Alfabetización mediática para el fortalecimiento de la esfera pública. Caso: Estudiantes en México

Media Literacy for Strengthening the Public Sphere. Case: Students at Universities in Mexico

Alfabetização midiográfica para o fortalecimento da esfera pública. Caso: Estudantes Universitários no México

Arturo Javier Rodríguez Aguirre
Universidad Autónoma de la Ciudad de México
México

Norma Patricia Maldonado Reynoso
Instituto Politécnico Nacional
Centro de Investigaciones Económicas, Administrativas y Sociales (CIECAS)
México

Abstract: The public sphere, understood as a symbolic social space where citizens deliberate on matters of common interest, is essential to articulate the relationship between civil society and the state. Its construction requires guaranteeing rights such as freedom of expression and access to information, which are crucial for ensuring the quality of public debate. With the rise of digital media, citizens not only consume content but also produce and disseminate it; however, this does not necessarily mean they have critical skills in the face of disinformation. This article presents the results of a quantitative study with university students in Mexico City, which reveals a preference for consulting information through digital media and highlights the need to promote digital media literacy as a strategy to strengthen the public sphere.

Keywords:
Critical Citizenship, Digital Media, Disinformation, Citizen Participation, Democratic Public Sphere, University Students

Resumen: La esfera pública, espacio simbólico social donde los ciudadanos deliberan sobre asuntos de interés común, es esencial para articular la relación entre sociedad civil y Estado. Su construcción requiere garantizar derechos como la libertad de expresión y acceso a la información pues ello será crucial para la calidad del debate. Con los medios de

comunicación digitales, los ciudadanos no solo consumen contenidos, sino también los producen y difunden, pero ello no significa que tengan habilidades críticas ante la desinformación. Este artículo presenta los resultados de un estudio cuantitativo con universitarios en la Ciudad de México que revela la preferencia de consultar información en medios digitales y destaca la necesidad de promover la alfabetización mediática digital para fortalecer una esfera pública.

Palabras clave:
Ciudadanía crítica, medios digitales, desinformación, participación ciudadana, esfera pública democrática, estudiantes universitarios

Resumo: A esfera pública, entendida como um espaço social simbólico no qual os cidadãos deliberam sobre questões de interesse comum, é essencial para articular a relação entre a sociedade civil e o Estado. Sua construção depende da garantia de direitos como a liberdade de expressão e o acesso à informação, elementos cruciais para a qualidade do debate público. Com as mídias digitais, os cidadãos não apenas consomem conteúdos, mas também os produzem e disseminam; contudo, isso não implica necessariamente que possuam capacidade crítica frente à desinformação. Este artigo apresenta os resultados de um estudo quantitativo com estudantes universitários na Cidade do México, que revela uma preferência pela consulta de informações em mídias digitais e destaca a necessidade de promover a alfabetização midiática digital como estratégia para fortalecer a esfera pública.

Palavras-chave:
Cidadania crítica, mídias digitais, desinformação, participação cidadã, esfera pública democrática, estudantes universitários

1. Introducción

Jürgen Habermas (1962/1982ab) en su libro *Historia y crítica de la opinión pública*, señala que hacia los siglos XVII y XVIII, particularmente en Londres y París, las cafeterías eran los centros donde la aristocracia, y en ellas parte de la burguesía se reunían para debatir temas políticos, literarios y sociales, lo que incrementó el número de cafeterías y se convirtieron en lugares clave donde la discusión pública se alimentaba. Para dicha discusión su principal fuente de información era la prensa (periódico y revistas) y también por medio de

las cartas personales, pues recordemos que la radio y la televisión aparecerán hacia finales del siglo XIX y principios del XX.

Para Habermas la tarea de una esfera pública es que todos los ciudadanos puedan participar en un debate público crítico, pero desde puntos de vista contemporáneos como el de Fraser (1992/1999), señalan a esa esfera pública con sesgos como espacios predominantemente masculinos, burgueses y excluyentes, por lo que se plantean espacios públicos múltiples subalternos. Al respecto Keane (1997), coincide en que "Hoy día se ha vuelto obsoleto el ideal de una esfera pública unificada [conformado por] un complejo mosaico de esferas públicas de diversos tamaños, que se traslapan e interconectan" (p. 57).

Ello permite identificar que la época (y más elementos como la tecnología, las prácticas culturales, el sistema político, entre otros) van incidiendo en la forma en que las personas participan en los espacios públicos de discusión.

Por ello, coincidimos con Lindón (2024), pues si bien estudiar el debate y la opinión se relaciona con el espacio público, se debe estudiar y vincular con lo social: "Integrar la compleja relación de los sujetos con el espacio es una forma de penetrar en una dimensión de lo social que ha sido bastante invisibilizada por abordajes espaciales" (p. 1086).

Comparando aquella sociedad del siglo XVII y XVIII con la actual sociedad digital, se observa que las formas de socialización y discusión de temas públicos —y privados— están cambiando. El centro de estudios *Reuters Institute for the Study of Journalism* en su reporte *Digital News Report-2024* (Reuters, 2024), señala que los medios de comunicación masivos tradicionales (prensa, radio, televisión) se enfrentan actualmente a la disminución de la credibilidad pública, a la propagación de información falsa, a la inestabilidad en sus modelos económicos y a una competencia entre ellos, pero también con respecto a las opciones comunicativas digitales.

Ahora bien, para que se pueda dar la participación ciudadana en la construcción del debate de temas de interés público, se requiere como indica Fuchs (2017) de libertad de expresión y libertad de asociación, cuestiones que se ven "limitadas por condiciones desiguales de acceso (dinero, educación, edad, etc.) y por la dominación de visibilidad y de atención por parte de grandes organizaciones económicas y políticas" (p. 78). A ello le sumamos que la ciudadanía debe contar con información, ya sea por experiencia propia, por participación en foros públicos, así como acceso a la información sea en medios de comunicación tradicionales o digitales.

En el contexto global y considerando las variaciones existentes entre los distintos países, se advierte que, aunque algunas personas continúan prefiriendo la prensa de grandes

periódicos como el *New York Times*, o de reconocidas revistas como *The Guardian*, se observa una tendencia en ascenso a las noticas en plataformas digitales. El estudio de Reuters (2024) indica que las plataformas digitales más consultadas son: YouTube, WhatsApp, TikTok, Twitter ahora X, Facebook, Instagram y Threads. Estas plataformas conviven con los medios masivos "tradicionales" (prensa, radio, televisión), incluso se observan tendencias de digitalización al ofrecer sus contenidos también en versiones digitales, incentivando nuevas formas de participación ahora en el ciberespacio digital, es decir, a la virtualización de los espacios públicos para el debate, sean tópicos locales hasta internacionales.

Las redes sociales digitales amplifican una problemática: la distribución viralizada de noticias falsas o *fake news*, lo que puede generar opinión pública basada en información errónea. Gómez y Núñez (2021) indican:

> Los consumidores de información de todas las edades tienen problemas para interpretar la información y decir lo real de lo falso. En el mundo actual de las noticias falsas, los consumidores de contenido corren el riesgo de tomar decisiones y comunicar información deficiente basada en información falsa. (p. 23)

El acceso a los medios, sean digitales o tradicionales, no garantizan ni que la información sea certera, y aunque lo fuera, tampoco implica que en automático abone para la construcción de una esfera pública fuerte generando posturas críticas.

