



IV. Alfabetización mediática y formación de profesores

Competencias (trans)media: Una revisión actualizada

(Trans)media competencies: An updated review
of dimensions and indicators

Arantxa Vizcaíno-Verdú

Universidad de Huelva, España
arantxa.vizcaino@dedu.uhu.es

Paloma Contreras-Pulido

UNIR, España
paloma.contreras@unir.net

María-Dolores Guzmán-Franco

Universidad de Huelva, España
maria.guzman@dedu.uhu.es

Resumen

La amplitud de estudios sobre competencia mediática, digital y transmedia han generado extensos desacuerdos a nivel internacional. Ante la carencia de un consenso sobre dimensiones e indicadores en la actualidad, el presente trabajo trata de plantear un compendio actualizado de competencias (trans)media desde una perspectiva experta. Para ello, se desarrolló una revisión sistemática en Web of Science y Scopus, y se aplicó el método Delphi en dos fases con el que se mapearon las percepciones de siete expertos en la materia. Los resultados ofrecen un itinerario actualizado de ocho dimensiones y 43 indicadores relativos a la estética, participación e interacción, lenguajes, tecnología, riesgos y gestión individual, performatividad, simulación y juegos, creación, apropiación y difusión de contenidos, y actitud crítica, ideología y ciudadanía.

Abstract

The breadth of studies on media, digital and transmedia competence have generated extensive disagreements at the international level. Given the lack of a consensus on dimensions and indicators at present, this paper attempts to propose an updated compendium of (trans)media competencies from an expert perspective. To this end, a systematic review was carried out in Web of Science and Scopus, and the Delphi method was applied in two phases to map the perceptions of seven experts in the field. The results offer an up-to-date itinerary of eight dimensions and 43 indicators related to aesthetics, participation and interaction, languages, technology, risk and individual management, performance, simulation and games, creation, appropriation and dissemination of content, and critical attitude, ideology and citizenship.

Palabras clave / Keywords

Competencia mediática; competencia transmedia; nuevas competencias mediáticas; competencia digital; ciberciudadanía; alfabetización mediática.

media competence; transmedia competence; new media competences; digital competence; digital citizenship; media literacy.

1. Introducción

El impacto tecnológico sobre la vida de las personas ha impulsado numerosos estudios sobre sus implicaciones, oportunidades y efectos a lo largo de los años. Desde la invención de la rueda hasta la construcción de herramientas de caza, la constitución de comunidades, y la manifestación de creencias, la innovación ha formado parte intrínseca del «homo sapiens» (Harari, 2018; Pérez-Rodríguez, 2020). Este ímpetu evolutivo ha trascendido, como es evidente, hacia la educación, donde los mecanismos, estrategias, recursos y propuestas didácticas han tratado de mejorar su «modus operandi» para con los estudiantes (Dennis & Harrison, 2020). En consonancia, los avances tecnológicos-digitales han supuesto un elemento vertebrador para el desarrollo de competencias humanas, introduciendo debates constantes sobre la construcción educativa de una actitud y aptitud crítica hacia las tecnologías de la información y la comunicación (García-Matilla, 2022).

El análisis de conceptos sobre alfabetización (trans)media resultan esenciales para la actual sociedad hiperdigitalizada, más allá de la mera instrumentalización del proceso de aprendizaje a través de la tecnología (Osuna-Acedo et al., 2018). Desde la ciencia se ha deliberado sobre terminologías como la «alfabetización informática», «alfabetización en TIC», «alfabetización en Internet», «alfabetización tecnológica», «alfabetización electrónica», «nuevas alfabetizaciones mediáticas», «multialfabetización», entre muchas otras (Martínez-Bravo et al., 2020). Todas ellas, y como apunta la UNESCO (Grizzle et al., 2021) en su propuesta gubernamental sobre alfabetización mediática e informacional, relativa a la lectoescritura crítica y consciente de los medios tradicionales y digitales, eluden una era de colapso entre producción y consumo de contenidos digitales en la que los ciberciudadanos no se limitan al aprendizaje o uso «correcto» de los medios y plataformas. El usuario se halla ante motores de búsquedas, sistemas de recomendación algorítmica, participación en grupos de Facebook, retos musicales de TikTok, y transmisiones en directo en YouTube y en Twitch (Xiao et al., 2021).

