ISBN 978-84-09-68101-3

IDI

Libro de Actas 2023 2024

JORNADAS DE INNOVACIÓN Y DOCENCIA IBEROAMERICANAS IDI-UNED

UNED

Copyright © 2024 IDI-SPAIN.org | Powered by E.G.B.

LIBRO DE ACTAS

III Y IV JORNADAS INNOVACIÓN Y DOCENCIA IBEROAMERICANA

COORDINACIÓN:
CARMEN CANTILLO VALERO, JOSÉ JAVIER HUESO ROMERO, EDUARDO GARCIA BLÁZQUEZ Y JAVIER GIL QUINTANA

AUTORAS Y AUTORES PARTICIPANTES:
MANUEL FERNÁNDEZ-GALIANO AMORÓS, CARMEN CANTILLO VALERO, LORENA LATRE, EDUARDO GARCIA BLÁZQUEZ, JAVIER GIL QUINTANA, ISABEL INIESTA ALEMAN, ANA FAÑANÁS-BIESCAS, MANUEL LEON, PAULA ESTALAYO, ELENA BLANCA MARTÍNEZ PIEDRA, JOSÉ JAVIER HUESO ROMERO, ITIZAR PEDROCHE SANTOVEÑA, SIMÓN GIL TÉVAR.

ISBN 978-84-09-68101-3

Comité científico

Javier Gil Quintana, Universidad Nacional de Educación a Distancia
Carmen Cantillo Valero, Universidad Nacional de Educación a DistanciaSara Osuna Acedo, Universidad Nacional de Educación a Distancia
Lorena Latre, Universidad de Zaragoza
Eduardo García Blázquez, Universidad Nacional de Educación a Distancia
Isabel Iniesta Aleman, Universidad Internacional de la Rioja
Ana Pilar Fañanás Biescas, Universidad de Málaga
Cristina Sánchez Romero, Universidad Nacional de Educación a Distancia Miguel Ángel Gallego Cárdenas, Centro de Educación de América Latina el Caribe
Alejandro Quintas Hijos, Universidad de Zaragoza
Manuel Fernández-Galiano Amorós, Universidad Nacional de Educación a DistanciaFco. Javier de la Cruz Macho, Universidad Nacional de Educación a Distancia Alejandro Ignacio Rodríguez Simón, Universidad de Nebrija
Susana Regina López, Universidad de Quilmes
Efrén Romero Riaño, Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología
César H. Limaymanta, Universidad Nacional Mayor de San Marcos Tomás Fontaires Ruiz, Universidad Técnica de Machala
Bárbara Castillo Abdul, Universidad de Diseño, Innovación y Tecnología
Luis Miguel Romero Rodríguez, Universidad Rey Juan Carlos José Javier Hueso Romero, Universidad Antonio de Nebrija Margarita Vasco González, Universidad Autónoma de Madrid
Carlos Monge López, Universidad Nacional de Educación a Distancia Paula Estalayo Bielsa, Universidad Nacional de Educación a Distancia Patricia Gómez Hernández, Universidad Nacional de Educación a DistanciaRubén Fernández Mateos, Universidad Nacional de Educación a Distancia Iván Artaza, Centro Universitario Trilingüe de Argentina
Andrea Cifuentes, Centro Universitario Trilingüe de Argentina
Carmen Eugenia Pedraza Ramírez, Universidad Nacional Abierta y a Distancia
David Jiménez Hernández, Universidad Nacional de Educación a Distancia
Javier Castillo López, Universidad Nacional de Educación a Distancia

Equipo de trabajo

Simón Gil Tévar, Universidad Católica de Ávila
Itziar Pedroche Santoveña, Universidad Nacional de Educación a Distancia
Elena Blanca Martínez Piedra, Universidad Nacional de Educación a Distancia
Sandra García Valiente Universidad Nacional de Educación a Distancia
Carlota Casal, Universidad Nacional de Educación a Distancia

Contenido

LIBRO DE ACTAS 3
III JORNADAS INNOVACIÓN YDOCENCIA IBEROAMERICANA 8
Título: Redes sociales en la sociedad postdigital 9
Resumen: 9
1. Introducción 10
2. Redes sociales ¿escenarios de participación? 10
3. Redes anti-sociales, de youtubers e influencers, de espectáculo y deconsumo 11
4. Redes de guerra y de mentira 12
5. Fobia a las redes sociales 12
6. Conclusión 13
7. Referencias 13
CONFERENCIA 15
Resumen 15
1. Introducción 16
2. Marco teórico 16
2. Metodología 17
5. Referencias 19
CONFERENCIA 20
Resumen 20
1. Introducción 21
2. Contexto académico 21
3. Contexto curricular: metodologías activas y gamificadas 21
4. ¿Qué y cómo se desarrolló? 22
5. Objetivos de la experiencia 22
6. ¿Qué opinan los agentes implicados? Investigación-acción 23
7. Conclusión. Investigación-acción 23
8. Referencias 24
IV JORNADAS INNOVACIÓN YDOCENCIA IBEROAMERICANA 25
CONFERENCIA 26
Resumen 26
Acceso a la grabación de la conferencia: 26
1. Introducción 27
2. El Metaverso y la Revolución en la Industria de la Moda 27
3. El Metaverso y la Publicidad: Nuevas Formas de Comunicación Digital 27
4. Proyectos Educativos en el Metaverso: Innovación y Empoderamiento 28
5. Empoderamiento Ciudadano en el Metaverso: Nuevas Oportunidades de Participación 28
6. Mirando Hacia el Futuro: Tecnologías Clave a partir de 2024 29
7. Conclusión 30

8. Referencias 30
CONFERENCIA 31
Resumen 31
1. Concepto de salud 32
2. Necesidades psicológicas básicas 33
3. Lenguaje audiovisual y aprendizaje multimedia 33
4. Educación en salud digital y uso responsable 34
5. Conclusiones 35
7. Referencias 35
CONFERENCIA 37
Resumen 37
2. Salud digital y relación con la IA 39
3. Conclusión 40
3. Referencias 41
CONCLUSIONES COORDINACIÓN PANEL DE EXPERTOS 43
Resumen 43
1. Introducción 44
2. Conclusiones de expertos 44
3. Referencias 46
CONFERENCIA 47
Resumen 47
1. Introducción 47
2. Metodología 49
3. Resultados 49
4. Conclusión 50
5. Referencias 51
CONFERENCIA 51
Resumen 52
1. Introducción: Importancia de la alfabetización mediática 52
2. Proyecto MELISE: Un esfuerzo europeo por la alfabetización mediáticapara mayores 54
2.1 Objetivos y acciones del proyecto 54
2.2 Resultados y aportes esperados 55
3. Conclusión 56
4. Referencias 57
CONFERENCIA 57
Resumen 58
1. Introducción 58
2. Curso sMOOC 59
3. Taxonomía de las 7 Es 61
5. Referencias 62

CONFERENCIA..... 62
Resumen..... 63
1. Introducción..... 64
2. Metaverso: centro senior..... 64
3. Conclusión..... 66
4. Referencias 66
CONCLUSIONES COORDINACIÓN PANEL DE EXPERTOS..... 66
Resumen..... 67
1. Edadismo y sociedad posdigital..... 68
2. Proyecto MELISE: una respuesta de alfabetización mediática para todala vida..... 68
3. sMooc “Alfabetización mediática para seniors”. Un curso creado desde launed para la inclusividad desde la inclusividad. 70
4. Centro de alfabetización senior: la experiencia más inmersiva de MELISE enel metaverso 71
5. Referencias 71

III JORNADAS INNOVACIÓN Y DOCENCIA IBEROAMERICANA

ACTAS

Retos de la digitalización en la comunicación y educación universitaria: Redes Sociales

2023

CONFERENCIA PLENARIA

Título: Redes sociales en la sociedad postdigital

Autor: Dr. Javier Gil Quintana

[1.] Universidad Nacional de Educación a Distancia

Resumen:

El uso de las redes sociales ha transformado el concepto de participación posibilitando una interacción ciudadana global y la expresión de un activismo en social media. Sin embargo, aún se dan hechos y situaciones donde reluce la brecha digital que excluye a quienes carecen de recursos o de medios necesarios, limitandoasí la igualdad de oportunidades en la participación. Estas redes sociales fomentan,no sólo la participación, sino también aspectos propios de la visión deshumanizadorade nuestra persona, como son los comportamientos antisociales, los discursos de odio, la aporofobia, así como el consumo desmedido alentado por algoritmospersonalizados. A su vez, figuras públicas en su papel como influencers delmercado, contribuyen a crear una "crisis de extimidad" y perpetúan un consumoguiado por un prosumidor que se posiciona como EAV, VE, CD, MM e II. Actualmente los conflictos sociales como las guerras convierten a las redes socialesen escenarios de desinformación donde las fake news campan a sus anchas, y sonutilizadas por el poder político para manipular la opinión pública. Frente a estosefectos negativos, surge la "fobia" a las redes por el temor de ser controlados, adictoso manipulados.

