipos de orientación educativa de los que disponen los centros educativos. En este sentido, es importante señalar la importancia de que los docentes den acompañamiento emocional al alumnado para detectar y abordar problemáticas relacionadas con adicciones a internet en las aulas. Al brindar un ambiente de apoyo emocional, los profesores pueden establecer relaciones de confianza con los estudiantes, lo que facilita la detección temprana de posibles

problemas. Para ofrecer este apoyo de manera lo más efectiva posible, es crucial que el profesorado reciba formación constante dirigida a la prevención y detección temprana de adicciones a internet y otras problemáticas relacionadas con la salud mental. Gracias a lo cual se dota al profesorado de las herramientas necesarias para identificar signos de alerta, ofrecer orientación adecuada y conectar a los estudiantes con los recursos necesarios para recibir ayuda profesional si es necesario. Por tanto, la combinación de acompañamiento emocional y formación del personal educativo puede contribuir significativamente a promover el bienestar integral de los estudiantes y a crear entornos educativos más seguros y saludables.

7. ¿Qué estrategias pueden implementar los adolescentes para gestionar de manera saludable su interacción con los medios de comunicación e internet?

Los adolescentes pueden implementar varias estrategias para gestionar de manera saludable su interacción con los medios de comunicación e internet. Estas incluyen establecer límites de tiempo para el uso de dispositivos electrónicos, practicar el autocuidado desconectándose de vez en cuando, cultivar intereses y actividades tales como deportes, arte o lectura, y ser selectivos con el contenido que consumen en línea, priorizando aquel que sea educativo, positivo y que promueva un sentido de comunidad y bienestar. Además, es importante que desarrollen habilidades de pensamiento crítico para evaluar la información que encuentran en internet y puedan discernir entre lo verdadero y lo falso. Establecer una comunicación abierta con padres y educadores también puede ser útil para recibir orientación y apoyo en el manejo saludable de su vida digital.

8. ¿Crees que los centros educativos deberían proporcionar una formación a docentes y familiares para minimizar los riesgos de los medios de comunicación e internet en los estudiantes?

Sí, considero fundamental que los centros educativos proporcionen formación tanto a docentes como a familiares para minimizar los riesgos de los medios de comunicación e internet en los estudiantes. Esta formación puede incluir información sobre los peligros específicos en línea, estrategias para promover

un uso saludable de la tecnología, cómo detectar señales de advertencia de problemas relacionados con internet, y cómo ofrecer apoyo emocional y orientación adecuada a los estudiantes. Al capacitar a docentes y familiares, se fortalece su capacidad para proteger y guiar a los estudiantes en el entorno digital, promoviendo así su bienestar emocional y su seguridad en línea.

- Entrevista Director técnico y docente, Jaime Cisneros

1. ¿Utilizan todas las etapas educativas las TIC en las aulas?

Sí, en mayor o menor medida todas las etapas utilizan las TIC. En nuestro centro vemos las TIC como una herramienta complementaria a la práctica docente. No centramos la enseñanza en su utilización ya que seguimos trabajando con libros físicos y cuadernos, pero en situaciones puntuales sí que se utilizan: puesta en práctica de conocimientos, juegos, retos, concursos...

¿Existe la brecha digital entre los docentes?

Sí, a pesar de las múltiples formaciones que todos los claustros han realizado en TICs seguimos teniendo una brecha digital importante entre los profesores más veteranos, menos acostumbrados a las nuevas tecnologías, y los más jóvenes.

¿Crees que en algún caso el nivel de dominio tecnológico de los alumnos es mayor que el de los docentes?

Sí, especialmente cuando se trabaja en el aula con dispositivos móviles.

4. ¿Cómo valorarías el proceso de adaptación a la docencia virtual por parte de los profesores durante la pandemia?

Fue un proceso de adaptación forzoso y acelerado por las circunstancias. La mayor parte de profesores aprendió a hacer videollamadas y a utilizar herramientas como Moodle o Classroom donde se pueden subir recursos y corregir trabajos prácticos. Conseguimos salir adelante y salvar la situación, no

obstante, el hecho de no poder hacer exámenes o pruebas objetivas con las garantías mínimas fue un hándicap importante.

5. ¿Crees que los medios de comunicación e internet tienen un impacto significativo en el desempeño educativo de los alumnos? ¿Qué efectos destacarías?

Los medios de comunicación tradicionales apenas tienen ya influencia frente a internet. Las diferentes herramientas disponibles en la red sí que han tenido un impacto significativo. Por un lado, hacen que los alumnos tengan un rendimiento mayor y sean capaces de realizar trabajos o prácticas con mayor rapidez o calidad. Ejemplos de ello son plataformas como Wikipedia o las más recientes soluciones de Inteligencia Artificial.

Por otro lado, hemos detectado que los alumnos, mediante el uso masivo de estas herramientas, han perdido capacidad memorística y de concentración. Están acostumbrados a conseguir resultados inmediatos y cuando, no los obtienen, experimentan cierta frustración.

6. ¿Cómo incorporas el uso de diferentes medios de comunicación, como libros, internet, películas o televisión, en tus lecciones?

En mis clases de matemáticas aplicadas a las ciencias sociales, usamos medios de comunicación como periódicos online para ver noticias reales relacionadas con la materia que estamos estudiando. Además, el uso de Internet es una constante para utilizar herramientas de representación gráfica y estudio de funciones como Geogebra o para subir recursos e interactuar con los alumnos (Google Classroom).

7. ¿Utilizas estos soportes a través de alguna práctica que no sea unidireccional, que fomente el diálogo en común?

En el colegio tenemos dos plataformas, Clickedu y Classroom, que permiten el diálogo y la interacción entre alumno y profesor. Además, Classroom permite hacer preguntas abiertas, como un foro, en la que pueden participar todos los alumnos y el profesor.

8. En tu experiencia, ¿cómo pueden los docentes y los padres trabajar juntos para maximizar los beneficios y minimizar los riesgos asociados con el uso de Internet y los medios de comunicación en los estudiantes?

Yendo en la misma dirección y transmitiendo el mismo mensaje a los alumnos. Internet y los medios de comunicación son herramientas poderosas, pero pueden ser perjudiciales si se les da un mal uso. Tanto profesorado como familias debemos trabajar de la mano aportando información y buenas prácticas y advirtiendo de todos los riesgos que existen.

9. ¿Qué medios crees que necesitarías?

Principalmente charlas de concienciación y coordinación donde poner en común las inquietudes de familias y profesorado. Una vez acordadas las pautas de actuación las herramientas de comunicación bidireccional que ya tenemos (plataforma educativa, correo electrónico) pueden resultar suficientes para mantener una comunicación fluida entre padres y docentes.

10. ¿Has escuchado hablar del término “educomunicación”?

No, no lo he escuchado nunca.