Por lo anterior, el presente artículo aborda la importancia de promover la educación mediática —también denominada alfabetización mediática e informacional— como un derecho ciudadano. Este enfoque permite fortalecer la participación democrática al brindar a las personas herramientas para analizar e interpretar la información, incluso producir mensajes que favorezcan la inclusión de diversas voces en el debate público, combatir la desinformación y reconocer los intereses de la producción de noticias falsas. Comprender y desarrollar habilidades críticas para apropiarse de estos entornos digitales, robustecerá a la deliberación ciudadanía y contribuye al fortalecimiento de la esfera pública al proponer un debate sustentado en juicios informados.

A ello se suma que, sin competencias críticas, los ciudadanos pueden caer en reproducir aquellos discursos dominantes, falaces, que buscan influir en la acción ciudadana sin que se percaten de ello. Por eso la alfabetización mediática y digital es importante ya que puede vigorizar la democracia entre la ciudadanía, la inclusión social y el fortalecimiento de una ciudadanía crítica que permita expresar sus intereses y problemáticas reales.

2. Marco teórico

2.1 Derechos ciudadanos y participación

Lefebvre (1968/1978) concibe el derecho a la ciudad como derecho fundamental de los ciudadanos para participar activamente en la vida de la ciudad: "El *derecho a la ciudad* no puede concebirse como un simple derecho de visita o retorno hacia las ciudades tradicionales. Solo puede formularse como *derecho a la vida urbana*, transformada, renovada" (p. 138).

Los investigadores González y Covarrubias (2007), retoman a Lefebvre para complementar en su postura en referencia al derecho de los ciudadanos que implica: "participar activamente en la vida de la ciudad, a acceder a sus recursos e influir en la toma de decisiones que afectan su entorno" (p. 3).

Harvey (2008), integra a dicha visión que "el derecho a la ciudad es mucho más que la libertad individual de acceder a los recursos urbanos: se trata del derecho a cambiarnos a nosotros mismos cambiando la ciudad" (p. 23). Lo que nos lleva al cuestionamiento, ¿cómo cambiarlo cuando se observa que estas tendencias de cambio están en manos de los grandes intereses privados y de gobierno? Ahora bien, si el ciudadano tiene derechos a la ciudad, tiene derecho a participar en sus propuestas y soluciones, solicitudes hacia el Estado y, por tanto, exigir su participación en la esfera pública.

Fraser (1992/1999) al hablar de los escenarios del discurso público, retoma a Habermas cuando indica que en las sociedades modernas "la participación política se realiza por medio del diálogo. Es el espacio en el cual los ciudadanos piensa y examinan sus asuntos comunes y por lo tanto es un escenario institucionalizado" (p.141), e indica que incluso en dicho espacio se puede ser crítico al Estado, pues para Habermas hay una separación clara entre Estado y sociedad, y considera entonces que la esfera pública es "un grupo de individuos reunidos para discutir cuestiones de preocupación pública o de interés común" (p. 142).

Sin embargo, para Fraser, Habermas idealiza la esfera pública y no examina otras esferas públicas rivales a las dominantes (burguesas o estatales). Por ello señala que la participación en esos espacios no es democrática, pues existen diferencias en la participación al marginar la participación de grupos minoritarios, y subalternos. La autora indica que esos grupos minoritarios exigirán sus derechos de participación, inclusive si tratan de ser excluidos de la esfera pública (como es el caso de las mujeres y sus protestas callejeras de discriminación por razones de género, o las luchas de inmigrantes, o manifestaciones para solicitar seguridad pública).

Así, mientras Habermas concibe la participación política basada en el diálogo racional, Fraser (2008) incorpora la existencia de conflictos como parte constitutiva de dicha participación. De este modo, la acción ciudadana como un fenómeno más amplio y diverso, que puede adoptar múltiples formas. La comunicación será el elemento que articula ese diálogo, y como indica Gumucio-Dagron (2018), no solo se refiere al intercambio de información, sino es una puesta en común de conocimientos, por ello se le denomina derecho a la comunicación, que "engloba al conjunto de otros derechos como el acceso a la información, la libertad de opinión, la libertad de expresión, la libertad de difusión" (p. 209).

En nuestro país, esos derechos (derecho a la libertad de expresión, derecho a la información y derecho a la libertad de difundir opiniones e ideas) se ven reflejados particularmente en los arts. 6 y 7 de la Constitución política mexicana, que hace hincapié en que "es inviolable la libertad de difundir opiniones, información e ideas, a través de cualquier medio (art. 7) y a su vez, en el art. 6 indica que "la manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa" además en el mismo artículo se hace referencia al derecho de la información, relacionada a que existen normas y leyes que permiten asegurar el derecho de la sociedad a estar adecuadamente informada de manera plural y libre. La Constitución también garantiza el derecho de acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e internet (Const., 1917/2020, art. 6 y 7).

Un ejemplo claro de la trascendencia del derecho a la información, de la importancia de su veracidad, y del impacto que puede generar tanto en la opinión pública, como en las acciones de la ciudadanía, lo observamos durante la campaña de vacunación contra el Covid-19 en México, pues en diversas comunidades, se registraron acciones de resistencia, en algunos casos de manera hasta violenta, para impedir el ingreso del personal de salud, motivados por la desconfianza y la desinformación. Al mismo tiempo, proliferaron teorías conspirativas como aquella que afirmaba que Bill Gates, cofundador de la empresa Microsoft, en la que se decía que él había esparcido el virus del Covid-19 ya que, tenía el plan de implantar a través de las vacunas, diminutos microchips para rastrear a la población. Esta teoría no solo circuló en México sino en el mundo entero, producto de las redes sociales digitales que se integraban a su vez con falta de análisis crítico, basadas en prejuicios y desconocimiento, apoyadas en factores culturales y creencias religiosas.

2.2 Medios de comunicación y los nuevos modos de participación ciudadana

Actualmente vivir en una ciudad y más una megalópolis como la Ciudad de México, implica varios conflictos multiculturales y disputas por el espacio público, por los servicios, por los canales mediáticos entre otros, en consecuencia, existen múltiples escenarios y estudios que hacen referencia a los medios de comunicación y la ciudad (Winocur, 2008; Aguilar, 1996; García Canclini, 1995, entre otros) que estudian las transformaciones que los medios de comunicación provocan en los ámbitos públicos y privados.

García Canclini (1995), va más allá de la participación ciudadana lejos de solo participar en debates o testimonios, y menciona:

> Estos medios electrónicos que hicieron irrumpir a las masas populares en la esfera pública fueron desplazando el desempeño ciudadano hacia las prácticas de consumo. Se establecieron otros modos de informarse, de entender las comunidades a las que se pertenece, de concebir y ejercer los derechos. Desilusionados de las burocracias estatales, partidarias y sindicales, los públicos acuden a la radio y la televisión para lograr lo que las instituciones ciudadanas no proporcionan: servicios, justicia, reparaciones o simple atención. (p. 23)

Califano (2015) indica que, en las sociedades modernas, no necesariamente la deliberación se da "cara a cara" (p. 68), pues el debate actualmente está mediado por los medios masivos, pues los medios de comunicación no solo recolectan y difunden la información, incluso la interpretan dando ciertas visiones de dicha realidad, los ciudadanos por su lado pueden acceder a distintos puntos de vista para construir sus juicios y ejercer su participación en la vida pública.

En las últimas décadas, podría pensarse que sobre todo los jóvenes al estar en redes sociales digitales se vuelven apáticos a la participación ciudadana. Acorde a Torres y Ortiz (2019), a este fenómeno se la ha llamado una crisis de la democracia moderna, pero también dicho estudio indica a su vez que se han registrado altos niveles de involucramiento juvenil en asuntos ciudadanos a través de estas plataformas. Los autores señalan que "la participación se ha transformado, es decir, estamos asistiendo a nuevos modos de participación, en los cuales los nuevos medios vinculados a las tecnologías juegan un rol relevante" (p. 52).