Si bien las redes sociales facilitan la participación, plantean retos éticos y sociales que exigen un uso más consciente y responsable.

Palabras clave: Creatividad, gamificación, empoderamiento del alumnado.

Acceso a la grabación de la conferencia plenaria:
https://www.youtube.com/watch?v=BPpeXYOuGRw

1. Introducción

Las redes sociales se han convertido en espacios de participación característicos dela sociedad postdigital transformado la comunicación. Desde estos espacios se ha permitido que las personas, desde cualquier parte del mundo, compartan sus propias opiniones y sus propias experiencias en cualquier formato mediático y a tiempo real.Sin embargo, este mismo poder de interconexión puede exponer a las mismas personas que interactúan a peligros significativos como el ciberacoso (Patchin & Hinduja, 2018), privacidad y seguridad de datos (Cadwalladr & Graham-Harrison, 2018), desinformación (Friggeri, Garimella, & Weber, 2014), impactos en la salud mental (Twenge, 2017), etc.

En este contexto postdigital, la ciudadanía en estas redes sociales, nos convertimosen Prosumidores (Gil-Quintana, 2023): Explotados, Acosados y Víctimas (EAV); en Prosumidores Vinculados Emocionalmente (VE); Prosumidores Construidos Digitalmente (CD); Prosumidores Muertos Analógicos y Muertos Digitalmente (MM). Prosumidores que interactúan en redes sociales como escenarios de participación. redes antisociales, de youtubers e influencers, de espectáculo y de consumo, de guerra y de mentira.

A continuación, presentamos los aspectos más importantes presentados en la Conferencia Plenaria presentada por el Dr. Javier Gil Quintana: “Redes sociales enla sociedad postdigital” presentada el 7 de noviembre de 2023 en las III Jornadas Innovación y Docencia Iberoamericanas (IDI), organizadas por la Universidad Nacional de Educación a Distancia y la Asociación IDI, dentro del marco “Retos de la digitalización en la comunicación y educación universitaria: Redes Sociales”.

2. Redes sociales ¿escenarios de participación?

La ciudadanía participa a través de las redes sociales, expresando sus ideas, acciones sociales y activismo. De esta manera, se pueden identificar varias ventajasen el uso de estas plataformas: la interacción bidireccional en la web 2.0, laeliminación de barreras espaciales y temporales, la influencia en los modos de pensar y la expansión del círculo de personas afines. Estos espacios se crean, por lo tanto, en el marco de una cultura de participación; no obstante, es fundamental que esta participación se transforme en “una estrategia cultural de los diversos grupos sociales para reinventar el poder ciudadano digital” (Aparici y Osuna, 2013, p.145). Es decir, un movimiento ciudadano que represente una auténtica participación, que no se limite a las redes, sino que sea visible en todos los contextos,lugares y países donde se desenvuelve la vida social.

A pesar de los avances en la tecnología de vanguardia, aún persiste una considerable brecha digital en la “aldea global” (McLuhan y Powers, 2002). Este hecho genera exclusión (Hindman, 2009), donde el objetivo no es solo participar, sino, por determinados sectores, destacar. A raíz de esta situación, los “sectores privilegiados” cuentan con mayores oportunidades para establecer conexiones y participar, ya que poseen “conexiones sociales que les abren puertas a nuevas oportunidades” (Jenkins, Ito, & Boyd, 2016, p.77). En consecuencia, debemos seguirreflexionando abriendo espacios de discusión sobre si las redes sociales son

realmente plataformas de participación igualitaria y si en ellas se vive una igualdad de oportunidades.

3. Redes anti-sociales, de youtubers e influencers, de espectáculo y de consumo

El discurso en estos entornos digitales configura un espacio comunicativo que limitala confrontación racional, a la vez que fomenta comportamientos 'antisociales' (PardoGil y Noblía, 2015), lo que se manifiesta en reacciones de rechazo, bloqueo e inclusocensura. Su objetivo es manipular nuestras emociones, sentimientos y deseos, elementos profundamente personales, generando un discurso de odio que alimentauna cultura desvinculada de los valores y derechos fundamentales, los cuales hemoslogrado con gran esfuerzo. Algunos estudios sobre el discurso en redes sociales, como los casos del niño Gabriel Cruz o del niño Julen, ilustran esta problemática.

Asimismo, en redes sociales se presentan actitudes antisociales de aporofobia. ¿Esel rechazo hacia el extranjero o en realidad hacia las personas pobres en estos espacios? Adela Cortina, en su obra Aporofobia, el rechazo al pobre, reflexiona sobre este tema, enfatizando que el discurso de odio en redes sociales no siempre es xenofobia, sino aporofobia (rechazo a la pobreza).

En medio de este espectáculo mediático, se puede observar que, además del rol cívico y educativo del periodismo, los líderes de opinión como influencers, instagramers, youtubers y otros tertulianos de televisión, juegan un papel relevante como transmisores de información y analistas, contribuyendo a la construcción de un "imaginario social" (Castoriadis, 2013). Hemos convertido en figuras de culto a ciertas personas que han construido su fama en redes y medios, permitiéndose unaexposición pública de su vida privada que alimenta una "crisis de extimidad", dondeeste "íntimo desconocido" se transforma en un espectáculo público. Podría afirmarseque estos "representantes mediáticos" están influenciados por el "efecto Dunning- Kruger", un sesgo cognitivo que lleva a personas con poca habilidad en un área específica a sobreestimar sus capacidades, mientras que aquellos verdaderamentecompetentes suelen subestimarse en comparación con los anteriores.

Sin embargo, estos peligros no se limitan a las redes sociales como canales de comunicación, sino que también se configuran como redes de consumo, convirtiendoa las personas en consumidores y, a la vez, en víctimas de su propio consumo. La burbuja de filtros crea un universo de información personalizada mediante una seriede filtros específicos (Pariser, 2011). Eric Schmidt predijo que sería difícil que las personas accedan a contenidos que no hayan sido diseñados a su medida, por eso,los algoritmos desempeñan un papel crucial en este proceso. Los algoritmos proporcionan a las personas usuarias de redes sociales contenido atractivo para ellas y ellos, incentivando un consumo continuo y generando publicidad personalizada que, en muchos casos, anticipa nuestras decisiones antes de que lastomemos. Nos convertimos así en Prosumidores (Gil-Quintana, 2023): Explotados, Acosados y Víctimas (EAV); en Prosumidores Vinculados Emocionalmente (VE); Prosumidores Construidos Digitalmente (CD); Prosumidores Muertos Analógicos y Muertos Digitalmente (MM).

4. Redes de guerra y de mentira

El escenario de confrontación en la sociedad postdigital es un espacio específico donde existe el riesgo de que los propios países que se sustentan en principios democráticos terminen violándolos. Esto se ha evidenciado en conflictos como el de Rusia y Ucrania, donde grupos terroristas aprovechan esta red de algoritmos para generar catástrofes a escala global. Así, nos encontramos con nuevos líderes postdigitales, así como con ejércitos, héroes y villanos modernos, que encuentran en los algoritmos y la desinformación su propio campo de batalla.

