

## LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA EN EUROPA PARA SUPERAR LA DESINFORMACIÓN: ESTUDIO CASO DEL PROYECTO OMEDIALITERACY

---

SANTIAGO TEJEDOR

CRISTINA PULIDO

BEATRIZ VILLAREJO CARBALLIDO

ALBERT SARABIA

*Universidad Autónoma de Barcelona*

### 1. INTRODUCCIÓN

El panorama actual nos sitúa ante un proceso acelerado de mediatización que impulsa el protagonismo de lo tecnológico, advierte del riesgo de una desinformación creciente y demanda de acciones que fomenten el pensamiento crítico (Pérez-Tornero, 2020). En este contexto, la alfabetización mediática es un desafío fundamental en la formación del alumnado universitario en la era de la inteligencia artificial. La multitud de información y desinformación que aparece en internet, especialmente en temas relacionados con la política, la salud o los conflictos armados. Frente a este panorama, la alfabetización mediática se vuelve una estrategia fundamental en las aulas universitarias con la finalidad de navegar por la red de una forma crítica, reflexiva y segura. La comprensión del fenómeno desde un enfoque conceptual es clave para identificar y delimitar su alcance, sus particularidades y su importancia. Por ello, esta investigación toma como referencia un proyecto de alcance europeo, derivado de una convocatoria competitiva, que incide en la importancia de articular sistematización teórica y que enfatiza la importancia de la redefinición conceptual de dicha “alfabetización” en un escenario marcado por el creciente protagonismo de las redes sociales, los contenidos digitales y la Inteligencia Artificial (IA).

El proyecto “OMEDIALITERACY. Overview of the challenges and opportunities of media literacy policies in Europe” es un proyecto de investigación, de cariz descriptivo y explicativo, que aborda uno de los principales retos sociales actuales: la desinformación. Está financiado *European Media and Information Found*. El objetivo de esta investigación es identificar los conocimientos existentes sobre los efectos de la desinformación en Europa, comparar las políticas actuales sobre alfabetización mediática y desinformación en los países miembros, y la identificación de buenas prácticas para superar la desinformación. Para ello, se llevará a cabo una revisión de la literatura científica, así como una revisión de la documentación sobre políticas sobre desinformación en Europa, comparando también las políticas de desinformación e identificando buenas prácticas. Toda la información encontrada se publicará en un informe con recomendaciones para la política y la práctica.

Partiendo de ello, este trabajo presenta un estudio de caso sobre el proyecto OMEDIALITERACY con el objetivo de identificar las fortalezas y los desafíos de un estudio, de cariz descriptivo y desde un planteamiento teórico, alrededor de un objeto de estudio tan cambiante e impactado por los nuevos desafíos tecnológicos (especialmente, la Inteligencia Artificial) como es la *media literacy*. El proyecto, que está liderado por el Gabinete de Comunicación y Educación de la Universidad Autónoma de Barcelona, cuenta con la participación de la University of Vienna (Austria), la University of Amsterdam (Holanda) y la Nova University of Lisbon (Portugal).

La alfabetización digital y mediática, concebida como *media literacy* en diferentes escenarios, se ha consolidado como un objeto de estudio de crucial importancia en la coyuntura actual que va desde el terreno educativo, al trabajo de verificación en medios (Tejedor & Sancho Ligorred, 2023), las ciudades (Chibás et al., 2023) o temáticas vinculadas incluso con los mares o los océanos (Gerhardinger, 2024).

Trabajos como los de Marta-Lazo y Gabelas (2016) han ideado nuevos modelos para el estudio de la comunicación digital a partir del denominado “Factor R-elacional”. A lo anterior se suma la importancia de

articular plataformas y contenidos digitales que se adecuen a las necesidades y particularidades de la comunicación en pantalla, especialmente en los sitios web corporativo concebidos como el centro neurálgico de proyectos e iniciativas (Tejedor, Romero-Rodríguez & Codina, 2022). En esta línea, Palacio et al. (2021) ya advirtieron de la usabilidad como un potencial problema en el ámbito comunicativo. Los autores detectaron que la uniformidad en el diseño y la falta de creatividad en la creación de nuevas interfaces pueden debilitar la eficacia en los procesos comunicativos de diferentes interfaces y entregables. El componente comunicativo conecta con la importancia que, especialmente, se torna crucial hacia ciertos sectores como el educativo (Ornelas et al., 2016). Por su parte, Gil-Domínguez et al. (2012) han incidido en sus estudios sobre la importancia de la investigación universitaria en el eje de la transferencia social del conocimiento y además han propuesto el desarrollo de sistemas innovadores de gestión de la investigación.