Hoy, señala Boyd (2018), los usuarios se encuentran ante adicciones, ciberacoso, influencers o fake news dirigidas por el contenido generado por otras personas, inteligencias artificiales y algoritmos (Okkonen & Kotilainen, 2019; Aguaded & Vizcaíno-Verdú, 2020) que ponen de manifiesto la urgente necesidad de reflexionar sobre las competencias relativas a los medios tradicionales y digitales en su sentido más pragmático. Es por esta razón por la que el presente estudio trata de actualizar y presentar una propuesta inicial consensuada de dimensiones e indicadores de la competencia mediática, las nuevas competencias mediáticas, las competencias digitales y transmedia a través de la perspectiva de expertos en alfabetización mediática que aborden las vicisitudes de los nuevos retos digitales en la era post-COVID.

2. Metodología

Con la finalidad de establecer un marco competencial, se desarrolló, en primera instancia, una revisión sistemática. En esta fase se identificaron dimensiones e indicadores relaciona-

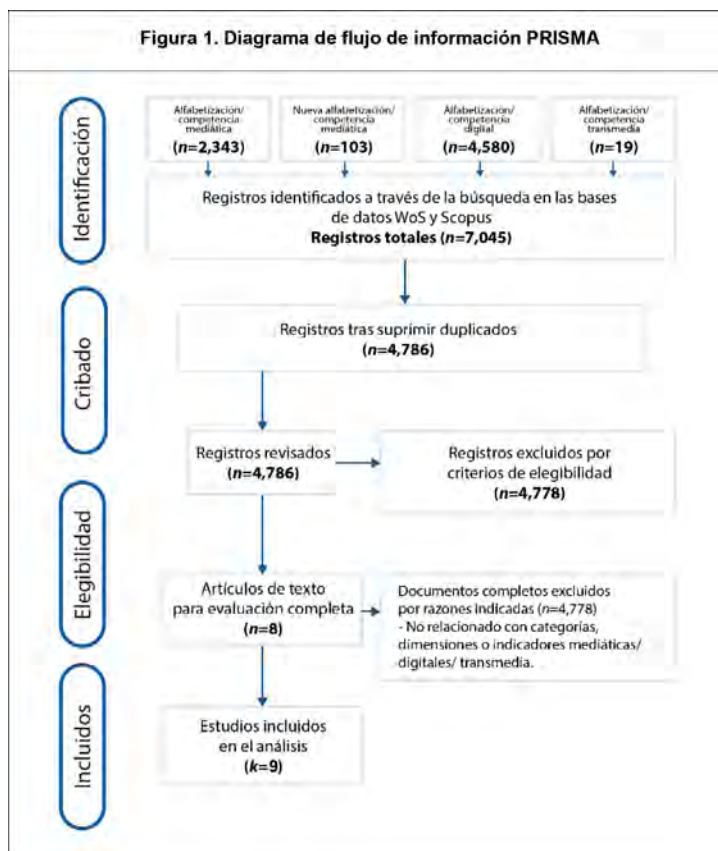
dos con las diferentes propuestas en materia mediática, digital y transmediática. El período de análisis fue delimitado entre 1974 y 2021, con la finalidad de localizar trabajos que definieran y categorizaran las competencias en las últimas décadas.