En este contexto mediático de espectáculo, consumo y conflicto, la mentira prevalece. ¿Por qué sucede esto? Un claro ejemplo son las *fake news*, un fenómenobasado en el espectáculo que se ha convertido en un arma política y una justificaciónpara restringir los derechos y libertades de los ciudadanos. Los grupos de poder mediático son los principales interesados y promotores de desinformación y, posteriormente, el poder político propone legislar en base a esas mismas mentiras.En este sentido, recordamos el análisis que Chomsky (2016) realizó a través de susdiez estrategias de manipulación mediática: distracción, creación de problemas y soluciones, implementación gradual, postergación, tratar al público como si fuera infantil, apelar a las emociones, mantener a la población en la ignorancia y la mediocridad, promover la conformidad, reforzar la autoculpabilidad y conocer a los individuos mejor de lo que ellos mismos se conocen.

5. Fobia a las redes sociales

En un contexto marcado por luchas de poder, su rol también es crucial para fomentarla paz y promover una actitud responsable frente a los peligros y temores asociadosa las redes sociales. ¿Temores? Así es; del mismo modo que se crea una necesidadde actuar como prosumidor en estos espacios, también surge entre la ciudadanía elmiedo a participar, ya sea por sentirse adicto, vigilado, manipulado o controlado.

Como alternativa a esta situación y como resistencia ante la presión de “estar en redes sociales”, Lanier (2018) expone en su libro *Diez razones para borrar tus redessociales de inmediato* una serie de argumentos, planteados como reflexiones abiertas, para disuadir a las personas de usar las redes sociales. Estas son sus razones:

- Razón 1: Estás perdiendo el libre albedrío.
- Razón 2: Renunciar a las redes sociales es la mejor manera de resistir a la locurade nuestro tiempo.
- Razón 3: Las redes sociales te están convirtiendo en un idiota.
- Razón 4: Las redes sociales están socavando la verdad.
- Razón 5: Las redes sociales están vaciando de contenido todo lo que dices.
- Razón 6: Las redes sociales están destruyendo tu capacidad de empatizar.
- Razón 7: Las redes sociales te hacen infeliz.
- Razón 8: Las redes sociales no quieren que tengas dignidad económica.
- Razón 9: Las redes sociales hacen imposible la política.
- Razón 10: Las redes sociales aborrecen tu alma.

6. Conclusión

Las redes sociales han revolucionado la participación de la ciudadanía, pero han generado importantes desafíos tanto éticos como sociales. Aunque posibilitan la interacción global, la brecha digital y los comportamientos antisociales limitan su impacto positivo, mientras que la desinformación y la manipulación emocionalafectan la percepción pública. El modelo actual de redes sociales debe ser cuestionado, buscando un uso más responsable; y, dentro de este modelo propio del mercado, donde se sitúan los influencers, apostar desde el ámbito comunicativoy pedagógico, por el influencer de aprendizaje (Gil-Quintana, 2023). Es necesario promover un equilibrio entre los beneficios de los espacios de participación yaquellos riesgos que se proyectan en los mismos. Un reto imprescindible para la alfabetización mediática.

7. Referencias

Aparici, R., & Osuna, M. (2013). *Una estrategia cultural de los diversos grupos sociales para reinventar el poder ciudadano digital*. En M. A. Sánchez & A. G.García (Eds.), *La comunicación en la era digital: Nuevas perspectivas* (p. 145). Editorial Comunicación.

Cadwalladr, C., & Graham-Harrison, E. (2018, marzo 17). *The Cambridge Analytica files*. *The Guardian*. https://www.theguardian.com/news/series/cambridge-analytica-files

Castoriadis, C. (2013). *El imaginario social y lo imaginario en general*. Editorial Akal.

Chomsky, N. (2016). *Estrategias de manipulación mediática*. Editorial Akal.

Friggeri, A., Garimella, K., & Weber, I. (2014). Rumor cascades. *Proceedings of the Eighth International Conference on Weblogs and Social Media*, ICWSM 2014, 101-110. https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM14/paper/view/8107

Gil-Quintana, J. (2023). *Educación y comunicación en la sociedad postdigital. Investigación documental y análisis de perspectivas*. Editorial Octaedro.

Hindman, M. (2009). *The myth of digital democracy*. Princeton University Press.

Jenkins, H., Ito, M., & Boyd, D. (2016). *Participatory culture in a networked era: A conversation on youth, learning, commerce, and politics* (p. 77). Polity Press

Lanier, J. (2018). *Ten arguments for deleting your social media accounts right now*. Henry Holt and Company.

McLuhan, M., & Powers, B. (2002). *La aldea global: Transformaciones en la comunicación tecnológica*. Editorial Martínez Roca.

Pardo Gil, F., & Noblía, F. (2015). *La influencia de las redes sociales en la conducta social y el comportamiento juvenil: Fomento de comportamientos 'antisociales'*. Editorial Académica Española.

Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin Press.

Patchin, J. W., & Hinduja, S. (2018). Cyberbullying and suicide. *American Journal of Public Health, 108*(10), 1356–1361. https://doi.org/10.2105/AJPH.2018.304659

Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy—and completely unprepared for adulthood*. Atria Books.

CONFERENCIA

Título: Aprendizaje más allá de las aulas. La adolescencia en Instagram

Manuel Fernández-Galiano Amorós[1]
[1.] Universidad Nacional de Educación a Distancia
manuel.fg@flog.uned.es

Resumen

La sociedad actual necesita dar respuesta a las preguntas que plantean los retos postdigitales a través de los social media, donde *Instagram* es la más usada por la juventud. Ello manifiesta la importancia de la competencia digital en el desarrollo dela adolescencia, de manera que se han estudiado las interacciones, el consumo, la creatividad y la producción que realizan en este medio social. A partir de un método mixto, que triangula la información cuantitativa, con 452 encuestados de la muestra española y 99 encuestados de la mexicana; y cualitativa, con 67 participantes de la muestra española y 20 de la mexicana, se exponen los resultados comparados. Las interacciones muestran una gran participación y afinidad con amistades, familiares, compañeras y compañeros de clase, así como el desarrollo de su propia identidad.El consumo resulta muy elevado, diaria y semanalmente, así como heterogéneo, debido a los intereses personales, recalcando la cultura del meme, así como la cultura audiovisual de los stories y los selfies. La creatividad y la producciónproyectan mecanismos muy originales y una cultura sólida, usando *stories* o *posts*,caracterizados por su facilidad de edición y su cotidianidad. Por último, los riesgos de empleo se observan en los perfiles falsos, la falta de verosimilitud o la manipulación, el acoso o la excesiva exposición de su vida íntima y privada. Las conclusiones indican que la adolescencia debe ser acompañada en este ámbito digital, para favorecer su enriquecimiento personal, sus tipos de relaciones, su enorme capacidad creativa, así como una prevención de la aparición de riesgos, como la adicción.

Palabras clave: adolescente, redes sociales, interacción social.

Acceso a la grabación de la conferencia:
https://www.youtube.com/watch?v=PQEg5zx0PDM&list=PL-8nLSm0Gqecs89RmGYwA6DBRK9qh2mMh&index=5

1. Introducción

Hoy en día, la sociedad vive imbuida y rodeada de herramientas digitales que utilizaa diario. En concreto, las redes sociales nos acompañan a lo largo del recorrido de nuestra vida y, en concreto, a los adolescentes. Este trabajo pretende indagar acercadel uso que realizan los adolescentes mediante *Instagram*.

Las redes sociales forman parte de la vida en la etapa de los adolescentes españolesy mexicanos. Escenarios virtuales como *Facebook, Twitter* e *Instagram* han revolucionado las formas de publicar e interaccionar, construir relaciones e incluso configurar la propia identidad en la Sociedad Líquida (Bauman, 2002). Es una red social que permite, principalmente, compartir material audiovisual, fotos y vídeos que pueden ser editados por todas las usuarias y usuarios utilizando herramientas de edición como filtros, marcos, colores, etc. En este universo social que se proyecta en la red creada por Kevin Systrom y Mike Krieger, cobran especial relevancia las interacciones, entendidas como una influencia recíproca entre los individuos, constituyen la vida cotidiana de sujetos comprendidos entre edades de 11 a 19 años, entre la pubertad y la madurez.