## 2. OBJETIVOS

El proyecto “OMEDIALITERACY. Overview of the challenges and opportunities of media literacy policies in Europe” ha perseguido los siguientes objetivos específicos: 1) identificar publicaciones científicas sobre la proliferación y los efectos de la desinformación, así como sobre las formas de contrarrestarla; 2) conocer las actuaciones, enfoques metodológicos y políticas sobre desinformación en los países miembros e identificar las buenas prácticas que se están aplicando actualmente en Europa; 3) elaborar un informe relativo a la revisión bibliográfica sobre las lagunas actuales en materia de desinformación, contribución y mapeo de las buenas prácticas; 4) definir procedimientos de gestión adecuados que garanticen la dimensión científica y técnica de la ejecución del proyecto; 5) realizar el seguimiento, explotar y comunicar los resultados y productos del proyecto entre la comunidad científica, los responsables políticos, las partes interesadas y los usuarios finales con el fin de maximizar el impacto del proyecto.

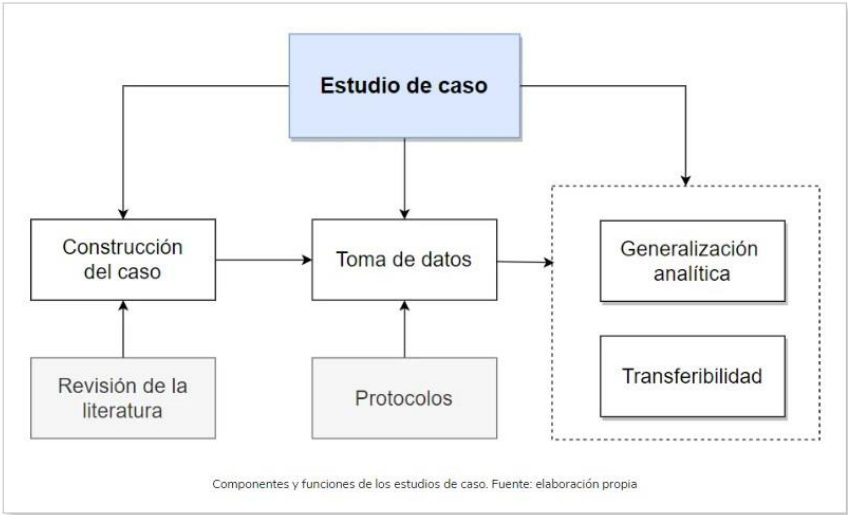
Teniendo en consideración el planteamiento del proyecto y sus objetivos (generales y específicos) este trabajo se propone reflexionar sobre la especificación de un proyecto europeo, impulsado entre diferentes universidades europeas, y la importancia de contemplar una serie de estadios, especificidades y exigencias en la conceptualización de este tipo de propuestas. Por tanto, los objetivos de este trabajo se centrar en analizar un proyecto finalizado que, en el marco de la *media literacy*, ha conferido un peso destacado a la sistematización teórica tanto de estudios y autores, como de proyectos e iniciativas.

### 3. METODOLOGÍA

A partir de la metodología de estudio de caso, este trabajo reflexiona sobre la importancia de la investigación, la divulgación y la transferencia alrededor del concepto de *media literacy* y, de forma particular, sobre los cambios que este objeto de estudio adquiere en el marco de un escenario que inaugura la Inteligencia Artificial (IA) y otros desarrollos vinculados con las plataformas y redes sociales, la desinformación y la infoxicación.

Para ello, la investigación se ha desarrollado a partir de la metodología del estudio de caso (ver figura 1). Concretamente, se han tenido en consideración los planteamientos de Codina (2023) que incide en el valor descriptivo y explicativo de este tipo de aproximación metodológica. Remenyi (2012) explica esta técnica enfatizando su valor para dar respuesta a preguntas de investigación diversas y complejas; la convergencia de variables diferentes; la posibilidad de simultanear métodos cualitativos, cuantitativos o mixtos; la elocuencia de la narrativa que se esgrime y aplica; y la cohesión del resultado o resultados finales. Además, en la línea de lo argumentado por Yin (2018), el valor empírico del estudio de caso lo consolida como una vía o camino idóneo para la investigación de fenómenos actuales a partir de un trabajo que busca la contextualización, la profundidad y la convergencia entre ámbitos temáticos, a priori, desvinculados entre sí.

FIGURA 1.