Así, surge el concepto de *ciudadanía digital:*

> Puede entenderse genéricamente como la capacidad que tienen los sujetos políticos para participar en la sociedad global conectada para ejercer y defender sus derechos y libertades. (Bustamante, 2010, citado en Torres y Ortiz, 2019, p. 55)

Cáceres et al. (2015) consideran que las tecnologías digitales pueden favorecer el empoderamiento ciudadano, pero ello no es en automático, todo ciudadano puede colaborar en propuestas para mejorar servicios urbanos, políticas públicas, solicitar rendición de cuentas, es decir, tener una participación activa pero para ello, es necesario tener información

adecuada para la toma de decisiones y acciones: “es importante que los sujetos se conviertan en ciudadanos digitales activos, pero se deben garantizar unos mínimos de implicación en acciones sustantivas para que esa participación obtenga resultados constatables a nivel individual y social” (p. 655), así pues, participar en cualquier red digital, no es sinónimo de participación ciudadana.

Fuchs (2021) indica que a la fecha aparece la esfera pública digital, refiriéndose a “una dimensión de la esfera pública, donde el conocimiento publicado asume formatos digitales e informa un debate público crítico [pero] no todo conocimiento digital y no toda comunicación digital es parte de la esfera pública” (p. 28). El autor sostiene que, a diferencia de los medios públicos, los medios de comunicación comerciales responden a evidentes intereses económicos e ideológicos, en consecuencia, no promueven la formación de posturas críticas y tienden a ofrecen contenidos vertiginosos y superficiales.

Al respecto, los medios de comunicación también tienen su responsabilidad, Luis Ramiro Beltrán (1998) indica que “su misión tiene que alertar conciencias y desencadenar la energía patriótica de todos los ciudadanos para rescatar al país del atraso” (p. 8). Desde la perspectiva de la Alfabetización Mediática e Informacional, este planteamiento puede asociarse a un nivel avanzado de competencias, pues implica la producción de contenidos con responsabilidad y propuesta de acción para incidir en la formación de ciudadanos críticos y participativos. No obstante, un análisis más profundo de este tema requiere considerar los intereses políticos y económicos de los propietarios de los medios, la influencia gubernamental, los mecanismos de poder y censura, así como otros factores estructurales que exceden el alcance del presente artículo. ¿Por qué es preocupante el estudio de la participación digital? De acuerdo con la agencia especializada en redes sociales, uso de internet y tecnología *We Are Social (2025),* en su informe *El estado global de lo digital en febrero,* y en concordancia con las Nacionales Unidades, existen aproximadamente 8200 millones de seres humanos viviendo hoy en día en nuestro planeta. De ellos, aproximadamente 5560 millones de personas utilizan Internet (68% aprox.) mientras que el resto, continua sin acceso a la red, lo cual muestra la marcada brecha digital de usuarios y no usuarios.

De conformidad a dicho estudio, la mayor motivación para conectarse a la red a principios del año 2025 es para “encontrar información” (aprox. 62,8%) y casi de manera muy similar a ese porcentaje, los usuarios indican que se conectan a internet para mantenerse en contacto con amigos y familiares (We Are Social, 2025). Evidentemente, cada país y las regiones obedecen a distintas causas para la penetración tecnológica.

En México, la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Usos de Tecnología de la Información en los Hogares (ENDUTIH), realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2024), el porcentaje de la población que usa internet es del 83,1%, cifra muy alta, pero a su vez, en dicho informe, indica que en las zonas urbanas se tiene un uso de 86,9% mientras que en las zonas rurales es del 68,5%. Entre sus principales usos se encuentran: para enviar-recibir mensajes, uso de redes sociales, entretenimiento, búsqueda de información, apoyos educativos (cada una de ellas con un porcentaje mayor del 80%).

El panorama observado muestra la alta penetración de las tecnologías digitales, cuestión que, por supuesto afectará a las formas de participación ciudadana, que como comentamos anteriormente son muy distintas a las que analizó Habermas del siglo XVII, y que desde otras miradas como la de Fraser, podríamos hablar de los excluidos, como aquellos que no tienen acceso a estas tecnologías, formas de comunicación e información. Sin embargo, no es el único problema, pues no por el hecho de que la gente tenga un teléfono inteligente con conexión a internet y múltiples programas, significa que sepa usarla y que automáticamente la ciudadanía cuenta con una alfabetización digital.

2.3 Alfabetización digital

Décadas atrás era fundamental, y lo sigue siendo, que las personas supieran leer y escribir, aspecto evaluado a través de la alfabetización. En la actualidad, este concepto se ha ampliado y se habla de alfabetización digital, entendida como "el conjunto de habilidades sociocognitivas mediante las cuales se puede seleccionar, procesar, analizar e informar del proceso de transformación de información a conocimiento" (Gros y Contreras, 2006, p. 109). Ahora bien, por el hecho de que una persona use tecnologías digitales, no significa que tengan las habilidades anteriormente mencionadas, y no hablamos de enviar mensajes de saludo a amigos o familiares, el enfoque va en términos del contexto ciudadano y su participación social.

Para Gros y Contreras (2006) se requieren que los ciudadanos tengan las siguientes competencias digitales:

1. Ser ciudadanos informados y estar en capacidad de desempeñar un papel activo en la sociedad democrática.
2. Habilidades de indagación y comunicación.
3. Desarrollo de habilidades de participación y acción responsable. (pp. 113-116)

Continuando con la tendencia mencionada, existe también la denominada Alfabetización Mediática e Informacional (AMI), la cual hace referencia a la alfabetización

digital, pero en particular al usar y evaluar la información que proviene de distintos medios de comunicación incluida los digitales. Al respecto, cuántas veces no hemos sido partícipes de una información que aparece en la red digital y que sin consultar su autenticidad la compartimos con nuestros conocidos o la comentamos en nuestros trabajos, escuelas y familiares. Tiempo después nos damos cuenta de que era una noticia falsa. En otras ocasiones nos podemos sentir indignados por cierta información recibida en alguna red (Instagram, TikTok, Facebook), que consideramos insultante para la ciudadanía y no recapacitamos que puede ser una mentira o exageración de grupos políticos contrarios o viceversa, sentimos agrado por las acciones de un partido que incluso pueden venir acompañados de imágenes, fotografía o videos de supuestos logros de acciones políticas, cuando posiblemente fueran de otro período, país, o creadas con inteligencia artificial, sin considerar que puede ser una estrategia política para generar seguidores.

Ahora bien, esto no ocurre únicamente en las redes sociales, también se presenta en periódicos, revistas, programas radiofónicos o televisivos. A ello se le suma que, al participar en los comentarios de alguna publicación, se podría pensar que se está contribuyendo al debate, sin embargo, en la actualidad existen los *bots*, programas informáticos automatizados que simulan el comportamiento humano para realizar tareas específicas, entre ellas la interacción en redes sociales, lo cual puede tener como finalidad la manipulación de la opinión pública. Esta manipulación no es nueva, ni única de las sociedades modernas, Hannah Arendt (1993), indica que, desde la época de los griegos, el discurso era "entendido más como medio de persuasión" (p. 40).

Ante ello, se vuelve indispensable el desarrollo de una Alfabetización Mediática Informacional (AMI). Ferrés y Piscitelli (2012) consideran que "la educación mediática debería ser patrimonio de toda la ciudadanía" (p. 77).

2.4 Alfabetización mediática e informacional

Una alternativa para evitar la desinformación mediática sería la creación de normas para regular la información y orienten hacia mejores prácticas éticas en el ámbito comunicativo. El problema es que esta tarea resulta compleja debido a la necesidad de salvaguardar el derecho de libertad de expresión, especialmente cuando se trata de posturas ideológicas, política o incluso económicas.