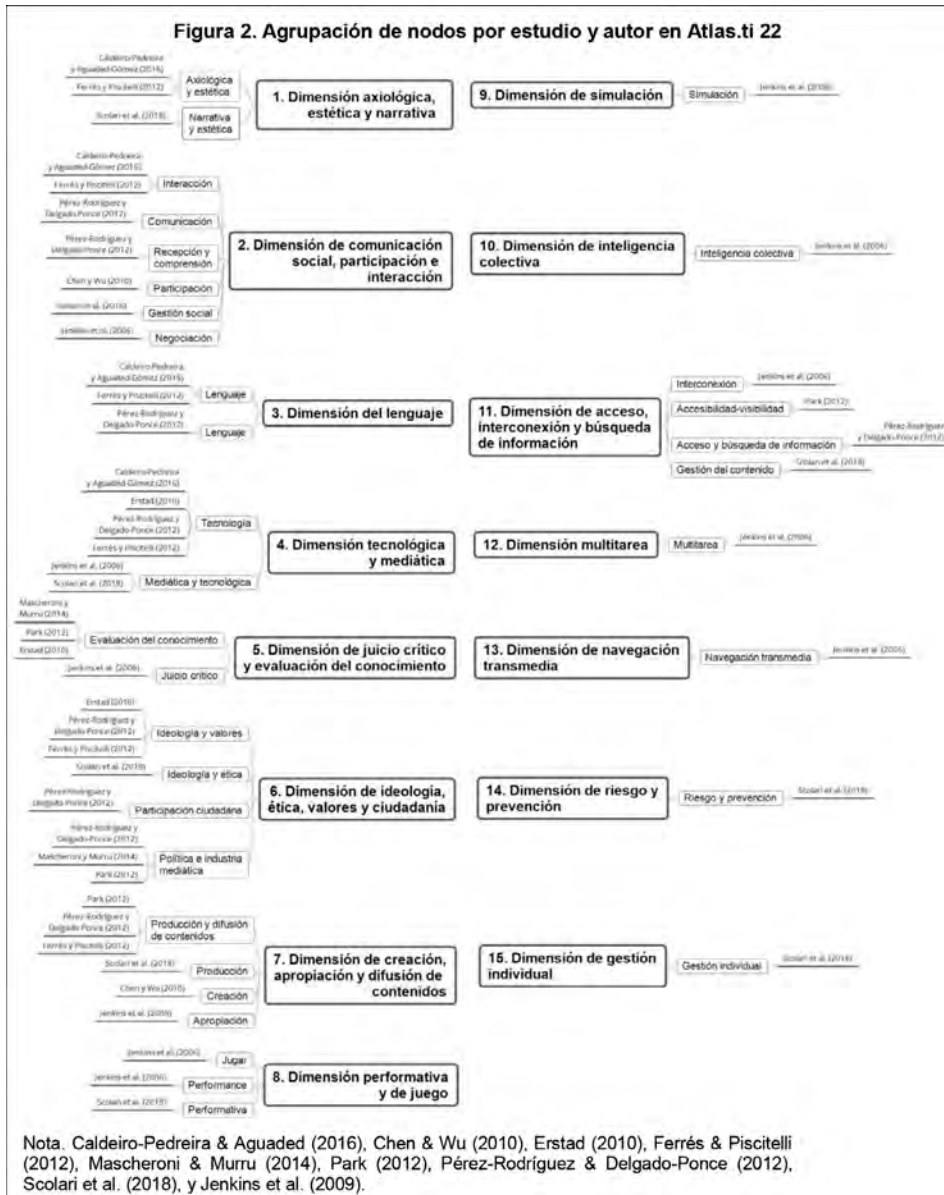
Las bases de datos de las que se recopilaban los documentos fueron Web of Science (WoS) y Scopus, siendo dos plataformas de amplio reconocimiento de documentación internacional (Marín-García et al., 2018). Seguidamente, se ajustaron los criterios de búsqueda para la recolección de datos (Tabla 1).

Tabla 1. Criterios de búsqueda			
Criterios en WoS		Criterios en Scopus	
Decodificadores lógicos seleccionados y ordenados por fecha de publicación	"media literac*" / "media competenc**"	Decodificadores lógicos seleccionados y ordenados por fecha de publicación	"media literac*" / "media competenc**"
	"new media literac*" / "new media competenc**"		"new media literac*" / "new media competenc**"
	"transmedia literac*" / "transmedia competenc**"		"transmedia literac*" / "transmedia competenc**"
	"digital literac*" / "digital competenc**"		"digital literac*" / "digital competenc**"
Búsqueda filtrada: 1) Título; 2) Idioma: español e inglés; 5) Período de 1974 a 2021.		Búsqueda filtrada: 1) Título; 2) Idioma: español e inglés; 5) Período de 1974 a 2021.	

Los criterios de elegibilidad designados hacen referencia a términos divergentes en materia de competencia mediático-digital-transmedia, así como a la categorización explícita de sus dimensiones y/o indicadores. Estos datos, por consiguiente, fueron procesados siguiendo el diagrama de flujo PRISMA (Page et al., 2021), cuyo corpus final (nueve documentos) fueron analizados y codificados cualitativamente en Atlas.ti 22.

Tras la lectura, se establecieron los nodos que reestructuraron las dimensiones mediante: 1) Agrupación de dimensiones a indicadores análogos o similares; 2) y agrupación de dimensiones por autor. La primera articulación (Figura 2) se compuso de 15 dimensiones: a) axiológica, estética y narrativa; b) comunicación social, participación e interacción; c) lenguajes; d) tecnología y medios; e) juicio crítico y evaluación de conocimiento; f) ideología, ética, valores y ciudadanía; g) creación, adaptación y





difusión de contenidos; h) performativa y juegos; i) simulación; j) inteligencia colectiva; k) acceso, interconexión y búsqueda de información; l) multitarea; m) exploración transmedia; n) riesgos y prevención; o) gestión individual.

2.1. Método Delphi y expertos en alfabetización mediática

Tras definir el corpus inicial, se aplicó el método Delphi con el objeto de obtener una valoración experta por medio de un juicio colectivo, resultado de la agregación progresiva

de observaciones individuales (Cruz-Ramírez & Martínez-Cepena, 2012). Su desarrollo se extendió en dos fases consecutivas mediante cuestionarios adaptados a las dimensiones e indicadores del corpus (Figura 2).