Fuente: <https://bit.ly/estudiocasos>

Partiendo de lo anterior, este estudio desarrollado entre diciembre de 2023 y enero 2024, ha tomado como eje vertebrador del estudio el sitio web del proyecto (<https://omedialiteracy.univie.ac.at/>). Por un lado, el proyecto se ha focalizado en desarrollar una serie de informes con una voluntad de selección, filtraje y reorganización sobre la *media literacy* y su alcance en diferentes regiones de Europa. En este sentido, es importante que el proyecto ha diferenciado entre distintos entregables (ver figura 2). En este sentido, se plantea un trabajo, predominantemente descriptivo, que busca identificar aspectos reseñables en la concepción y desarrollo de un proyecto sobre alfabetización digital y mediática desde su ideación al cierre de los diferentes entregables generados en el marco del mismo. Por ello, se toma como punto de referencia para este estudio de caso el sitio web corporativo del proyecto que actúa como especial contenedor y punto de difusión de la investigación y sus principales resultados.

FIGURA 2.

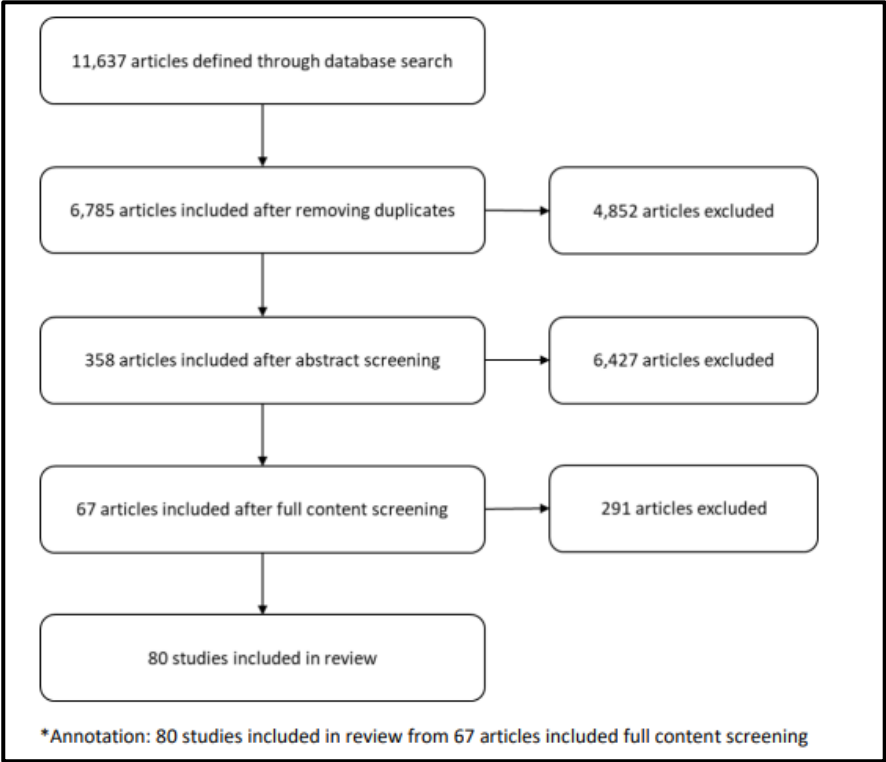


Fuente: <https://omedialiteracy.univie.ac.at/>

Por un lado, existe una revisión de la literatura existente que presenta un acervo de publicaciones organizadas y sintetizadas desde un registro más académico-formal. Concretamente, este entregable titulado “Countering Disinformation: A review of the scientific and grey literature Characteristics, effectiveness and impact of media literacy interventions and strategies” se presenta como una revisión de investigaciones científicas y documentos de organizaciones internacionales sobre desinformación y alfabetización mediática (ver figura 3).

Este aspecto está justificado por la existencia de un gran volumen de estudios sobre la *media literacy* que, lamentablemente, se han desarrollado sin tener un claro conocimiento del panorama existente a nivel de proyectos, estudios y publicaciones (científicas o no). En este sentido, existe la necesidad de poder agrupar, organizar y clasificar el trabajo de investigación realizado para generar una masa crítica de estudios dotada de enjundia y cohesión que permita reforzar los diferentes trabajos desarrollados y que además sea capaz de actuar como fundamentación teórica de futuras investigaciones y proyectos. En este sentido, es importante destacar que la iniciativa OMEDIALITERACY abarca una sistematización que va desde investigaciones académicas a proyectos o aterrizajes prácticos dirigidos a fomentar el pensamiento crítico y a dotar a la ciudadanía de habilidades y competencias necesarias para discernir la información de calidad de aquella que no es de calidad.