2. Marco teórico

Instagram resulta un espacio clave en la adolescencia, por diversas razones. En él, pueden encontrarse diferentes configuraciones de una cultura digital basada en las manifestaciones comunicativas, que fagocitan las interacciones y la participación deun entorno motivador. Así, se pueden encontrar comunidades vinculadas por intereses variados y muy diferentes entre sí, lo que refleja la heterogeneidad social que se observa en el momento presente que cada vez es más heterogéneo y muestra un escaparate social más enriquecido. *Instagram* cuenta con diferentes herramientas que favorecen este uso, como la publicación de imágenes en forma decarrusel, los *posts*, los *reels*, los directos, así como las historias, más famosas y conmayor impacto. Su complejidad estriba en su capacidad para generar narrativas transmedia que favorecen una perspectiva única e íntima de las personas adolescentes acerca del mundo que les rodea, de tal manera que la forma de comunicarse y aprehender el mundo ha cambiado en esta sociedad postdigital, quepersigue enseñar un yo más complejo e influido por las corrientes innovadoras de los medios sociales. A su vez, estas expresiones identitarias fagocitan la emotividady las expresiones personales, relativas a colectividades diversas. Con todo, el empleo de este tipo de herramientas digitales no impide que exista un debate acercade cuáles son los usos más o menos adecuados a las personas adolescentes y la capacidad que pueden tener de beneficiar o desfavorecer el desarrollo personal y madurativo de las personas jóvenes que se encuentran imbuidos en este marco digital que les rodea y del que son plenamente influidos a través de una forma de cultura de medios sociales que está en constante transformación. De esta manera, se pretende encontrar un punto de encuentro entre todas estas implicaciones, que acerque a la realidad adolescente el enfoque educativo que permita elaborar acciones de prevención de aparición de riesgos y, a su vez, permita encontrar un

cauce de creación de la cultura colectiva de los medios sociales y sus formas de comunicación.

Se han establecido unos conceptos que permiten entender y analizar de manera más cercana la muestra a través de las categorías de interactividad, consumo, creatividad y producción y peligros del uso de *Instagram*. La interacción es entendidadesde un enfoque de "emirec" (Cloutier, 1973) puesto que se observa a los propiossujetos de la comunicación. Se debe tener en cuenta el efecto «FOMO», que generaun rechazo a la exclusión social; así como la sensibilidad que se proyecta en la construcción del yo, que es natural en el proceso de maduración de las personas adolescentes y podría considerarse positivo para su desarrollo, dependiendo de los tipos de referentes. Respecto al consumo, es entendido como un conjunto de acciones que se denomina «economía de la atención» (Peirano, 2019; p. 14), organizada en una red de «prosumidores», que generan hábitos aceptados por parte de otros iguales. La creatividad y la producción fomentan ese espacio de interacciones y de consumo a través de creaciones digitales como textos, vídeos, imágenes, etc. Así, la diversidad de intereses se manifiesta de manera colaborativa(Gil-Quintana, 2016), incidiendo en una cultura y un espacio que busca replicar ejemplos preexistentes (Lessig, 2009) para aumentar las relaciones entre *followers* (Fernández-Gòmez, Vázquez y Fernández, 2022) o la reflexión colectiva, la participación colectiva (Cuevas, Cerda y Yokoigawa, 2022), el aprendizaje colectivizado (Tarragó, 2022) o conocimiento colectivo. Respecto a los peligros, laspersonas adolescentes pueden incurrir en determinados riesgos, como la adicción (Peirano, 2019), principalmente, aunque también el uso de algoritmos, el ciberodio, la idealización corporal (García-Consuegra Ruiz-Aragón, 2020), la manipulación, problemas de violencia (Cañadilla Pérez, 2022) o discursos de este tipo (Galarza Fernández, Sánchez-Labella Martín y Simancas González, 2022).

2. Metodología

La metodología empleada en el presente trabajo consiste en la triangulación de las perspectivas cualitativa y cuantitativa, cuya intención reside en la de abarcar un mayor conocimiento del campo. En este sentido, desde un enfoque cuantitativo, se lleva a cabo un cuestionario de 60 ítems, que se ofrece a una muestra no probabilística de adolescentes de entre 12 y 19 años de España y México. En este estudio se ha utilizado un muestreo no probabilístico intencional a adolescentes conun rango de edad entre 12 a 19 años. En la española, hay un total de 452encuestados y 17 grupos de 67 adolescentes. En la mexicana, se encuentra una muestra de 99 encuestados y 5 grupos de un total de 20 encuestados.

3. Resultados

Aprender interaccionando es una de las habilidades que las personas adolescentes realizan, debido a que muchos siguen cuentas de temáticas diversas, sobre memes, música, moda o deportes. En ese sentido, existen relaciones de inclusión con el aumento de la edad. No obstante, en las zonas rurales se dan menos seguidores que en las ciudades, así como el aumento del nivel educativo se relaciona con dejar

de seguir a otras personas o abrirse a perfiles de temática menos frecuente. La muestra cualitativa refleja su capacidad de sentirse más incluidos y excluidos en diversos contextos. Este medio social manifiesta una motivación para integrarse, puesto que los intereses más frecuentes son los memes y la música, así como la cantidad de horas refleja un auge exponencial si se tienen muchos seguidores o sele da mucha importancia a los «me gusta». La posibilidad de relacionarse es la motivación fundamental, así como la comunicación entre iguales.

El talento de innovar es palpable en la creación de contenido, como chatear, cotillear, llenar su tiempo de ocio, etc. Por supuesto, las historias tienen un lugar destacado, pues son muy numerosos los «selfies» o los vídeos. Respecto a la creación de imágenes, se observa que las mujeres emplean más «selfies» y herramientas de edición. Asimismo, cuanto más sencillo es el tipo de contenido que se cree es más frecuente. Este hecho, transforma la experiencia de uso de *Instagram* en un proceso didáctico y creativo. Sin embargo, ello conlleva un incremento del número de horas totales de uso y de momentos en que se emplea de manera muy llamativa.

El consumo que realizan de todo este contenido es muy amplio, por ello, triunfan los que resultan breves, motivadores y donde hay que leer menos. No obstante, ello abre una vía de asimilación para el consumo enfocado al aprendizaje que resulte motivador y llamativo. Se valora el empleo del humor y el ocio o entretenimiento enla absorción cotidiana de contenido, que refleja una gran cantidad de consumo de los medios sociales, afectando a la atención, principalmente, así como el descontrol.Por último, los riesgos que aparecen en el empleo de *Instagram* manifiestan una percepción alterada de la realidad, porque cuesta discernir entre lo que es verdaderoy lo que es mentira. Aunque tienen ciertas nociones de los posibles riesgos, no se toman medidas de seguridad necesarias para evitar problemas. Asimismo, el riesgose relaciona con el auge de creación de historias, publicaciones o en mujeres.

4. Conclusiones

Se comunican muy activamente con sus círculos más próximos a la hora deestablecer sus conexiones virtuales entre grupos de iguales. Se relacionan dependiendo de la utilidad, así como la cantidad de tiempo. La capacidad creativa se manifiesta por su facilidad de elaboración, así como la interacción con los contenidos. El empleo de historias y *selfies* como recurso principal recalca la culturade lo cotidiano, de lo privado y una visión activa en la red. Se muestran a favor de productos breves, visuales y dinámicos; lo que conlleva un aumento del número dehoras de consumo. Manifiestan el reflejo de la manipulación, no solo del lenguaje, sino de las imágenes, las personalidades o los perfiles que rodean su entorno. Existeacoso, principalmente. La exposición de su privacidad puede suponer un problema,por ello, cuanta menor seguridad, menor número de publicaciones y deinteracciones.

5. Referencias

Bauman, Zygmunt (2002). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Cañadilla Pérez, S. (2022). Relación entre violencia de género y redes sociales en parejas adolescentes. Revisión sistemática. Universidad de Jaén. https://hdl.handle.net/10953.1/17111

Cloutier, J. (1973). *La communication audio.scripto-visuelle á l´heure des self-Media.*Canada: Les Presses de l´Université de Montréal.