Los siete expertos de Europa y Sudamérica que participaron finalmente en ambas rondas de forma anónima (todos ellos autores de los documentos del corpus inicial) respondieron a: 1) ¿Qué importancia tiene la puesta en común de competencias mediáticas, digitales y transmedia entre expertos?; 2) ¿Está de acuerdo con la delimitación de las bases de datos Web of Science y Scopus para la consulta de los documentos relacionados?; 3) ¿Considera adecuada la delimitación de una revisión sistemática en el período comprendido entre 1974 y 2021?;

4) ¿Considera la muestra resultante de la revisión sistemática representativa?; 5) Según la imagen, evalúe cada ítem (dimensión e indicadores). Añada observaciones al final si es necesario; 6) Evaluación de satisfacción final del corpus de competencias (trans)media en un rango de 0 a 5.

Figura 3. Rondas de redefinición de dimensiones e indicadores tras criterio de expertos mediante método Delphi¹



3. Resultados

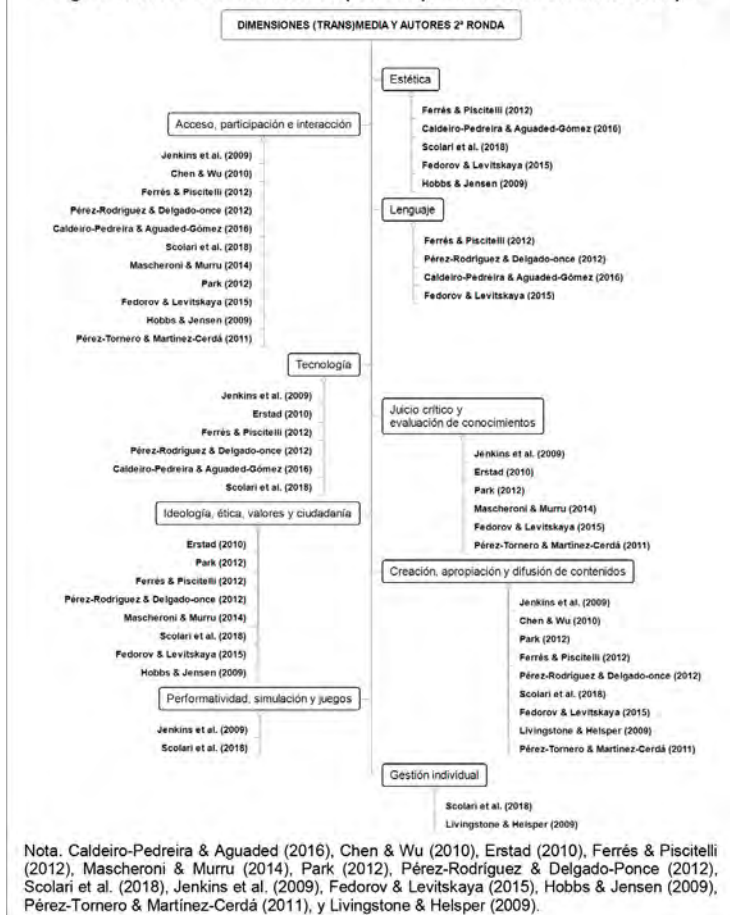
3.1. Revisión de competencias (trans)media: Primera ronda

En la primera fase del método Delphi se registró un 85,7% de satisfacción respecto a la necesidad de delimitar un corpus consensuado en competencias (trans)media. En cuanto a la valoración de las bases de datos (WoS y Scopus), se estimó con un 42,9% la búsqueda de documentación en sendas plataformas. Con el mismo grado de satisfacción, los expertos acordaron la pertinencia de los nueve documentos analizados cualitativamente para la consecución del corpus inicial. Algunos de ellos sugirieron la incorporación de trabajos adicionales (Fedorov & Levitskaya, 2015; Hobbs & Jensen, 2009; Pérez-Tornero & Martínez-Cerdá, 2011; Livingstone & Helsper, 2009). En este orden, la primera ronda presentó un alto grado de confiabilidad de los ítems ($\alpha=.922$), cuyas observaciones definieron la reestructuración del corpus. Especialmente se hicieron ajustes en materia de orden, simplificación y unificación de dimensiones e indicadores. El siguiente corpus estuvo compuesto, por consiguiente, de nueve dimensiones y 72 indicadores (Figura 4).