FIGURA 3.



Fuente: <https://omedialiteracy.univie.ac.at/>

En el desarrollo de este estudio de caso se ha tenido igualmente presente para el análisis descriptivo dos entregables más, alojados igualmente en el sitio web de la iniciativa, que destacan por ser documentos dirigidos a periodistas, por un lado, y a educadores por otro. Resulta en ambos casos de interés, como se comentará posteriormente, destacar el esfuerzo que se lleva a cabo para presentar los resultados de forma visual mediante un *storytelling* y unos formatos que facilitan la comprensión del fenómeno abordado y que presentan el objeto de estudio desde dinámicas narrativas adaptadas a las necesidades de los profesionales del periodismo y la educación respectivamente. Por último, el proyecto presenta un resumen para *stakeholders*, que busca aproximar la temática y su alcance a las partes interesadas que poseen la capacidad de definir

políticas o definir líneas directrices de proyectos, convocatorias y planes formativos en el marco de la *media literacy*.

#### 4. RESULTADOS

El proyecto, en su primer informe “Countering Disinformation: A review of the scientific and grey literature Characteristics, effectiveness and impact of media literacy interventions and strategies” tuvo como principal objetivo analizar la eficacia y delimitar el impacto de las estrategias e intervenciones de alfabetización mediática para contrarrestar la desinformación. El trabajo se ha organizado en cuatro apartados. Por un lado, en primer lugar, se presenta el contexto actual de desinformación y alfabetización mediática. Por otro lado, en segundo lugar, el entregable expone una revisión detallada de la literatura sobre la definición y los efectos de la desinformación. Este aspecto, como se mencionó anteriormente, es de gran relevancia ya que el concepto ha experimentado una serie de variaciones, derivadas de las características, dinámicas y tendencias de nuestras sociedades, que no estaban contempladas en su definición original. La tercera del informe se focaliza en describir la metodología utilizada en la revisión de la literatura científica y de la literatura gris. Finalmente, el estudio presenta los resultados del análisis de la artículos y documentos analizados, apoyándose en gráficos y esquemas que, en todo momento, facilitan la comprensión del fenómeno abordado. Esta sección incluye una descripción de las características de intervenciones de alfabetización mediática, su eficacia para reducir los efectos de la desinformación. El informe cierra con un apartado de recomendaciones que se centra en articular un diálogo que busca interpelar a diferentes actores como académicos, responsables políticos, periodistas, formadores, profesionales de la educación y ciudadanos.

El estudio, como uno de los hallazgos más destacados, destaca que las intervenciones y estrategias de alfabetización mediática e informacional han demostrado su eficacia a la hora de dotar a los ciudadanos de habilidades y competencias para afrontar la desinformación en su vida cotidiana. Sin embargo, el entregable incide en la importancia y en la



necesidad de reunir una mayor cantidad y diversidad de evidencias empíricas. Concretamente, se alude al desafío de innovar en la ideación y en aplicación de metodologías renovadas para recopilar datos tanto a corto como a largo plazo. Además, se alude a la necesidad de evaluar el impacto de las intervenciones y estrategias de alfabetización mediática e informacional para identificar acciones exitosas a nivel local, regional o internacional.

Respecto al entregable dirigidos a periodistas (ver figura 4) destaca el esfuerzo del proyecto por clarificar la confusión terminológica que, por lo general, engloba a cuestiones como la desinformación en aras de clarificar su significado, sus tipologías y su alcance. Es un ejercicio de interés a nivel divulgativo para facilitar la comprensión de dicho fenómeno, especialmente, por parte de los periodistas. Por su parte, y desde un mismo enfoque marcado por una escritura visual adaptada a la lectura en pantallas, los entregables dirigidos a educadores presentan (ver figura 5) mediante esquemas arbóreos, gráficos y diagramas un panorama del impacto de la desinformación, así como de las principales acciones para combatirla.

En ambos casos se valora muy positivamente, la apuesta por formato que escapan del contenido ensayístico o propio de las revistas científicas, informes o memorias para apostar por piezas muy visuales que trabajan desde mapas conceptuales que buscan destacar conceptos, enfatizar datos que visualizan claramente problemáticas y aportar contenidos que, aun con un cariz teórico, buscan que el usuario sepa llevarlos a su día a día desde un aterrizaje claramente pragmático.