Se considera que lo ideal sería impartir capacitación (incluso desde los primeros años escolares) que permitan a los ciudadanos (o futuros ciudadanos) a desarrollar habilidades digitales.

Dicha alfabetización y las implicaciones de no hacerlo, es parte de las preocupaciones de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 1982), en Grunwald, Alemania, en donde se emite la *Declaración de Grunwald*, documento que plantea la importancia de la alfabetización mediática, pues reconoce el papel que los medios de comunicación tienen en la formación de ciudadanos críticos en las democracias modernas y en educar al ciudadano para el ejercicio de sus responsabilidades e invita a integrarlos en sus sistemas educativos. Este fue el documento fundacional de las AMI, pero existen sus actualizaciones como en la *Proclamación de Alejandría sobre Alfabetización Informacional y Aprendizaje Permanente* (UNESCO et al., 2005), la *Declaración de París sobre Alfabetización Mediática e Informacional* (UNESCO, 2014), y en los trabajos sobre el *Marco de competencias de la UNESCO* (2021), en Alfabetización Mediática e Informacional, donde surge el documento *Normas mundiales sobre las directrices para la elaboración de planes de estudio de alfabetización mediática e informacional*, documento que estable un conjunto de habilidades que permiten a las personas acceder, comprender, evaluar y utilizar información y contenidos mediáticos de manera crítica, ética y eficaz.

El documento de la UNESCO considera que seguir estas recomendaciones generaría una ciudadanía activa y fomentaría la participación en la esfera pública, ya que promueve decisiones informadas y la producción responsable de contenidos. Dicho documento sobre la AMI contiene cuatro dimensiones clave: acceso a la información, evaluación crítica, creación de contenidos y participación cívica.

Por su parte, la Unión Europea ha desarrollado el *Marco de Competencias Digitales para la Ciudadanía,* conocido como *DigComp,* con el propósito de establecer indicadores sobre las competencias digitales necesarias para la sociedad digital contemporánea. En su informe *DigComp 2.2* (European Union, 2022), se consideran 21 competencias agrupadas en cinco áreas: 1. Búsqueda y gestión de información y datos, 2. Comunicación y colaboración, 3. Creación de contenidos digitales, 4. Seguridad (datos digitales y privacidad), 5. Resolución de problemas. Cada competencia identifica ocho niveles de dominio que van desde el básico (nivel 1 y 2), intermedio (3 y 4), avanzando (5 y 6), hasta el altamente especializado (7 y 8).

Otro estudio similar es el de la *Deutsche Welle* (DW), en particular de la *DW Akademie*, que en su documento *Desarrollo de Medios: Alfabetización Mediática e Informacional. Una guía práctica para capacitadores* (Braesel y Karg, 2018), indica que AMI se desarrolla con cinco pasos en el siguiente orden: 1. Acceder, 2. Analizar, 3. Crear, 4. Reflexionar y 5. Actuar.

Esto evidencia que la AMI no es un estado dicotómico (se tiene o no se tiene), sino es un continuo de progresión que abarca distintos grados de apropiación.

Coincidimos con Pérez Rodríguez (2007), cuando indica:

> Se hace cada vez más necesaria una educación para la comunicación, desde el descubrimiento de los valores que los medios transmiten, el aprendizaje de la recepción más activa de los mensajes, y el desvelamiento de la "construcción social" que estos fabrican, lejos del tópico de la "ventana abierta al mundo" que transpira realidad. Esta preocupación se refrenda en manifiestos y declaraciones que se suscriben cada cierto tiempo. En todos ellos se repite la constante de la necesidad de acción para la alfabetización. (p. 124)

En consecuencia, en la sociedad actual resulta imposible analizar la conformación de la opinión pública sin pensar en los medios de comunicación y aún más, los medios digitales, por ello la importancia de su convergencia.

Complementamos esta visión con una reflexión de Rabotnikof (2008) que une el tema del espacio público y los medios:

> El espacio público (entendido como esfera pública) que parece desprenderse de su adherencia al Estado o a la sociedad civil, para ser pensado, en términos más generales, como un espacio de comunicación global. Espacio donde confluyen medios de comunicación nacionales y globales, opinión pública, actores sociales y políticos, y Estado (en sentido ampliado). (p. 44)

Para que la gente participe de una mejor manera, más informada, más crítica, en la esfera pública debe ser alfabetizada digitalmente, y lo más conveniente en ese sentido sería contar con una política de Estado de conformidad con esta necesidad real.

3. Metodología

Con el fin de identificar una situación donde los sujetos buscarán información para comentarla se retomaron datos de un estudio descriptivo sobre Covid-19 y medios de comunicación realizado por los autores entre los años 2021 y 2022.

Como Bacher (2024) afirma: "Durante la pandemia de Covid-19, las campañas de desinformación y los discursos de odio aumentaron exponencialmente. Esta tendencia ha continuado, llevando a algunos a afirmar que enfrentamos una 'pandemia de desinformación' cuestión preocupante principalmente en los jóvenes" (p. 77). Por ello la elección de dicho tema y dicha población.

La metodología utilizada fue de tipo cuantitativa, a partir de un estudio de caso en una universidad pública mexicana, la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, con estudiantes de la licenciatura en Comunicación y Cultura, que por la propia carrera tuvieran que consultar medios de comunicación. La población total de estudiantes de esta carrera en ambos turnos (matutino y vespertino) era de 2460 estudiantes (ANUIES, 2021), con edades

de entre 18 y 49 años, tanto hombres como mujeres, podían ser estudiantes de tiempo completo o bien combinar trabajo y estudio. Para calcular el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula de William Cochran (1977) con un nivel de confianza de 95% y margen de error de 9, arrojando un total de 114 cuestionar a aplicar.

Se eligió realizar el estudio en estudiantes universitarios en virtud de que se esperaría que los estudiantes hayan adquirido competencias básicas de lectura, escritura y acercamiento a las tecnologías digitales, constante acceso a entornos digitales y redes sociales donde circula información sobre salud y la pandemia por Covid-19, de esta manera evitar otros factores que afecten la comparativa, tales como la raza, edades, distintos niveles educativos, grupos étnicos o rurales, entre otros que pudieran generar diferencias entre distintos grupos poblacionales con respecto a la consulta de medios de comunicación y tecnologías digitales para obtener información sobre Covid-19.

Al ser estudiantes universitarios, la población tiene 18 años o más, por tanto, de acuerdo a la Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos, se les considera ciudadanos. Ello también implica que la información a la que accedían podría ser compartida con familiares, pares y comunidades y que podría determinar su toma de decisiones sobre salud, vacunación y medidas preventivas. Además, esta población exige un nivel de autonomía en la búsqueda de información, convirtiéndolo en un grupo ideal para evaluar las competencias digitales. Acorde a los documentos consultados tanto de UNESCO, *DigComp* y de la *DW Akademie* el estudio se basó en identificar la competencia de *Búsqueda y gestión de información.* No se evaluaron otras competencias pues para ello en principio se requería identificar si tenían la competencia antes mencionada.

La selección de sujetos se basó en un muestreo no probabilístico del tipo selectivo, tomándose la muestra en el momento en que estuvieron disponibles los sujetos de estudio, en un momento específico. El instrumento para la recolección de datos fue la aplicación de un cuestionario, con preguntas cerradas, para su codificación cuantitativa.

Con dicho instrumento se indagó sobre los medios de comunicación (tradicionales y digitales) para consultar la información sobre Covid-19. Se sistematizaron los datos a través del programa Excel lo que permitió su organización, visualización al crear gráficas y tablas, cruzar resultados, lo que permitió llegar a su análisis.