3.2. Revisión de competencias (trans)media: Segunda ronda

El segundo corpus de competencias (trans)media fue adaptado, nuevamente, al modelo de evaluación mediante cuestionario previo, a fin de obtener observaciones y grados de satisfacción con la reorganización de las dimensiones e indicadores. Las nueve dimensiones y 72 indicadores requirieron, por su parte, de nuevas síntesis y fusiones, haciendo en esta fase fundamental hincapié en los conceptos terminológicos, o la definición detallada de los indicadores. El grado de satisfacción obtenido en ambas etapas se tradujo en un acuerdo consensuado elevado (Figura 5).

Figura 4. Reestructuración del corpus tras primera ronda del método Delphi



3.3. Corpus de competencias (trans)media

El corpus final (Figura 6) estuvo articulado por ocho dimensiones y 43 indicadores, tomando como referencia los documentos analizados y las observaciones de los expertos en alfabetización mediática.

3.3.1. Dimensión estética

La estética introduce la lectura, identificación, reinterpretación y análisis de contenidos y géneros mediáticos tradicionales y digitales emergentes desde el punto de vista del estilo, la innovación y la temática creativa. Es decir, la percepción formal de los contenidos, tendencias, movimientos, modelos, referencias intertextuales, cánones, normativas, (net)jquetas, entre otros.

3.3.2. Dimensión de participación e interacción

Esta dimensión implica la relación entre sujeto y objeto (usuario/ espectador/ lector/ oyente y mensaje). Especialmente reseñables son la colaboración, coordinación, cooperación y liderazgo de grupos y comunidades sociales, la gestión del entretenimiento como oportunidad de aprendizaje (inteligencia colectiva), el respeto de las perspectivas y regulaciones sociales en línea, o el seguimiento de flujos narrativos («stories»).

3.3.3. Dimensión de lenguajes

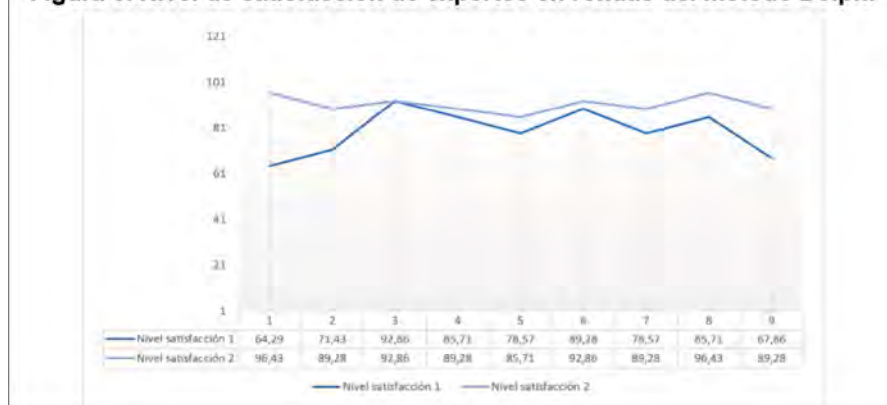
En este caso se aplica el análisis, lectura, creación y flujos de códigos compartidos a través de medios y plataformas digitales. Comprende la codificación y descodificación de textos, imágenes, vídeos, hipervínculos, memes, sistemas de recomendación algorítmica, etc. para leer, comprender y expresarse a través de estos medios. También abarca la lectura e identificación de universos narrativos, géneros y formas de (in)visibilización digital.

3.3.4. Dimensión tecnológica

La tecnología abarca el papel de los dispositivos, las herramientas y las plataformas, así como su impacto en la sociedad. Se trata del conocimiento, gestión y desarrollo adecuado en entornos hipermedia,

transmedia y multimedia. También facilita la identificación de las diferencias y similitudes, así como la capacidad de modificar y manipular las estructuras de los medios de comunicación, las redes sociales, los videojuegos, las aplicaciones, software y hardware.

Figura 5. Nivel de satisfacción de expertos en rondas del método Delphi



3.3.5. Dimensión de la actitud crítica, la ideología y la ciudadanía

Esta dimensión se relaciona con la evaluación y actuación ante los medios tradicionales y emergentes. Se basa en la fiabilidad, credibilidad y efectos de los mensajes, así como en la producción y contribución informativa. También introduce la autoevaluación de la dieta de los medios y plataformas, la expresión de valores a través de estos canales, y la capacidad para detectar y respetar los valores individuales y colectivos, las leyes y la ética socio-cultural en red.