De este modo, el proyecto, a grandes trazos, sabe combinar el registro más académico con el diseño y la generación de contenidos y piezas que permiten, desde la flexibilidad y la construcción de módulos, una lectura, un uso y una difusión autónoma que aborda conceptos puntuales, por separado, pero que articulan un relato continuado y general en su conjunto. Se trata, en definitiva, de un claro esfuerzo por denotar la posibilidad de desarrollar un trabajo descriptivo y explicativo a partir de unos entregables que presentan resultados y conclusiones desde la innovación de los formatos y las explicaciones.

FIGURA 4



# MEDIA LITERACY FOR FIGHTING DISINFORMATION

## WHAT DISINFORMATION IS?

False information that intends to mislead the receiver and that is spread with bad intentions.

Disinformation differs from misinformation in the sense that disinformation is deliberate.



## WHY IS IMPORTANT TO FIGHT AGAINST?

**DISINFORMATION HAS THE POWER  
TO DECEIVE AND HARM THE POPULATION**

Exposure to disinformation can result in poor judgement and in a degradation of the information quality.

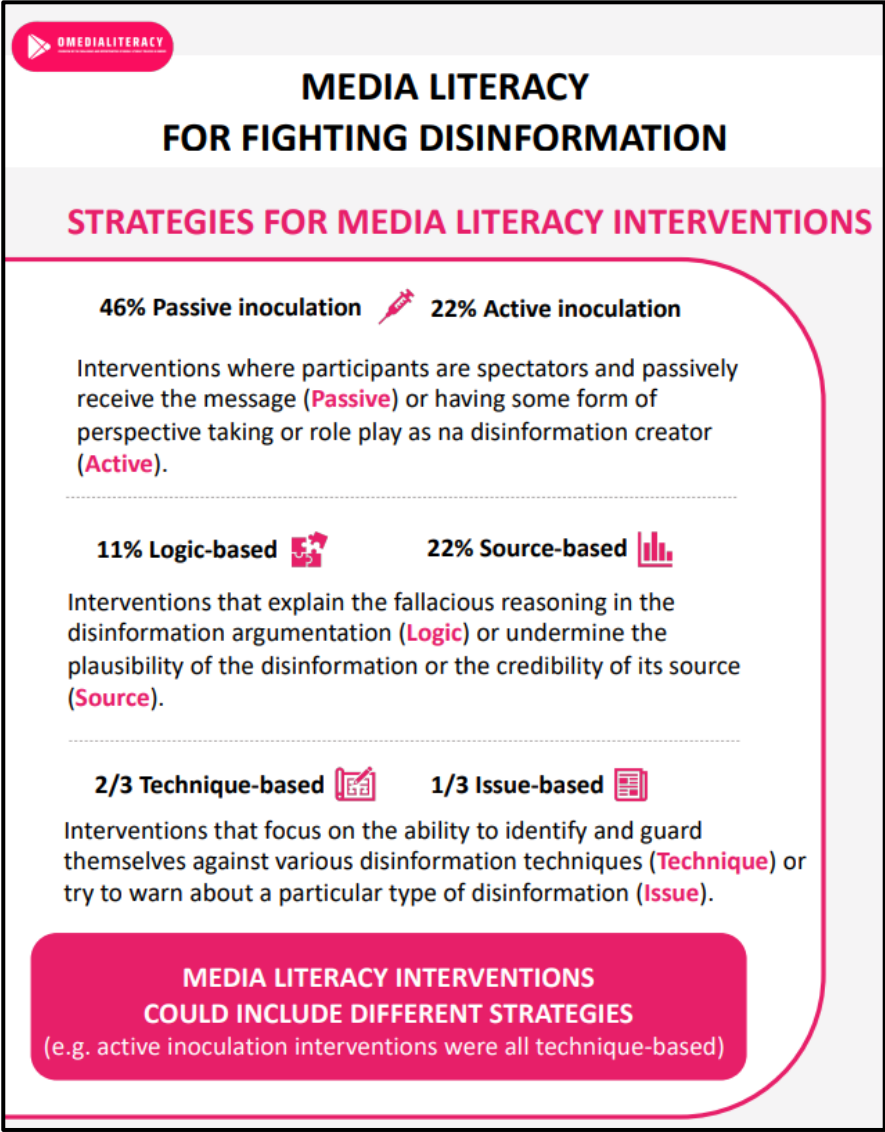
Disinformation can also have numerous detrimental effects for individuals, organizations, and society at large.