Cuevas, R. M. R., Cerda, G. I. C., & Yokoigawa, M. (2022). La estética de la participación de Sánchez Vázquez: siete prácticas artísticas en redes sociales durante la pandemia. *ESCENA. Revista de las artes*, 180-197. https://doi.org/10.15517/es.v81i2.49490

Fernández-Gòmez, E., Vázquez, J. F., & Fernández, B. F. (2022). Los niños como creadores de contenido en YouTube e Instagram. *Revista ICONO 14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, *20*(1). https://doi.org/10.7195/ri14.v20i1.1762

Galarza Fernández, E., Sánchez-Labella Martín, I., y Simancas González, E. (2022). Combatir las violencias machistas a través de la ilustración en las redes sociales. *Feminismos, violencias y redes sociales: prácticas y estrategias iberoamericanas contra los discursos del odio*. https://hdl.handle.net/11441/134618

García-Consuegra Ruiz-Aragón, C. M. (2020). Comparación e idealización de la apariencia física: relación con el uso de la red social Instagram. Universidad de Jaén. https://hdl.handle.net/10953.1/15873

Gil-Quintana, J. (2016). Narrativa digital e infancia: Es la hora de la GeneraciónCC. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 7(1), 79-90. https://doi.org/10.14198/MEDCOM2016.7.1.5

Lessig, L. (2009). *El Código 2.0*. Madrid: Traficantes de Sueños, 2009.

Peirano, M. (2019). *El enemigo conoce el sistema: Manipulación de ideas, personas e influencias después de la economía de la atención*. Debate.

Tarragó, M. T. “Enseñando a mis abuelos”: didáctica y creatividad abrazando generaciones.

CONFERENCIA

Título: Estimulando la creatividad. Un desafío en la práctica

Autora: Dra. Carmen Cantillo Valero[1]
[1.] Universidad Nacional de Educación a Distancia

Resumen

La creatividad es un pilar fundamental en la educación y, al estimularla mediante metodologías innovadoras, es posible transformar la forma en que el alumnado adquiere conocimiento. En esta comunicación se presenta cómo el juego y la gamificación pueden ser herramientas poderosas para fomentar la creatividad, la participación y el empoderamiento del alumnado en un entorno educativo. Con un enfoque basado en la investigación-acción, se demuestra que el aprendizaje lúdico puede enriquecer tanto las competencias académicas como las habilidades socialesy emocionales del alumnado.

En la asignatura “Laboratorio de Arte Sacro y creatividad infantil”, del programa modular "Arte en las Catedrales: Didáctica, Comunicación y Teología", el uso del juego como metodología de aprendizaje ha permitido fomentar un entorno colaborativo y participativo. Esta propuesta se enmarca en el proyecto de innovación docente “Influencers de Aprendizaje Conectado, Participativo y Empoderado (IACPE)”, impulsado por la Facultad de Educación de la UNED.

Durante el curso 2021/2022, el alumnado, junto al equipo docente, experimentó un aprendizaje dinámico y creativo, abordando retos que potenciaron tanto sus competencias digitales como su capacidad de resolución de problemas. A través deun enfoque gamificado, la asignatura favoreció la implicación del alumnado, estableciendo niveles o bloques de aprendizaje que promovieron una mayor participación y empoderamiento.

Palabras clave: Creatividad, gamificación, empoderamiento del alumnado.

Acceso a la grabación de la conferencia:
https://www.youtube.com/watch?v=hWdawJdOqZ0&list=PL-8nLSm0Gqecs89RmGYwA6DBRK9qh2mMh&index=3

1. Introducción

La creatividad ha demostrado ser un factor clave en el aprendizaje, ya que fomentala participación activa del alumnado y potencia su capacidad de resolver problemasde manera innovadora. En este contexto, el uso del juego como metodología de aprendizaje ha ganado terreno, ofreciendo una experiencia lúdica que no solo facilitala adquisición de conocimientos, sino también la integración social y el desarrollo de estrategias cognitivas (López, 2007, citado en Gil-Quintana y Ortega, 2018). Este tipo de aprendizaje favorece un proceso profundo y reflexivo, en el que el estudiantese convierte en un agente activo en la producción y recepción de la información (Gil-Quintana y Prieto, 2020).

La asignatura “Laboratorio de Arte Sacro y creatividad infantil”, incluida en elPrograma Modular "Arte en las Catedrales: Didáctica, Comunicación y Teología", seha propuesto integrar esta metodología, buscando provocar en el alumnado una evolución constante a través de la experimentación y la creatividad. Este enfoque educativo, respaldado por proyectos de innovación como “Influencers de Aprendizaje Conectado, Participativo y Empoderado (IACPE)” de la UNED, demuestra que el juego no es solo una herramienta recreativa, sino una poderosa estrategia educativa.

2. Contexto académico

El curso 2021/2022 fue el escenario en el que se implementó por primera vez esta innovadora propuesta educativa, dentro de la asignatura mencionada, la cual forma parte de un programa modular que ofrece una perspectiva didáctica, comunicativa y teológica del arte sacro, con un enfoque especial en la creatividad infantil.

La propuesta pedagógica fue impulsada por el proyecto de innovación docente IACPE, coordinado por la Facultad de Educación de la UNED, y enfocado en el uso de tecnologías emergentes, gamificación educativa e inteligencia artificial parafortalecer las competencias del alumnado. Este enfoque permitió que los estudiantesdesarrollaran actividades que no solo ampliaron su conocimiento en arte sacro, sinotambién su capacidad creativa y su habilidad para colaborar y comunicarse en un entorno digital.

3. Contexto curricular: metodologías activas y gamificadas

La implementación de metodologías activas y gamificadas fue clave en el éxito de esta experiencia educativa. En la primera edición del posgrado, participaron 8 estudiantes que, junto al equipo docente, desarrollaron actividades de creación, comunicación y experimentación.

El juego se convirtió en el eje central del proceso de aprendizaje, facilitando la inmersión del alumnado en un entorno lúdico donde las dinámicas de juego promovieron una participación constante.

Los estudiantes aprendieron “como si estuvieran jugando”, lo que les permitió explorar nuevos enfoques para la resolución de problemas y la creación de ideas originales. La metodología gamificada ofreció un entorno en el que el alumnado

podía experimentar sin temor al error, lo que fortaleció su confianza y motivación para seguir avanzando en su aprendizaje.

4. ¿Qué y cómo se desarrolló?

El diseño de la asignatura se estructuró en torno a cinco objetivos fundamentales, cada uno de los cuales fue apoyado por una innovación didáctica diferente. Estos objetivos estaban enfocados en el desarrollo de competencias clave para la formación integral del alumnado.

A través de la gamificación, se propuso una transición por diferentes niveles o bloques, que desembocaban en una mayor implicación y empoderamiento del estudiante. Los bloques de aprendizaje se configuraron como “niveles” dentro de unentorno digital, lo que facilitó la organización del contenido y permitió una progresióncontinua y clara.

Se prestó especial atención al aspecto lúdico en la configuración del entorno digitaly en las prácticas didácticas utilizadas. El diseño emocional de las actividades gamificadas favoreció que el alumnado se involucrara emocionalmente en el procesode aprendizaje, haciéndolo más significativo y personal. Las dinámicas de juego nosolo impulsaron la creatividad del alumnado, sino que también fomentaron la colaboración y el trabajo en equipo, lo que resultó ser una experiencia educativa altamente enriquecedora.

5. Objetivos de la experiencia

Objetivo 1: Competencias digitales al generar comunidad

El primer objetivo fue establecer una comunidad digital desde el primer momento. Antes de iniciar la asignatura, se envió un mensaje de bienvenida que incluía una pista oculta, lo que creó una sensación de expectativa y desafío desde el principio. A partir de esta dinámica inicial se fomentó el sentido de pertenencia y colaboración dentro del grupo (Cantillo-Valero,2014).

Objetivo 2: Desarrollar la creatividad

Durante la primera videoclase, se planteó un reto creativo para que los estudiantes se presentaran utilizando la aplicación Story Dice, unaherramienta que permite crear historias a partir de imágenes icónicas. Esta actividad inicial permitió a los estudiantes explorar su capacidad creativa desde el principio, estableciendo el tono para el resto de la asignatura.