3.3.6. Dimensión de la creación, apropiación y difusión de contenidos

La creación, apropiación y difusión de contenidos revela los entresijos de la producción, reproducción y creación de películas, podcasts, memes, vídeos, documentos multimedia, blogs, wikis, gráficos, fotografías, videojuegos, software, hardware, etc. El fin es comprender e identificar las diferencias entre los distintos elementos tecnológico-digitales, gestionar la autoría individual y colectiva, y reutilizar, apropiarse y compartir contenidos aportando nuevos significados (transmedia) o imitándolos (mimesis).

3.3.7. Dimensión de rendimiento, simulación y juego

La actuación, simulación y juego implican el uso de medios y plataformas digitales para resolver problemas reales. Incluye la adopción de identidades alternativas para descubrir nuevas líneas de interacción en línea, jugar a videojuegos con todas sus reglas (y desafiarlas), así como interpretar y construir patrones dinámicos de realidad en entornos digitales.



3.3.8. Dimensión de riesgos y gestión individual

Por último, la dimensión de riesgos y gestión individual introduce la identificación y descripción de la seguridad y la privacidad en los medios y entornos digitales. También contempla la conciencia relacionada con las adicciones que genera este entorno tecnológico-digital, los riesgos que conlleva el uso de estos dispositivos en materia legal y conflictiva («grooming» parasocial, ciberacoso, robo de identidad, etc.), los modelos de expresión y representación de la identidad individuo-colectiva, las medidas de gestión de la información atendiendo a los conocimientos, recursos, tiempo, sentimientos y emociones.

4. Conclusión

En un contexto de plena globalización y participación digital, y ante la inherente necesidad por comunicar, conectar e interactuar, se introduce una propuesta inicial, cambiante y orgánica de competencias (trans)media bajo el consenso experto. Dos fases que invitan a la redefinición de los modelos y entendimientos sobre la alfabetización mediática y sus competencias a nivel internacional. O, expresado de otro modo, una articulación de dimensiones e indicadores que pone de relieve el evidente cambio socio-comunicativo impulsado por

Internet, y especialmente por las redes sociales, en las que se rompe, más que nunca, con el espacio-tiempo de la sociedad. Se introduce, pues, un corpus que despierta nuevas vías para la comprensión de los fenómenos, (auto)representaciones, oportunidades y preocupaciones de la Red, en las que se desarrollan constantes ciclos informativos y participativos.

Notas

¹ La operacionalización de variables se estructuró por: 1) Ítem (dimensión); 2) Claridad terminológica de reagrupación de la dimensión; 3) Claridad terminológica de la categorización de la dimensión por autor; 4) Claridad en la categorización de los indicadores por autor; 5) Adecuación de la propuesta de reagrupación de dimensiones e indicadores.

Referencias

- Aguaded, I., & Vizcaíno-Verdú, A. (2020). Del Big Data a la alfabetización algorítmica. In M. Reyes-Tejedor, D. Cobos-Sanchiz, & E. López-Meneses (Eds.), *Innovación pedagógica universitaria: Reflexiones y estrategias* (pp. 53-66). <https://bit.ly/3MRDfdy>
- Boyd, D. (2018, March 9). You think you want media literacy... Do you? Points. *Data & Society*. <https://bit.ly/2FJxOjv>
- Caldeiro-Pedreira, M.C., & Aguaded, I. (2016). 'I'm learning do not disturb me'. Media competence as a critical expression of natives and digital immigrants. *Redes*, 12, 27-45. <https://bit.ly/2wi6aFw>
- Chen, D.T., & Wu, J. (2010). Deconstructing new media: From computer literacy to new media literacy. *IMSCI 10: 4TH International Multi-Conference on Society, Cybernetics and Informatics*, 1, 213-217. <https://bit.ly/2EjH5fb>
- Cruz-Ramírez, M., & Martínez-Cepena, M.C. (2012). Refining a tool for the selection of experts in educational research. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 14(2), 167-179. <https://bit.ly/2BWd3fB>
- Dennis, M., & Harrison, T. (2020). Unique ethical challenges for the 21st century: Online technology and virtual education. *Journal of Moral Education*. <https://doi.org/10.1080/03057240.2020.1781071>
- Erstad, O. (2010). Educating the digital generation. Exploring media literacy for the 21st Century. *Nordic Journal of Digital Literacy*, 5(1), 56-72. <https://bit.ly/2SBJCz>
- Fedorov, A., & Levitskaya, A. (2015). The framework of media education and media criticism in the contemporary world: The opinion of international experts. [Situación de la educación en medios y la competencia crítica en el mundo actual: Opinión de expertos internacionales]. *Comunicar*, 45, 107-116. <https://doi.org/10.3916/C45-2015-11>
- 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>
- García-Matilla, A. (2022). Pantallas y dispositivos móviles. Una necesaria educación para la comunicación de la infancia. *Icono14*, 20(1), 1-13. <https://doi.org/10.7195/ri14.v20i1.1807>
- Grizzle, A., Wilson, C., & Gordon, D. (2021). *Media and information literacy curriculum for educators and learners*. UNESCO.
- Harari, Y.N. (2018). *21 lecciones para el siglo XXI*. Debate.
- Hobbs, R., & Jensen, A. (2009). The past, present, and future of media literacy education. *Journal of Media Literacy Education*, 1(1), 1-11. <http://bit.ly/2QfNL22>
- Jenkins, H., Clinton, K., Purushotma, R., Robison, A.J., & Weigel, M. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st Century*. MacArthur. <https://doi.org/10.7551/mitpress/8435.001.0001>
- Livingstone, S., & Helsper, E. (2009). Balancing opportunities and risks in teenagers' use of the internet: The role of online skills and internet self-efficacy. *New Media & Society*, 12(2), 309-329. <https://doi.org/10.1177/1461444809342697>
- Marín-García, J.A., Alfalla-Luque, R., & Machuca, J.A. (2018). A triple-a-supply chain measurement model: Validation and analysis. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 48(10), 28-48. <https://doi.org/10.1108/IJPDLM-06-2018-0233>