**IT IS IMPORTANT TO FIND EFFECTIVE WAYS  
TO COUNTER THE NEGATIVE CONSEQUENCES  
OF DISINFORMATION.**

Fuente: <https://omedialiteracy.univie.ac.at/>

FIGURA 5



Fuente: <https://omedialiteracy.univie.ac.at/>

5. DISCUSIÓN

El estudio de caso del proyecto OMEDIALITERAY introduce una interesante discusión alrededor del abordaje, desde una perspectiva

descriptiva y de cariz teórico, el objeto de estudio que delimita la *media literacy* en sentido general. En este sentido, los entregables presentados destacan la importancia de abordar este fenómeno desde diferentes alcances (local, regional e internacional, por ejemplo) y, de este modo, inciden en la importancia de potenciar aterrizajes conceptuales que diferencien coyunturas y contextos dentro de un mismo estudio o investigación sobre esta temática. Este aspecto refuerza los postulados de Pérez-tornero (2022) y su énfasis en apostar por la *media literacy* en un escenario impactado por un acelerado procesos de mediatización.

El trabajo que incide, en sus diferentes entregables, en que la desinformación puede generar una desconfianza generalizada en los medios, el gobierno, la democracia e instituciones, subraya la importancia de potenciar otro tipo de difusión, divulgación y transferencia de los resultados de trabajos que, aun siendo teóricos, pueden ser de utilidad para diferentes perfiles y escenarios (periodistas, educadores o *stakeholders*, por ejemplo). De este modo, en la línea de los trabajos de Palacio *et al.* (2021) se refuerza la importancia de renovar los procesos de comunicación, divulgación y transferencia.

Por otro lado, el análisis de los diferentes entregables advierte de una clara falta de consenso sobre las medidas de resultados más efectivas para abordar el tema de la *media literacy*. Esto es, son de importancia los estudios de sistematización que identifiquen, reorganicen y conecten estudios, proyectos e iniciativas que se han venido desarrollando en diferentes países o contextos alrededor de este mismo objeto de estudio. No obstante, cabe señalar que el estudio destaca la existencia de una literatura sobre intervenciones de alfabetización mediática, a partir de estudios metodológicamente sólidos, que da solidez a este ámbito de trabajo y que, por ende, fundamenta los trabajos desarrollados dentro de este campo tanto a partir de enfoques inspirados en la teoría (enfoques de inoculación) como en la práctica (enfoques generales).

Sin embargo, se detecta que no existe un consenso sobre las medidas más efectivas, aspecto que dificulta la comparación entre proyectos y propuestas. Por otro lado, el desarrollo de protocolos se plantea como un hito de clara urgencia para el seguimiento y la evaluación de este tipo de iniciativas. A ello, se une la necesidad de articular pautas

eficaces o protocolos para la compilación de datos empíricos sobre el impacto de las intervenciones y de las estrategias de alfabetización mediática. Esta necesidad respalda lo planteado por Gil-Domínguez et al. (2012) y Ornelas et al. (2016) respecto a la importancia de identificar vías renovadas para una transferencia más eficaz del conocimiento derivado de las investigaciones universitarias.

Por otro lado, en la línea de lo apuntado por Tejedor, Romero-Rodríguez y Codina (2022) es crucial el diseño de taxonomías que permitan clasificar mejor los proyectos multimedia que existen sobre la *media literacy* en sentido general. Se requieren, en este sentido, de trabajos que contribuyan a facilitar el diseño y la definición de categorías, directrices conceptuales y/o indicadores en aras de una posterior clasificación de los hallazgos o evidencias a analizar.

## 5. CONCLUSIONES

Este estudio de caso, centrado en el proyecto “OMEDIALITERACY. Overview of the challenges and opportunities of media literacy policies in Europe”, permite concluir que la dispersión terminológica y, por otro lado, la redefinición del concepto de *media literacy* demanda de estudio periódicos que contribuyan a sistematizar, reorganizar, clarificar y cohesionar el acervo de estudios, publicaciones, proyectos e iniciativas que se desarrollan dentro del ámbito de la *media literacy* y sus campos complementarios o afines. En este sentido, se observa la importancia de renovar los procesos de transferencia y divulgación de los resultados derivados de este tipo de proyecto. Se trata, en esta línea, de la necesidad de innovar en la identificación e impulso de formatos que faciliten la comprensión y despierten el interés por conceptos y dinámicas que han quedado impregnadas de un cierto estigma de aburrimiento o tedio. En el contexto actual de emergencia de plataformas y recursos multimedia, audiovisuales e hipermedia resulta crucial que, desde la investigación se potencie la innovación y se trabaje en aras de redefinir los mecanismos de difusión, divulgación y transferencia.