4. Resultados y discusión

Si bien el tamaño de la muestra indicaba que serían 114 cuestionarios, se aplicó a 117 estudiantes. La muestra se compuso por un 54% de hombres y 47% de mujeres. Entre las

principales edades se encontró que 35,9% se ubicaron entre los 25 y 29 años, 35% entre los 20 y 24 años, 14,5 entre los 30 y 34 años. Los demás rangos de edad fueron menores a 13%, y solo un estudiante entre 40 y 44 años y otro entre 45 a 49 años.

En cuanto a la frecuencia con la que los estudiantes buscan noticias sobre la pandemia por Covid-19, se encontró lo siguiente:

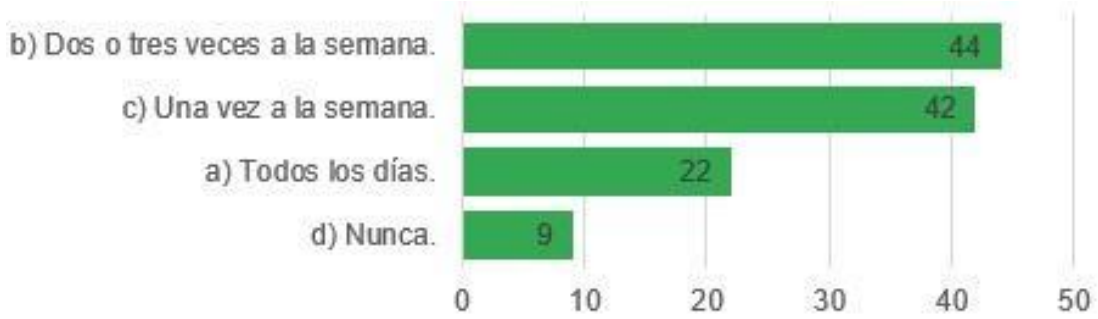


Figura 1. Frecuencia con la que los estudiantes buscan noticias sobre la pandemia del Covid-19. (Fuente: Elaboración propia)

En la Figura 1 se observó que los estudiantes buscan noticias sobre la pandemia del Covid-19, el 37,6% lo hace dos o tres veces a la semana, seguido por el 35,9%, que lo hacen una vez a la semana, llama la atención que el 7,7% de ellos, indican que nunca buscan noticias al respecto.

En la Figura 2 se puede observar los principales medios de comunicación por lo cuales los estudiantes se informaban de noticias sobre el Covid-19.

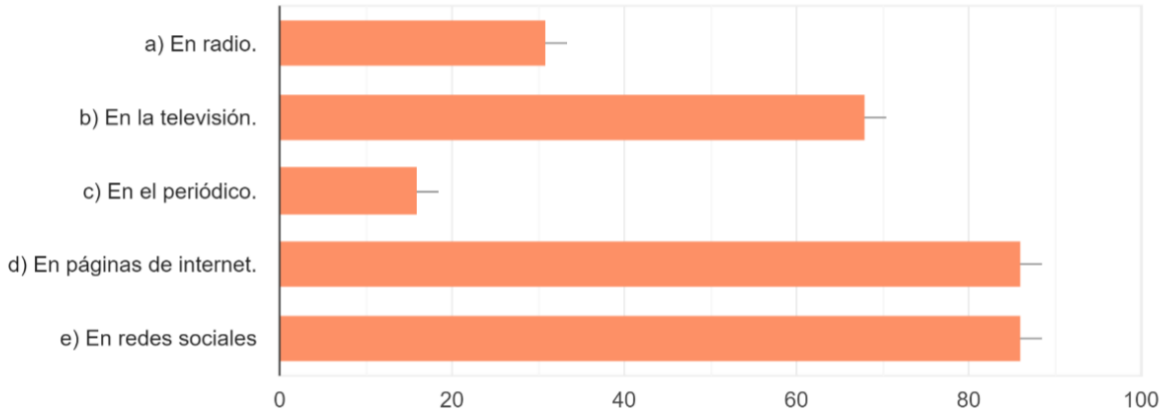


Figura 2. Medio por el qué los estudiantes obtienen noticias sobre la pandemia del Covid-19 (en frecuencia). (Fuente: Elaboración propia)

En la Figura 2, se observa claramente que los estudiantes prefieren noticas que pueden consultar en redes sociales y páginas de internet, seguido por televisión, luego radio y finalmente en el periódico.

En la Figura 3, podemos observar en donde consultan las noticias, donde se destaca que principalmente lo hacen desde sus casas.

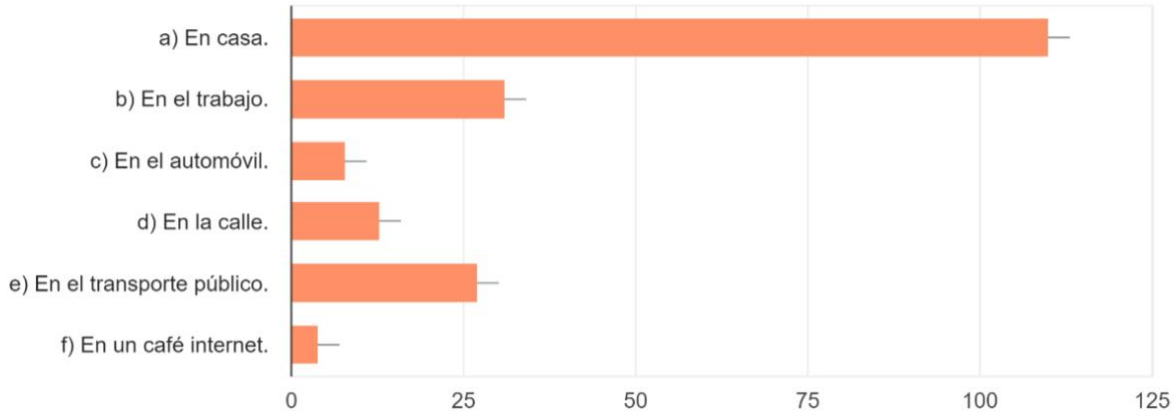


Figura 3. Lugar en qué los estudiantes buscan noticias sobre la pandemia del Covid-19 (en frecuencia). (Fuente: Elaboración propia)

En otra de las preguntas, se observó que el momento del día en que los estudiantes prefieren buscar las noticias sobre la pandemia por Covid-19, un 36% indica que lo realiza por la noche (20 a 24 horas), con menos del 25% en turno matutino y el resto del porcentaje se distribuyen a lo largo del día.

En la Figura 4, se observa que el tema seleccionado, Covid-19, sí impulsó el seguimiento de noticias al respecto.

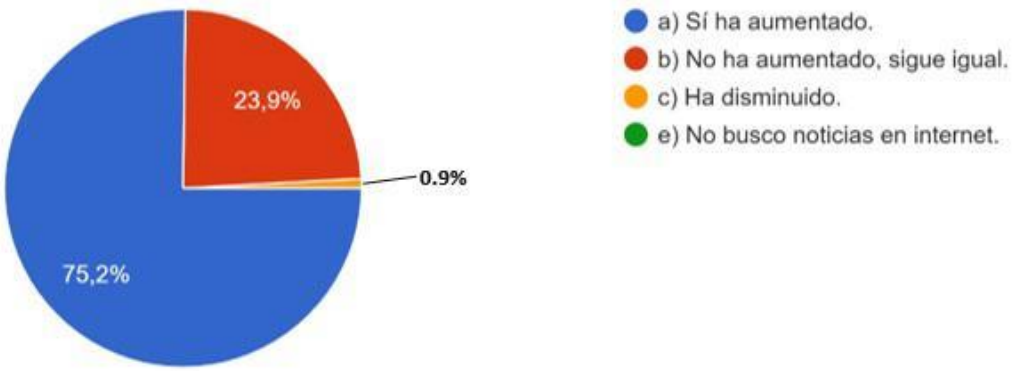


Figura 4. Aumento de búsqueda de noticias en internet, debido a la pandemia del Covid-19 (en porcentaje). (Fuente: Elaboración propia)

En la Figura 5 se puede observar que la red social preferida para obtener información fue Facebook, seguida de Twitter y YouTube. Esta pregunta dio oportunidad de elegir más de una opción, por lo que el total de respuestas obtenidas fue de 221.