Objetivo 3: Comunicación-Participación-Colaboración

La comunicación fue clave a lo largo de todo el curso. Desde la primera e-Actividad, los estudiantes debían comunicarse entre sí para resolver retos y alcanzar objetivos en común. La colaboración y el trabajo en equipo fueron esenciales, lo que reforzó la idea de que el aprendizaje es un proceso colectivo.

Objetivo 4: Gamificación

La gamificación fue el corazón del proceso educativo. El alumnado participó en actividades diseñadas como juegos, donde la interacción lúdica favoreció

el desarrollo de capacidades como la resolución de problemas, la creatividady la toma de decisiones. Al estar inmersos en un entorno lúdico, el aprendizajese convirtió en una experiencia dinámica y motivadora.

Objetivo 5: Motivación y reflexión

El diseño emocional gamificado estuvo presente a lo largo de toda la asignatura. Se utilizó un enfoque reflexivo que permitió a los estudiantes conectar emocionalmente con el contenido, lo que reforzó su motivación intrínseca para aprender y reflexionar sobre su propio proceso de aprendizaje(Roa et al., 2021).

6. ¿Qué opinan los agentes implicados? Investigación-acción

Una parte fundamental de este enfoque educativo fue la investigación-acción, que permitió ajustar y mejorar las dinámicas de aprendizaje en función de la retroalimentación de los estudiantes y los resultados observados. Al finalizar la asignatura, se incluyó un mensaje motivador que invitaba a la reflexión, acompañadode un vídeo que resumía el proceso de aprendizaje. Este enfoque multimedial reforzó la narrativa transmedia que se había utilizado durante todo el curso, proporcionando un cierre coherente y significativo a la experiencia educativa.

El alumnado destacó la importancia de la gamificación como herramienta educativa, mencionando que les permitió enfrentarse a los desafíos de una manera lúdica, pero efectiva. Además, el enfoque en la creatividad y la colaboración les brindó una experiencia educativa diferente, en la que se sintieron empoderados para crear y compartir ideas.

7. Conclusión. Investigación-acción

El uso de la gamificación en el aula, aunque presenta algunos desafíos en su implementación, ha demostrado ser una herramienta poderosa para estimular la creatividad y el empoderamiento del alumnado. Al descomponer los elementos didácticos en objetivos secuenciados y estructurados, se facilita un aprendizaje progresivo que culmina en el desarrollo de competencias clave para la formación integral del alumnado.

A través del juego, los estudiantes no solo adquieren conocimientos, sino que también desarrollan habilidades sociales y emocionales esenciales para su vida profesional y personal. El enfoque lúdico permite que el alumnado encuentre soluciones creativas a conflictos ficticios, lo que fortalece su capacidad para enfrentarse a problemas reales de manera innovadora.

Este enfoque, basado en la investigación-acción, evidencia el potencial de la inteligencia colectiva en la construcción colaborativa del conocimiento. Lagamificación no solo enriquece el proceso de aprendizaje, sino que también proporciona al alumnado las herramientas necesarias para organizar su propio proceso de formación, haciéndoles protagonistas de su educación.

En definitiva, el aprendizaje gamificado y colaborativo se presenta como una estrategia educativa eficaz que puede transformar la forma en que concebimos la enseñanza y el aprendizaje en el siglo XXI.

8. Referencias

Cantillo-Valero, C. (2014). Nuevas dinámicas de aprendizaje en entornos virtuales en Osuna-Acedo, S. (Coord.) *Escenarios virtuales Educomunicativos.* (pp. 57–86). Icaria.

Cantillo-Valero, C. (2023, 7 de noviembre). *Estimulando la creatividad. Un desafío digital en la práctica.* (Presentación en Genial.ly). Genial.ly. https://view.genially.com/65295ff2f979be00111cc676/presentation- estimulando-la-creatividad-un-desafio-digital-en-la-practica

Gil-Quintana, J., & Prieto Jurado, E. (2020). *La realidad de la gamificación en educación primaria. Perfiles Educativo*s, 42(168), 107-123. https://acortar.link/hzZcIn

Gil-Quintana, J., & Ortega-Cabrera, R. «Gamificación. Apostando por una comunicación interactiva y un modelo pedagógico participativo en educación». *Communication Papers*, [en línea], 2018, Vol. 7. Núm. 14, p.9, https://acortar.link/r6Zipz

Roa González, J., Sánchez Sánchez, A. & Sánchez Sánchez, N. (2021). *Evaluaciónde la implantación de la Gamificación como metodología activa en la Educación Secundaria española*. REIDOCREA, 10(12), 1-9.

IV JORNADAS INNOVACIÓN Y DOCENCIA IBEROAMERICANA

ACTAS

Retos de la digitalización en la comunicación y educación: Alfabetización mediática”

2024

CONFERENCIA

Título: Metaverso y empoderamiento ciudadano: Explorando nuevas fronterasen la moda, la publicidad, el turismo y la educación

Autora: Dra. Carmen Cantillo Valero (UNED)

Resumen

El metaverso, un concepto popularizado por novelas como Snow Crash (Stephenson, 1992) y películas como *Ready Player One* (2018), está revolucionando nuestra interacción con entornos digitales. Se trata de un espacio virtual inmersivo que conecta diferentes mundos digitales, ofreciendo experiencias paralelas a la realidad. Esta comunicación examina cómo el metaverso impacta sectores clave como la moda y la publicidad, donde marcas como Dior, Prada y Balenciaga ya estáncreando prendas digitales, y donde Fortnite ha sido el escenario de eventos emblemáticos, como el concierto de Marshmello y la valla publicitaria en 3D de Balenciaga.

Se abordan también experiencias desarrolladas por miembros del grupo de investigación SMEMIU (UNED), destacando proyectos innovadores como el MetaPalacio, que dinamiza las Salas del Palacio Episcopal de Segovia mediante tecnología digital, gamificación y metaverso. Otro ejemplo es la MetaEstación, que ofrece materiales didácticos interactivos para una educación inclusiva, y el MetaMuseo, que redefine la educación artística en entornos digitales.

El metaverso brinda oportunidades para el empoderamiento ciudadano al facilitar la participación activa en la gobernanza de estos espacios, apoyada por tecnologías como blockchain y tokenización. Finalmente, la comunicación destaca tecnologías emergentes que, a partir de 2024, impulsarán este ecosistema, incluyendo IA, Realidad Extendida (XR) y 5G, abriendo nuevas formas de interacción y participación en la sociedad postdigital. Este análisis ilustra cómo el metaverso está transformando no solo el consumo de contenido, sino también la participación activaen su creación y educación.

Palabras clave: Metaverso, empoderamiento ciudadano, realidad virtual.

Acceso a la grabación de la conferencia:

https://www.youtube.com/watch?v=sxnH1TD8Vnw

1. Introducción

El concepto de metaverso no es nuevo. Aunque se ha popularizado recientemente por las grandes compañías tecnológicas, su origen se remonta a la novela de cienciaficción "Snow Crash" (Neal Stephenson, 1992), donde se describe un mundo virtual tridimensional habitado por avatares digitales. Esta idea, pionera en su tiempo, ha evolucionado en la cultura popular y ha sido representada en películas como *Ready Player One* (2018), que explora cómo los seres humanos pueden vivir vidas paralelas en un mundo virtual inmersivo. En esta historia, los usuarios no solo interactúan en un entorno digital, sino que también experimentan una vida altamente personalizada y cargada de posibilidades.

La idea central del metaverso es crear un ecosistema digital único que conecte todos los entornos virtuales, donde la interacción entre los usuarios sea tan realista como en el mundo físico, pero potenciada por tecnologías como el blockchain y la tokenización.

2. El Metaverso y la Revolución en la Industria de la Moda

Uno de los sectores que ha adoptado rápidamente el metaverso ha sido la industria de la moda. Marcas de alta costura como Dior, Prada y Balenciaga han comenzado a experimentar con la creación de prendas digitales, que se pueden comprar, usar y exhibir en entornos virtuales. Por ejemplo, en 2021, Dior lanzó colecciones exclusivas en el metaverso, mientras que Prada, en colaboración con Autumn de Wilde, presentó cinco cortometrajes digitales que exploran la moda en este nuevo espacio.