El proyecto advierte además de un elemento de gran interés: existe una desconexión entre los diferentes estudios y trabajos desarrollados

alrededor de la *media literacy*, aspecto que puede fomentar la repetición de propuestas, resultados o conclusiones. Es decir: se plantea la necesidad de establecer proyecto “puente” que reúnan, conecten y cohesionen los diferentes trabajos que se vienen realizando dentro de este mismo campo temático. En esta línea, se puede concluir igualmente que dicho hito demandará de un trabajo cada vez más interdisciplinar y disruptivo que ha de ser capaz de conectar investigaciones y proyectos, así como investigadores y académicos, de diferentes campos y disciplinas. Por otro lado, se observa igualmente la pertinencia de aproximar los resultados de la investigación sobre *media literacy* a colectivos como los educadores o periodistas. En ambos casos, por su labor, resultan profesionales de una importancia decisiva para potenciar el alcance de los resultados obtenidos en este tipo de trabajo. Este aspecto es crucial en un escenario marcado por la desinformación, la infoxicación, el ruido digital y la posverdad.

Por último, con relación al estudio abordado, y como una posible debilidad y, al mismo tiempo, línea de desarrollo futuro, se observa la pertinencia de conectar este tipo de investigaciones con trabajos similares que se hayan venido desarrollando en otras regiones del mundo. De este modo, se podría aprovechar el establecimiento de sinergias y sería más factible la consolidación del campo de estudio desde trabajos que se respalden en evidencias y hallazgos obtenidos en otros enclaves. Esto además se une al interés de comprobar si los desafíos que introduce la *media literacy* en el sentido más amplio de este término, son similares en diferentes coyunturas y latitudes más allá de aspectos como la situación social, económica, educativa o política. Se trata, en definitiva, de un campo prolífico en el posible desarrollo y en la futurible ideación de proyectos, investigaciones y trabajos en los próximos años. En esta línea, la eclosión de la Inteligencia Artificial (IA) exige considerar este desarrollo tecnológico en este tipo de estudios y en el proceso, mencionado a lo largo de este trabajo, de redefinición de la *media literacy*. La dispersión terminológica es, sin duda, un elemento que, como apunta este estudio, invita a proseguir esta línea de investigación desde un enfoque descriptivo y explicativo que desemboque a la articulación de una nueva conceptualización.

Por último, se plantea la idoneidad de conectar este tipo de proyectos de investigación y sus resultados con los investigadores, académicos e instancias que se encargan del diseño de los planes curriculares. En este sentido, sería de interés valorar e indagar sobre las posibilidades de conectar este tipo de trabajos teóricos sobre la *media literacy* con los procesos de enseñanza y aprendizaje del alumnado, especialmente, de carreras y estudios vinculados con la comunicación y la educación. En esta misma línea, el trabajo inaugura una interesante vía de estudio alrededor de la formación del profesorado (en este caso, desde una perspectiva más interdisciplinar) en el ámbito de la *media literacy*. El estudio cartografía una temática que interpela al conjunto de los educadores y que demanda de un abordaje tanto autónomo como transversal. En este sentido, el estudio identifica a los periodistas y a los medios de comunicación como actores decisivos en el impulso de la alfabetización digital y mediática. Son, sin duda, elementos de una importancia estratégica en el diseño, en la implementación y en el desarrollo, presente y futuro, de investigaciones, proyectos y actividades dirigidos a que la ciudadanía comprenda el valor de la información de calidad y conozca como discernir entre mensajes de valor y/o fraudulentos o tóxicos; sepa generar su propio contenidos desde parámetros fundamentados en la ética y el pensamiento crítico; y posea una capacidad de evaluación de los recursos que circulan por el ciberespacio. Todo ello redundará en la importancia de sensibilizar a medios y periodistas sobre su rol crucial en los procesos de fomento de una ciudadanía ducha no solo en el manejo instrumental o técnico de las herramientas, las plataformas y los contenidos sino igualmente en el uso exigente, deontológico e inspirado en valores de las mismas.

Por último, el trabajo interpela a otro tipo de actores que aluden a instituciones, poderes fácticos e incluso entidades del tercer sector que han de tomar conciencia de la importancia de la *media literacy* y de la necesidad de impulsar proyectos y propuestas que contribuyan a su fomento y consolidación. En último término, resulta necesario que el diseño de proyectos e investigaciones se realicen desde la conexión entre la academia y la industria, así como otros actores de la sociedad.