-
- Martínez-Bravo, M.C., Sádaba-Chalezquer, C., & Serrano-Puche, J. (2020). Fifty years of digital literacy studies: A meta-research for interdisciplinary and conceptual convergence. *Profesional de la Información*, 29(4), 1-15. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.28>
- Mascheroni, G., & Murru, M.F. (2014). Digital literacies and civic literacies: Theoretical issues, research questions and methodological approaches. *Hrcak*, 20(2), 31-51. <https://bit.ly/2Ncljvd>
- Okkonen, J., & Kotilainen, S. (2019). Minors and artificial intelligence – Implications to media literacy. *Advances in Intelligent Systems and Computing*, 918, 881-890. https://doi.org/10.1007/978-3-030-11890-7_82
- Osuna-Acedo, S., Frau-Meigs, D., & Marta-Lazo, C. (2018). Educación mediática y formación del profesorado. Educomunicación más allá de la alfabetización digital. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 91(32), 29-42. <https://bit.ly/2AKQHxd>
- Page, M.J., McKenzie, J.E., Bossuyt, P., Boutron, I., Hoffmann, T.C., Mulrow, C.D., Shamseer, L., Tetzlaff, J.M., Akl, E.A., Brennan, S.E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J.M., Hróbjartsson, A., Lalu, M.M., Li, T., Loder, E.W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., McGuinness, L.A. ... (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *Research Methods & Reporting*, 372(71), 1-9. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Park, S. (2012). Dimensions of digital media literacy and the relationship with social exclusion. *Media International Australia*, 142, 87-100. <https://doi.org/10.1177/1329878X1214200111>
- Pérez-Rodríguez, A., & Delgado-Ponce, A. (2012). From digital and audiovisual competence to media competence: Dimensions and indicators. [De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática: dimensiones e indicadores]. *Comunicar*, 39, 25-34. <https://doi.org/10.3916/C39-2012-02-02>
- Pérez-Rodríguez, M.A. (2020). Homo sapiens, homo videns, homo fabulators. La competencia mediática en los relatos del universo transmedia. *Icono14*, 18(2), 16-34. <https://doi.org/10.7195/ri14.v18i2.1523>
- Pérez-Tornero, J.M., & Martínez-Cerdá, J.F. (2011). Hacia un sistema supranacional de indicadores mediáticos. *Infoamérica*, 5, 39-57. <http://bit.ly/2HuEsbQ>
- Scolari, C.A., Masanet, M.J., Guerrero-Pico, M., & Establés, M.J. (2018). Transmedia literacy in the new media ecology: Teens' transmedia skills and informal learning strategies. *Profesional de la Información*, 27(4), 801-812. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.09>
- Xiao, Y., Su, Y., & Lee, D. (2021). Who consumes new media content more wisely? Examining personality factors, SNS use, and new media literacy in the era of misinformation. *Social Media + Society*, 7(1), 1-12. <https://doi.org/10.1177/2056305121990635>

REDES SOCIALES Y CIUDADANÍA

CIBERCULTURAS PARA EL APRENDIZAJE

Editores

Ignacio Aguaded
Arantxa Vizcaíno-Verdú
Ángel Hernando-Gómez
Mónica Bonilla-del-Río