Balenciaga también ha sido pionera, no solo con su colección digital "Afterworld: The Age of Tomorrow", sino también con su incursión en el popular videojuego Fortnite, donde lanzó una línea de ropa virtual y una campaña publicitaria con una valla 3D que cautivó a las ciudades de Londres, Nueva York, Tokio y Seúl. Esto no solo cambia la manera en la que el público interactúa con la moda, sino que también abre nuevas oportunidades profesionales para diseñadores de ropa digital, generando salidas laborales en este campo emergente.

Un aspecto que merece especial atención es el surgimiento de productos exclusivos del metaverso, como el bolso digital de Gucci, que se vendió a precios comparables a sus versiones físicas. Este fenómeno no solo marca una nueva forma de consumo, sino que también abre oportunidades profesionales para diseñadores de ropa digital, un campo que está ganando relevancia rápidamente en esta era de transformación.

3. El Metaverso y la Publicidad: Nuevas Formas de Comunicación Digital

La publicidad también ha encontrado en el metaverso un terreno fértil para la innovación. A través de plataformas como Fortnite, marcas como Gucci y Balenciaga han llevado sus campañas al siguiente nivel, utilizando realidad aumentada y estrategias de Publicidad DOOH y FOOH, que permiten a las marcas interactuar con los consumidores de manera más inmersiva y personalizada.

Un ejemplo clave fue el concierto en vivo de Marshmello en Fortnite, donde se atrajoa millones de usuarios a Pleasant Park para vivir una experiencia de música virtual en tiempo real. Estos eventos y campañas publicitarias están marcando un antes y un después en el marketing digital, llevando a las marcas a interactuar de manera más directa con los usuarios en entornos virtuales.

4. Proyectos Educativos en el Metaverso: Innovación y Empoderamiento

El metaverso no solo se limita al entretenimiento o la moda; también tiene un potencial transformador en la educación, como así lo demuestran las experiencias realizadas en el Proyecto de Innovación Docente "Influencers de Aprendizaje Conectado, Participativo y Empoderado (IACPE)", que relacionamos a continuación:

- El MetaPalacio, proyecto de transferencia titulado "Dinamización didáctica delas Salas del Palacio Episcopal de la Catedral de Segovia a través del uso dela tecnología digital, la gamificación educativa, la inteligencia artificial y el metaverso". Este proyecto está impulsado por el profesorado de la Facultad de Educación de la UNED y forma parte del grupo de investigación SMEMIU.Su finalidad es promover la educación patrimonial desde una perspectiva innovadora, utilizando herramientas como la tecnología digital, la inteligencia artificial, la gamificación educativa y el metaverso. Además, el proyectoincluye el asesoramiento y el impulso para la creación de una sala de EscapeRoom, que también forma parte de esta iniciativa educativa.
- La MetaEstación, alojada en Artsteps, con: juegos, vídeos, mensajes (con una combinación de formatos heterogéneos) y senderos que darán sentido alos retos sociales y éticos del metaverso. Se trata de un proyecto de inclusión educativa para fomentar la inclusión social del libro "Materiales didácticos interactivos para una educación inclusiva: sMOOC, gamificación, inteligencia artificial y experiencia inmersiva".
- El MetaMuseo que redefine la educación artística y plástica en entornos digitales a través de diferentes formatos digitales en el libro "Educación artística, plástica y visual en Educación Infantil. Teorías, reflexiones y planteamientos didácticos innovadores" de McGraw-Hill).

Estos proyectos están diseñados para crear entornos interactivos donde los usuarios pueden aprender y explorar nuevas formas de conocimiento en un mundo digital. Están plasmados en publicaciones como materiales didácticos interactivos y píldoras de innovación educativa, que han abierto un abanico de posibilidades para la educación digital, facilitando el acceso a recursos educativos en cualquier lugar y momento.

5. Empoderamiento Ciudadano en el Metaverso: Nuevas Oportunidades de Participación

El empoderamiento ciudadano es quizás uno de los aspectos más fascinantes del metaverso. A medida que este entorno virtual se expande, las tecnologías emergentes como la Inteligencia Artificial (IA), la Realidad Extendida (XR) y el blockchain permitirán a los usuarios participar activamente en la gobernanza y la

construcción del metaverso. A través de la tokenización y la descentralización, los individuos podrán tener control sobre sus activos digitales y participar en la toma de decisiones colectivas dentro de este espacio, redefiniendo así los conceptos de propiedad y ciudadanía.

Empresas como Coldwell Banker han abierto oficinas virtuales en plataformas como Second Life, mientras que en proyectos turísticos e inmobiliarios como Málaga Towers, el metaverso está creando nuevas formas de interacción digital, ofreciendo experiencias que van más allá de las tradicionales. Esto permite que las personas no solo consuman contenido en el metaverso, sino que también tengan un rol activoen su creación y evolución.

6. Mirando Hacia el Futuro: Tecnologías Clave a partir de 2024

El futuro del metaverso estará definido por un conjunto de tecnologías emergentes que facilitarán su evolución y expansión. A partir de 2024, algunas de las tecnologíasmás influyentes incluyen:

- Inteligencia Artificial (IA) y aprendizaje automático: Estas tecnologías permitirán la creación de entornos virtuales más inteligentes ypersonalizables, donde los usuarios podrán interactuar con personajes y entornos que responden de manera realista.
- Realidad Extendida (XR) y el término Spatial Computing: Popularizado por Apple, el concepto de "computación espacial" se refiere a la interacción fluida entre el mundo físico y digital, creando experiencias inmersivas en el metaverso.
- 5G, IoT y telecomunicaciones: Estas tecnologías permitirán conexiones más rápidas y estables, esenciales para experiencias inmersivas y en tiempo real dentro del metaverso.
- Gemelos digitales y convergencia phygital: Los gemelos digitales representan versiones virtuales de objetos o sistemas físicos, lo que permite la interacción entre lo físico y lo digital en tiempo real.
- Blockchain y seguridad de datos: La descentralización y la protección de la privacidad y los datos personales en el metaverso dependerán en gran medida de tecnologías de blockchain, garantizando transacciones seguras ypropiedad digital.
- Automatización y robótica: Estas tecnologías jugarán un papel clave en la construcción de entornos virtuales dinámicos y escalables dentro del metaverso.

Estas tecnologías no solo permitirán crear experiencias más inmersivas, sino que también fomentarán nuevas formas de participación democrática, innovación educativa y empoderamiento ciudadano.

El metaverso continuará evolucionando como un espacio de convergencia phygital (físico y digital), en el que los usuarios podrán navegar entre ambos mundos sin fricciones. Esto abrirá un abanico de oportunidades para la sociedad postdigital, redefiniendo las relaciones sociales, económicas, culturales y educativas en el proceso.

7. Conclusión

El metaverso está destinado a transformar radicalmente no solo múltiples sectores, sino también la vida cotidiana de la ciudadanía, especialmente en el ámbito educativo. Su capacidad para fusionar lo digital y lo analógico, potenciada por tecnologías emergentes, abre un mundo de posibilidades donde los individuos no solo serán consumidores pasivos, sino creadores y actores activos en la definición del futuro postdigital. En este nuevo entorno, la educación se presenta como un pilarfundamental, ya que el metaverso ofrece herramientas innovadoras que fomentan elaprendizaje inmersivo y colaborativo, empoderando a los estudiantes para que participen activamente en su proceso educativo. La participación en el metaverso nose limitará a la interacción recreativa; permitirá una transformación real en la forma en que entendemos la ciudadanía, el empoderamiento y la participación en una sociedad global y digital. Al integrar el metaverso en la educación, se abrirán nuevasvías para desarrollar competencias y habilidades críticas, preparando a las futuras generaciones para enfrentar los desafíos del mundo contemporáneo y participar plenamente en la construcción de su realidad.

8. Referencias

Gil-Quintana, J. y Jiménez, D. (2023). *Educación artística, plástica y visual en Educación Infantil*. McGraw-Hill. Madrid.