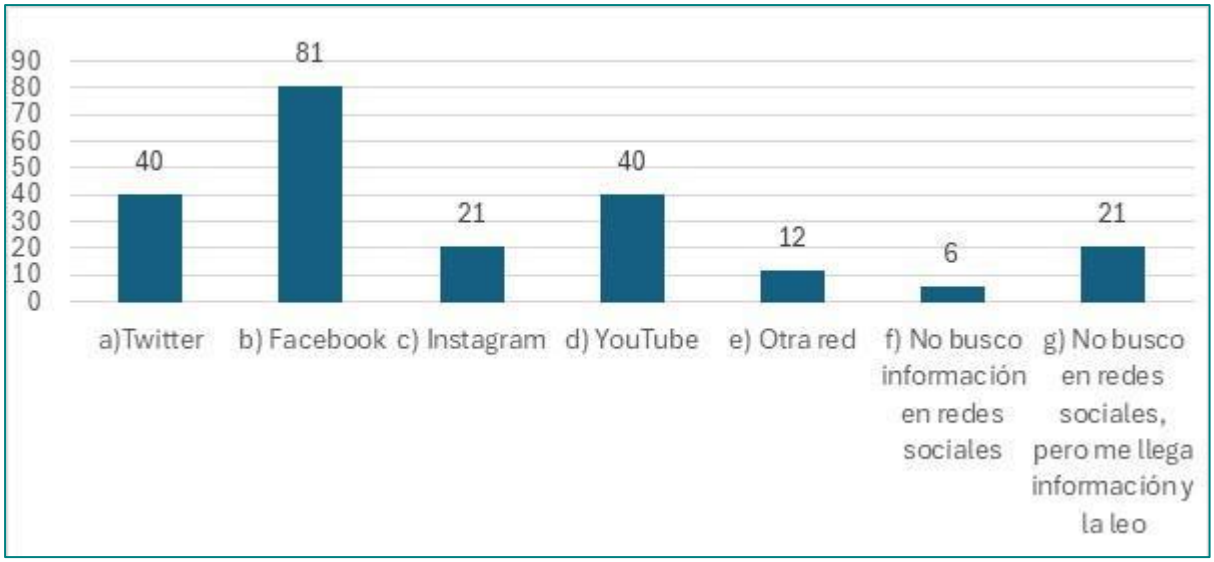


Figura 5. Redes sociales preferida para obtener información/noticias sobre la pandemia (en frecuencia). (Fuente: Elaboración propia)

Una cuestión interesante, se muestra en la Figura 6, que evidencia si los estudiantes verifican o no la información que les llega por las redes sociales:

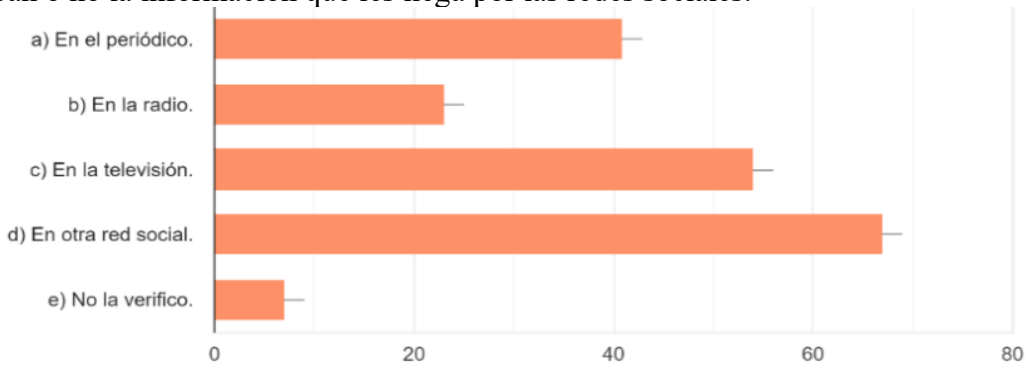


Figura 6. En donde verifican los estudiantes la información que les llega por las redes sociales (en frecuencia). (Fuente: Elaboración propia)

En esa misma Figura 6, se observa que, aunque una minoría de los participantes declaró no verificar la información, resulta significativo que la principal forma de verificación mencionada sea el contraste con otra red social, seguida de la televisión.

Ahora bien, al cuestionar sobre el por qué buscan los estudiantes información principalmente en redes, las respuestas se pueden observar en la Figura 7.

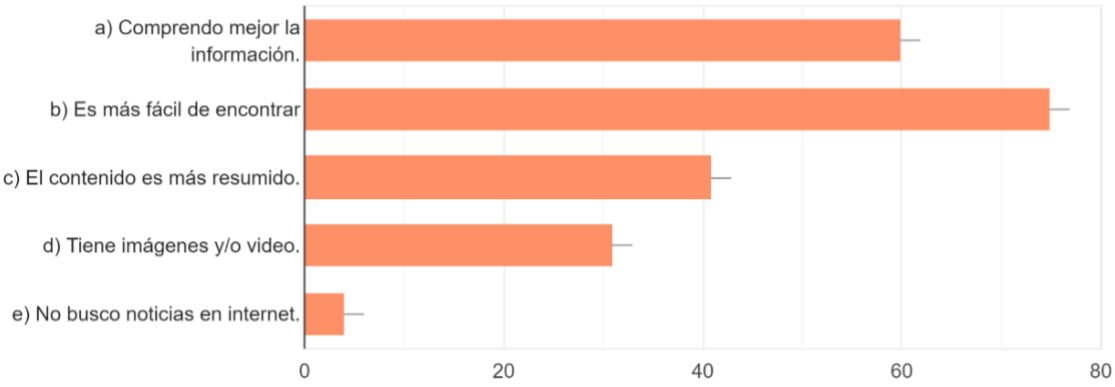


Figura 7. Porqué buscan los estudiantes noticias sobre la pandemia del Covid-19 en internet (en frecuencia). (Fuente: Elaboración propia)

En la Figura 7, indican los participantes que consideran que es más fácil de encontrar la información en internet, porque en internet comprenden mejor la información, es resumida y tiene imágenes o video.

Si bien el estudio original es más amplio (Rodríguez, 2021), cerramos este apartado con las principales razones por lo que los estudiantes buscan noticias principalmente en su teléfono móvil que es el que indican prefieren para tener información por encima de otros medios digitales (ver Figura 8).