REDES SOCIALES Y CIUDADANÍA: CIBERCULTURAS PARA EL APRENDIZAJE

Colección *Redes sociales y ciudadanía*
N. 2 *Ciberculturas para el aprendizaje*
Primera Edición, octubre 2022

Editores

Ignacio Aguaded
Arantxa Vizcaíno-Verdú
Ángel Hernando-Gómez
Mónica Bonilla-del-Río

Comité Científico

Dr. Ángel Hernando-Gómez
Dr. Octavio Islas
Dra. Paula Renés-Arellano
Dr. Abel Suing
Dr. Marco López-Paredes
Dr. Diana Rivera-Rogel
Dr. Julio-César Mateus
Dr. Osbaldo Turpo-Gebera
Dra. Patricia de-Casas-Moreno
Dr. Antonio-Daniel García-Rojas
Dra. Natalia González-Fernández
Dra. Antonia Ramírez-García
Mg. Sabina Civila
Mg. Rigliana Portugal
Mg. Mónica Bonilla-del-Río
Mg. Arantxa Vizcaíno-Verdú
Mg. Odiel Estrada-Molina

Grupo
Comunicar
Ediciones

AlfaMed



Esta publicación no puede ser reproducida, ni parcial ni totalmente, ni registrada en/o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni formato, por ningún medio, sea mecánico, fotocopiado, electrónico, magnético, electroóptico o cualquier otro, sin el permiso previo y por escrito de la editorial.

Patrocinan



Universidad
de Huelva

Depósito Legal: H 325-2022
ISBN: 978-84-937316-9-4
ISSN 2952-1629
DOI: <https://doi.org/10.3916/Alfamed2022>

DERECHOS RESERVADOS © 2022 de esta edición:

Grupo Comunicar Ediciones
Mail box 527. 21080 Huelva (España)
Administración: info@grupocomunicar.com
Director: director@grupocomunicar.com
www.grupocomunicar.com

Diseño: *Arantxa Vizcaíno-Verdú*
Traducción inglés: *Emily Rookes*

Impreso en *Estigraf*, Madrid (España)



Este trabajo se ha elaborado en el marco de Alfamed (Red Euroamericana de Investigación en Competencias Mediáticas para la Ciudadanía), con el apoyo del Proyecto I+D+i (2019-2021), titulado «Youtubers e Intagrammers: La competencia mediática en los prosumidores emergentes», con clave RTI2018-093303-B-I00, financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de España y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), y del Proyecto I+D-i (2020-2022), titulado «Instagrammers y youtubers para el empoderamiento transmedia de la ciudadanía andaluza. La competencia mediática de los instatubers», con clave P18-RT-756, financiado por la Junta de Andalucía en la convocatoria 2018 (Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación, 2020) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).



Con el sugerente título de «Redes sociales y ciudadanía. Ciberculturas para el aprendizaje» presentamos en este texto una ingente obra colectiva de investigaciones, propuestas, reflexiones, estudios y proyectos en el emergente ámbito de la educación mediática.

Con 151 capítulos de 298 autores únicos se ofrece una panorámica general en un mundo postpandemia global con un análisis poliédrico del complejo entramado educomunicativo que vivimos. Educadores, comunicadores y educomunicadores, así como profesionales de los más diversos ámbitos de las ciencias sociales abordan aproximaciones complejas, apegadas a la práctica, sobre la sociedad actual, no solo haciendo una radiografía, más o menos amplia, sino también realizando propuestas educomunicativas que mejoren los parámetros de convivencia con los medios.

Presentamos en el texto aportaciones de 17 países euroamericanos, que conforman la Red de investigadores Alfamed con un amplio número de trabajos: Perú (104), España (59), Ecuador (25), Brasil (23), México (21), Chile (18), Colombia (18), Bolivia (5), Italia (4), Costa Rica (4), Cuba (4), Argentina (4), Paraguay (3), Portugal (2), República Dominicana (2), Uruguay (1), y Eslovaquia (1).

Esta obra enciclopédica que conforma la tercera de la Colección Alfamed del Grupo Comunicar Ediciones se subdivide en siete grandes bloques temáticos: I. Prosumers (Instagrammers, youtubers y tiktokers), II. Redes sociales y escuela, III. Ciberciudadanía, ética y valores, IV. Alfabetización mediática y formación de profesores, V. Audiencias y ciberconsumo crítico, VI. Democratización y comunicación alternativa, y VII. Nuevas tendencias: fake news, datificación...



Grupo
Comunicar
Ediciones

AlfaMed



Universidad
de Huelva