El proyecto “OMEDIALITERACY. Overview of the challenges and opportunities of media literacy policies in Europe”, financiado *European Media and Information Found*, constituye un buen ejemplo de una iniciativa capaz de acerca la investigación de cariz más teórico a diferentes sectores y actores de la ciudadanía. No obstante, más allá de los destinatarios a los que se ha dirigido (académicos-estudiantado, periodistas, educadores y *stakeholders*) es crucial idear propuestas que, de forma directa, sitúen al conjunto de la ciudadanía como su target principal y prioritario. Este aspecto dota, sin duda, de mayor complejidad al trabajo investigativo en la medida en que los estudios han identificado diferentes perfiles de usuarios y hábitos de acceso a los medios, los contenidos y las plataformas del ciberespacio. Este aspecto invita, por ende, a valorar la pertinencia de proyecto dirigidos a una audiencia muy amplia versus la idoneidad de trabajar únicamente con iniciativas que se focalicen en targets muy específicos y concretos. No obstante, sería de gran interés, tanto a nivel investigativo como divulgativo, articular propuestas que, desde un enfoque intergeneracional, contribuyeran a conectar diferentes generaciones y, de este modo, trabajar la *media literacy* a partir de la convergencia de saberes y la complementariedad entre usuarios dotados de conocimientos muy diversos. Es, en conclusión, un escenario dotado de un potencial investigativo, divulgativo y de transferencia, prolífico en posibilidades y que, sin duda, demandará de nuevos y renovados estudios en los próximos años.

## 7. AGRADECIMIENTOS/APOYOS

Este trabajo está respaldado por el proyecto *OMEDIALITERACY. Overview of the challenges and opportunities of media literacy policies in Europe*, seleccionado en el marco del Fondo Europeo de Medios e Información gestionado por la Fundación Calouste Gulbenkian.



## 8. REFERENCIAS

- Chibás Ortiz, F., Tejedor, S., Milani Zottis, K., & Dias, A. P. (2023). Las Ciudades Universitarias MIL como propuesta de la UNESCO para la transformación de los campus universitarios: barreras y oportunidades. *AdComunica*, (25), 51-72.
- Gerhardinger, L.C., Colonese, A.C., Martini, R.G. da Silveira, I.; Zivian, A.; Firme Herbst, D.; Glavovic; B.; Tejedor, S.; Christie, P. (2024). Networked media and information ocean literacy: a transformative approach for UN ocean decade. *npj Ocean Sustain* 3(2), 1-10. <https://doi.org/10.1038/s44183-023-00038-2>
- Gil-Domínguez, J.; Domínguez, R.; García, L.; Mathison, L.; Gándara, J. (2012). La investigación universitaria como eje de la transferencia social del conocimiento. *Publ.Cienc.Tecnol*, 6(1), 41-51.
- Marta-Lazo, C.; Gabelas, J. A. (2016). Comunicación digital: un modelo basado en el Factor R-elacional. Editorial UOC.
- Ornelas D.; Cordero, G.; Cano, E. (2016). La transferencia de la formación del profesorado universitario. Aportaciones de la investigación reciente. *Perfiles educativos*, 38(154), 57-75.
- Palacio, D.; de Zulueta, F.; Diez, R.; Giménez, J. (2021). La Usabilidad Como Problema De comunicación. *Revista Latina De Comunicación Social*, 79(3), 135-50. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1492>.
- Pérez Tornero, J.M. (2020). La gran mediatización I. El tsunami que expropia nuestras vidas. Del confinamiento digital a la sociedad de la distancia. Editorial UOC.
- Remenyi, D. (2012). Case Study Research. Academic Publishing International.
- Samy-Tayie, S., Tejedor, S., & Pulido, C. (2023). News literacy and online news between Egyptian and Spanish youth: Fakenews, hate speech and trust in the media. *Comunicar*, 74. <https://doi.org/10.3916/C74-2023-06>
- Tejedor, S. & Sancho-Ligorred, B. (2023). Cartografía mundial de herramientas, fact-checkers y proyectos contra la info-demia. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29 (4), 933-942. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/87838>
- Tejedor, S., Romero-Rodríguez, L. M., & Codina, L. (2022). Integrated research model for web interfaces: toward a taxonomy of quantitative and qualitative analysis for digital native media. *Profesional De La información*, 31(6). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.nov.19>
- Yin, Robert K. (2018). Case Study: Research and Applications. SAGE Publications.