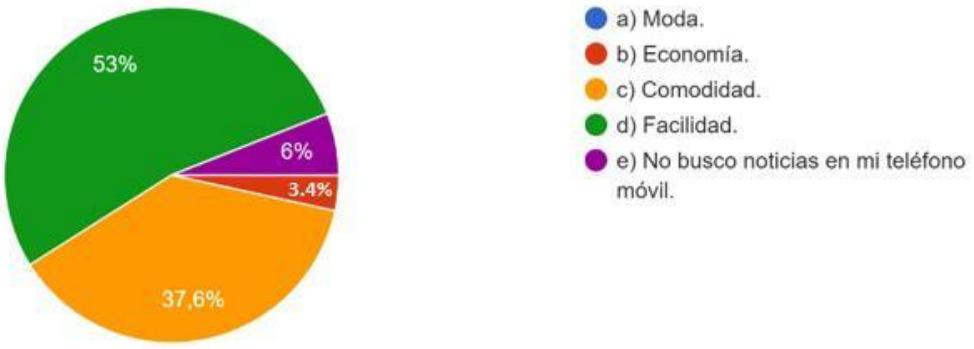


Figura 8. Principales razones por la que los estudiantes buscan noticias sobre la pandemia del Covid-19, en su teléfono móvil (en porcentaje). (Fuente: Elaboración propia)

Observando esta Figura 8, las respuestas preferidas de los participantes indica que consideran que consultar la información en el móvil es fácil y cómodo.

Es de resaltar, que la edad, género y ocupación no muestran una diferencia significativa en los resultados analizados, a excepción de que el teléfono móvil es el dispositivo digital más usado para obtener información sobre la pandemia del Covid-19, encontrándose que a menor edad de los estudiantes, hay mayor uso de este dispositivo con respecto a otras formas de obtener la información sobre Covid-19. A su vez en el cruzamiento

de variables se encontró que los estudiantes de Comunicación y Cultura de la UACM que estudian y trabajan, son los que más buscan noticias en los medios de comunicación incluyendo internet, para mantenerse informados de la pandemia del Covid-19.

Los hallazgos de esta investigación muestran que la tendencia a la consulta de noticias se ha diversificado, entre los medios tradicionales y los medios digitales, disminuyendo en los medios tradicionales, mientras que el consumo de medios en internet ha aumentado, gracias al surgimiento de dispositivos como el celular, que les permite a los estudiantes acceder a los medios fácilmente, prefiriendo el internet y las redes sociales para su información.

Los resultados muestran un dato preocupante: aunque la mayoría de los estudiantes afirma verificar las noticias que recibe sobre la pandemia del Covid-19, lo hace principalmente a través de otras redes sociales y de la televisión, lo que evidencia una carencia de habilidades sólidas y de alfabetización mediática digital. Asimismo, se identificó que los participantes comparten con sus familiares o amigos la información que consideran relevante con respecto al Covid-19, sin embargo, si dicha información no es verificada de manera rigurosa, ellos mismos pueden convertirse en agentes de desinformación. A su vez, señalaron que, más que discutir los contenidos de forma presencial, tienden a reenviar digitalmente aquella información que consideran importante, lo que afirma la prevalencia de la esfera pública digital como nuevas formas de interactuar.

5. Conclusiones

El caso analizado, aunque se centró en un tema de alta prioridad como el Covid-19, el que la información disponible orientaba directamente la toma de decisiones, evidenció la necesidad de desarrollar competencias de Alfabetización Mediática Informacional (AMI). Este desafío resulta relevante en la sociedad digital contemporánea, caracterizada por la proliferación de tecnologías que facilitan el acceso a la información, pero donde la verificación de contenidos se observó que se limitó a la consulta de otras redes sociales.

En este contexto analizado, la desinformación que circula en medios de comunicación (sean digitales o no) tienen un impacto directo en las personas, especialmente cuando carecen de habilidades para detectarlas. Esta situación puede derivar en decisiones erróneas. Como se ha observado, los jóvenes prefieren informarse a través de redes sociales, y consultado sobre todo su teléfono celular inteligente, pero no verifican o cuestionan los intereses que pueden estar detrás de dicha información, sean políticos, económicos, ideológicos o de simple entretenimiento, que puedan estar detrás de la circulación y el manejo de dichos contenidos.

La AMI no es tan reciente en su propuesta, pero sigue siendo vigente y necesaria, al todavía no concretarse su implementación en nuestro país. Lo cierto es que las acciones que se realicen en México y en nuestra ciudad, deberían venir acompañadas de políticas públicas, pues es deber del Estado mexicano, garantizar el acceso a la información y a la tecnología, pero con capacitación adecuada que permita que los ciudadanos usen responsablemente la información con capacidad crítica para identificar sus tendencias.

A partir de que la ciudadanía sea vea involucrada en la Alfabetización Mediática Informacional, y ejerza sus derechos ciudadanos podrá entonces participar de manera responsable y crítica en la esfera pública.

Los resultados evidencian que el nivel de competencias en Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) en la población estudiada es bajo. No obstante, no se trata de un grupo homogéneo, sino de una distribución en un continuo de progresión que refleja distintos grados de apropiación de estas competencias. Este hallazgo indica que el contacto con redes sociales y tecnologías digitales, aunque fue frecuente en el grupo estudiado, no garantiza por sí mismo el desarrollo de una postura crítica sustentada por un análisis de la información, como propone la AMI, cuestión indispensable para participar en la esfera pública de manera informada y responsable. En consecuencia, se recomienda que futuras investigaciones profundicen en el estudio de competencias de niveles más avanzados tanto en jóvenes como en otros grupos poblacionales, con el propósito de identificar procesos de apropiación en etapas superiores y factores que lo condicionan.

De este estudio se puede concluir que, aunque los participantes ejercieron su derecho de información y accedieron contenidos a través de medios tradicionales o digitales, ello no garantiza que posean competencias de Alfabetización Mediática e Informacional. Los universitarios son usuarios habituales de internet y redes sociales, lo que indica que cuentan con acceso a infraestructura y habilidades digitales básica para consultar información. Sin embargo, la AMI trasciende la mera disponibilidad de tecnología, pues se requiere de habilidades de análisis crítico necesarias para participar en el debate en espacios públicos.

Estas competencias no se desarrollan de manera innata ni se desarrollan automáticamente aun teniendo acceso a la información, derecho a la comunicación o la inclusión digital; su desarrollo implica la formación de capacidades transversales en los ciudadanos, considerando el contexto social y cultural en el que se inserta, por ello la importancia de atender lineamientos internacionales, como los de la UNESCO o la Unión Europea, así como las necesidades regionales y nacionales.

Así pues, resulta indispensable implementar acciones orientadas a prevenir el analfabetismo digital en los espacios para la deliberación pública, pues una participación informada y crítica es condición fundamental para el debate de las ideas. Solo de esta manera es posible aspirar a decisiones que respondan al interés común y eviten que solo un grupo reducido de personas concentre el poder de decisión sobre asuntos que afectan a la mayoría.

En síntesis, este estudio evidencia que la Alfabetización Mediática e Informacional constituye un componente esencial para el fortalecimiento de la esfera pública, al brindar a los estudiantes universitarios competencias críticas, para analizar, evaluar, utilizar e incluso generar información en diversos espacios de participación ciudadana, tanto digitales como tradicionales. Esto resulta especialmente relevante en un entorno híbrido, donde el ámbito digital alcanza niveles de uso y complejidad que se incrementa día a día.

No basta con garantizar acceso a la información o infraestructura tecnológica, el desarrollo de competencias transversales y contextualizadas es indispensable para formar ciudadanos capaces de contribuir de manera informada y responsable al fortalecimiento de la esfera pública y a la toma de decisiones colectivas.

6. Referencias bibliográficas

Aguilar, M. A. (1996). Espacio público y prensa urbana en la Ciudad de México, *Perfiles Latinoamericanos,* (9), 47-72. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11500904

Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior [ANUIES]. (2021). *Estadística de Educación Superior, Ciclo escolar 2019-2020.* ANUIES.

Arendt, H. (1993). La esfera pública y la privada. En *La condición humana* (pp. 37-96). Paidós.

Bacher, S. (2024). Alfabetización Mediática e Informacional: Desafíos y oportunidades desde América Latina. En M.A. Pérez-Rodríguez, P. de Casas-Moreno y E.G. Rojas-Estrada, *Redes sociales y ciudadanía. El reto de la formación del profesorado en educación mediática* (pp. 76-79). Grupo Comunicar Ediciones. https://doi.org/10.3916/Alfamed2024

Beltrán, L. R. (1998). La comunicación en Bolivia. *Aportes de la Comunicación y la Cultura, 1*(6), 7-16. https://ojs.upsa.edu.bo/index.php/aportes/article/view/264/252

Braesel, S., y Karg, T. (2018). *Desarrollo de Medios. Alfabetización Mediática e Informacional. Una guía práctica para capacitadores*. DW Akademie, Deutsche Welle. https://www.dw.com/downloads/46571777/dw-akademiemilguia-pratica2018.pdf

Califano, B. (2015). Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político. *Revista mexicana de opinión pública*, (19), 61-78. https://doi.org/10.1016/j.rmop.2015.02.001

Cáceres, M. D., Brändle, G., y Ruiz, J. A. (2015). Hacia la construcción de una ciudadanía digital. Nuevos modelos de participación y empoderamiento a través de Internet. *Prisma Social,* (15), 643-684. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=353744533018

Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques.* John Wiley & Sons. Inc.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos [Const.]. (1917/2020 reforma DOF 08-05-2020). Arts. 6 y 7. Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión.

European Union. (2022). *DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens – With new examples of knowledge, skills and attitudes*. European Commission´s Joint Research Centre. https://europa.eu/!cKrmj6

Ferrés, J., y Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar, 19(38*), 75-82. https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-08

Fraser, N. (2008). Transnacionalización de la esfera pública: sobre la legitimidad y la eficacia de la opinión pública en un mundo poswestfaliano. En *Escalas de justicia* (pp. 145-184). Herder.

Fraser, N. (1992/1999). Repensando la esfera pública: una crítica de la democracia realmente existente. *Ecuador, Debate*, (46), 139-161. https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/5760/1/RFLACSO-ED46-08-Fraser.pdf

Fuchs, Ch. (2021). Los comunes digitales y la esfera pública digital: sobre cómo hacer avanzar la democracia digital en la actualidad. (Trad. Marotias, A. Quiña, G., Cafassi, E. y Dolcemáscolo, A). *Revista Hipertextos, 9*(16),13-34. https://doi.org/10.24215/23143924e038

Fuchs, C. (2017). Hacia un Estudio Marxiano del Internet. *Revista de Ciencias Sociales*, *1*(155), 63-89. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15352346005

García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos*. Grijalbo.

Gómez, M., y Núñez, A. S. (2021). Alfabetización informacional en tiempos de Fake News. *Revista científica en ciencias sociales, 3*(1), 75-84. https://www.redalyc.org/journal/7497/749778797008/html/

González, J. C. y Covarrubias, G. (2007). Memoria urbana y Derecho a la ciudad barrios bicicleteros. *Epikeia - Revista del Departamento de Ciencias sociales y Humanidades*,

(49), 1-14. https://epikeia.leon.uia.mx/numeros/49/memoria-urbana-y-derecho-a-la-ciudad.php

Gros, B. y Contreras, D. (2006). La alfabetización digital y el Desarrollo de Competencias Ciudadanas. *Revista Iberoamericana de Educación* (41), 103-125. https://rieoei.org/historico/documentos/rie42a06.pdf?utm_source=chatgpt.com

Gumucio-Dagron, A. (2018). El derecho a la comunicación: Articulador de los derechos humanos. *Razón y Palabra*, *22*(1-100), 207-233. https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1151

Habermas, J. (1962/1982a). Introducción: delimitación propedéutica de un tipo de la publicidad burguesa. En *Historia y crítica de la opinión pública* (pp. 41-64). Editorial Gustavo Gili.

Habermas, J. (1962/1982b). Estructuras sociales de la publicidad. En *Historia y crítica de la opinión pública* (pp. 65-93). Editorial Gustavo Gili.

Harvey, D. (2008). El Derecho a la ciudad. *New Left Review,* (53), 23-39. https://newleftreview.es/issues/53/articles/david-harvey-el-derecho-a-la-ciudad.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2024). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Usos de Tecnología de la Información en los Hogares (ENDUTIH) del año 2024. *INEGI*. https://www.inegi.org.mx/programas/endutih/2024/

Keane, J. (1997). Transformaciones estructurales de la esfera pública. *Estudios Sociológicos del Colegio de México, 15*(43), 47-77. https://doi.org/10.24201/es.1997v15n43.873

Lefebvre. H. (1968/1978). *El derecho a la ciudad.* Ediciones Península.

Lindón, A. (2024). De la concurrencia de lo espacial y lo social a la apropiación espacial. En G. Leyva (coord.). *Las ciencias sociales revisitadas* (pp. 1045-1094). Gedisa/UAM. https://libroscecsh.izt.uam.mx/index.php/libros/catalog/download/562/77/439?inline=1

Pérez Rodríguez, M. A. (2007). Declaraciones para la proyección internacional de la educación en medios. *Revista Comunicar*, (28), 123-125. https://www.scipedia.com/wd/images/9/9f/Draft_Content_885317945-25986_ov-9007-document.pdf

Rabotnikof, N. (2008). Lo público hoy: lugares, lógicas y expectativas. En *Iconos. Revista de Ciencias Sociales,* (32), 37-48. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=50903205

Reuters Institute for the Study of Journalism [Reuters]. (2024). Digital News Report 2024. *Reuters Institute*. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2024

Rodríguez, A. (2021). *Estudio cuantitativo para determinar qué medios de comunicación incluyendo redes sociales, utilizan los estudiantes de licenciatura, para buscar noticias sobre la pandemia del Covid-19. Estudio de caso: Estudiantes de Comunicación y Cultura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México*. [Tesis Máster en Comunicación]. Universidad Europea del Atlántico.

Torres, M.A. y Ortiz, A. (2019). Ciudadanía digital: alcances, límites y rol de la educación. *Sílex 9*, (1), 51-74. https://revistas.uarm.edu.pe/index.php/silex/article/view/39/25

UNESCO. (2021). Normas mundiales sobre las directrices para la elaboración de planes de estudios de alfabetización mediática e informacional. *UNESCO*. https://www.unesco.org/sites/default/files/medias/files/2022/02/Global%20Standards%20for%20Media%20and%20Information%20Literacy%20Curricula%20Development%20Guidelines_ES.pdf

United Nations Education, Scientific, and Cultural Organization [UNESCO], (June 24, 2014). *Paris Declaration on Media and Information Literacy adopted*. https://www.unesco.org/en/articles/paris-declaration-media-and-information-literacy-adopted

United Nations Education, Scientific, and Cultural Organization [UNESCO], National Forum on Information Literacy [NFIL] and the International Federation of Library Associations and Institutions [IFLA], (2005). *Alexandria Proclamation on Information Literacy and Lifelong Learning.* Bibliotheca Alexandrina, Alexandria-Egypt. https://docslib.org/doc/26050/alexandria-proclamation-on-information-literacy-and-lifelong-learning

UNESCO. (1982, 22 de enero). Declaración de Grunwald-Alemania. República Federal de Alemania. *VBOOK*. https://vbook.pub/documents/declaracion-de-grunwald-j1w95p9g7jop

We Are Social. (2025). Digital 2025: La guía esencial para el estado global de lo digital. *We Are Social.* https://wearesocial.com/uk/blog/2025/02/digital-2025-the-essential-guide-to-the-global-state-of-digital/

Winocur, R. (2008). ¿Y qué hicimos con los medios de comunicación? *Revista Alteridades, 18*(36), 105-112. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-70172008000200009