Gil-Quintana, J y Hueso, J. (2023). *Materiales didácticos interactivos para una educación inclusiva. sMOOC, gamificación, inteligencia artificial y experiencia inmersiva*. McGraw-Hill. Madrid.

Stephenson, N. (1992). *Snow Crash*. Editorial Gigamesh S.A. Barcelona.

Spielberg, S. (2018). *Ready Player One*. Warner Bros.

MetaEstación https://www.artsteps.com/view/63c3ceab51892a80c1fa7e54

MetaPalacio: “Dinamización didáctica de las Salas del Palacio Episcopal de la Catedral de Segovia a través del uso de la tecnología digital, la gamificación educativa, la inteligencia artificial y el metaverso. https://www.artsteps.com/view/63385d23985e262c122a7058

MetaMuseo: https://www.artsteps.com/view/63d229538550eec622b3c76c

CONFERENCIA

Título: Fomentando la salud en alumnado universitario mediante tecnologías digitales

Dra. Lorena Latre Navarro[11]
Universidad de Zaragoza

Resumen

Esta conferencia se centra en el concepto dinámico y relativo de la salud, incidiendoen que la salud de los estudiantes universitarios debe ser comprendida en un contexto cada vez más amplio y fluctuante. Su objetivo principal es fomentarprácticas que mejoren la experiencia de aprendizaje de los estudiantes.

Según la Teoría de la Autodeterminación de Deci y Ryan (1985), las necesidades psicológicas básicas (autonomía, competencia y conexión social) deben estar satisfechas para alcanzar el bienestar. En esta conferencia se comparten algunas estrategias para integrarlas en actividades educativas. Por ejemplo, la personalización del aprendizaje, la creación de dinámicas cooperativas y el uso de herramientas que promuevan la autorregulación y el sentimiento de pertenencia.

Asimismo, el enfoque se centra en el uso del lenguaje visual y audiovisual, fundamentándose en la teoría del aprendizaje multimedia de Mayer (2009), para optimizar la adquisición de conocimientos. Además, se comparten los resultados de una investigación, en la que la gamificación de un proceso de dibujo en anatomía logró una mayor satisfacción de las necesidades psicológicas básicas del alumnado(Latre et al., 2024).

Por último, se proponen estrategias para educar en salud digital en el aula, atendiendo especialmente a la ergonomía digital, los hábitos de uso (higiene del sueño, dieta mediática, etc.), el uso responsable (gestión emocional, uso reflexivo de las redes sociales, privacidad, productividad), entre otros.

En conclusión, en el contexto de enseñanza universitaria es importante combinar tecnologías digitales y analógicas para promover un mayor equilibrio que permita alcanzar el bienestar y mejorar la experiencia de aprendizaje.

Palabras clave: salud, educación superior, aprendizaje multimedia

Acceso a la grabación de la conferencia: https://youtu.be/MS5uf1N6o-I

1. Concepto de salud

El concepto de salud tiene una naturaleza relativa y dinámica. En la actualidad, se adopta un enfoque global que trasciende la definición médico-biológica más tradicional (Ceballos, 2019).

La definición de la Organización Mundial de la Salud (1946) supuso un antes y un después al introducir un enfoque afirmativo que, además, incorporaba las dimensiones psicológica y social: “La salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades”. Hasta ese momento, las definiciones más extendidas reducían la salud a la ausencia de enfermedad.

No obstante, a lo largo de los años, han surgido nuevas propuestas que han ido enriqueciendo esta visión (Gavidia & Talavera, 2012). Por ejemplo, Dubos (1967) dioun enfoque ecológico y definió la salud como “el estado de adaptación al medio y la capacidad de funcionar en las mejores condiciones en dicho medio”.

Por otra parte, Terris (1980) propuso un enfoque más operativo al eliminar el término “completo” y reconocer distintos grados de salud en los planos subjetivo (bienestar)y objetivo (capacidad funcional). Definía la salud como “un estado de bienestar físico, mental y social, con capacidad de funcionamiento, y no únicamente la ausencia de afecciones o enfermedades”. En esta línea, Salleras Sanmartí (1985) señaló que el concepto de “estado de completo bienestar” resulta utópico (“completo”), estático (“un estado”) y subjetivo (“bienestar”). Como alternativa, definió la salud como “el logro del más alto nivel de bienestar físico, mental y social y la capacidad de funcionamiento que permitan los factores sociales en los que viven inmersos los individuos y la colectividad”. En este caso, se contextualiza el concepto de salud a las limitaciones marcadas por los factores sociales y ambientales.

Actualmente, en un mundo cada vez más digitalizado (inter e *hiperconectado*) nuestra relación con el entorno y las personas se transforma, surgiendo nuevas problemáticas de salud y, por tanto, nuevas necesidades y formas de adaptación a un medio cada vez más amplio y *extendido*. En el mundo digital, con esa ubicuidadque lo caracteriza, lo global se vuelve local y los problemas *de otros* se convierten en *propios*. Gana protagonismo un relativismo que parece desdibujar nuestros problemas pero, al mismo tiempo, los algoritmos tienden a magnificarlos, pudiendo alterar nuestra percepción de la realidad y del bienestar.

Esta transformación también genera nuevas dinámicas de interacción que reconfiguran nuestra forma de gestionar las relaciones. Nos planteamos nuevas barreras: una llamada telefónica puede percibirse como invasiva, mientras que la exposición masiva en redes sociales está normalizada. El acto de dar o quitar “likes”, editar comentarios o borrar interacciones se ha convertido en un reflejo de una comunicación más efímera y volátil. Estas nuevas formas de vivir las relaciones modifican nuestra manera de entendernos a nosotros mismos y nuestro bienestar. Así, entender la salud implica reconocer que este concepto sigue siendo relativo, y que depende de la persona y del momento, en un entorno cada vez más amplio y cambiante.

En el uso de las tecnologías digitales es importante mantener los nexos con el mundo físico, siendo conscientes y partícipes de una realidad *mixta*. En estecontexto, las tecnologías digitales pueden ser beneficiosas cuando nos ayudan a conectar con el mundo físico, o perjudiciales si nos aíslan de él.

2. Necesidades psicológicas básicas

Según Deci y Ryan, en su Teoría de la Autodeterminación (1985): “los seres humanos necesitan ser autónomos e implicarse en lo que hacen porque quieren hacerlo”. Además, para lograr el bienestar y, por tanto, mejorar el aprendizaje, las necesidades psicológicas básicas de autonomía, competencia y conexión social, deben estar satisfechas (Ryan & Deci, 2017).

En los estudiantes universitarios, la conexión social parece adquirir una mayor relevancia, fundamentalmente debido a las nuevas formas de comunicarse y relacionarse. Esta necesidad hace referencia a relaciones de calidad que generen un verdadero sentido de pertenencia y una sensación de aceptación y valoración social.

A menudo presuponemos madurez y responsabilidad en los estudiantes recién llegados a la universidad. Sin embargo, muchos atraviesan una etapa de transición (adolescencia tardía o adultez emergente), que conlleva grandes cambios en su forma de vida: emancipación, mudanza y nuevos círculos sociales. Pasan de un sistema educativo heterorregulado, a un modelo universitario que exige autorregulación.

Desde el punto de vista docente, podemos intentar fomentar la satisfacción de estas necesidades diseñando actividades didácticas que se centren ellas, con el fin de mejorar el bienestar y la experiencia de aprendizaje de nuestros estudiantes. En este proceso, especialmente en grupos grandes, las tecnologías digitales nos pueden serde gran ayuda.

Para fomentar su autonomía, podemos llevar a cabo actividades que impliquen *personalización*. Por ejemplo, la creación de avatares en plataformas educativas, el diseño de recompensas adaptadas a sus intereses, o la opción de decidir el orden de las tareas de la sesión cuando sea posible. Es decir, es importante hacerles partícipes de la toma de decisiones para trabajar progresivamente su autorregulación del aprendizaje (por ejemplo, mediante metas o hitos).

En cuanto a la competencia, podemos implementar cuestionarios interactivos, o utilizar herramientas que permitan otorgar retroalimentaciones de forma eficaz, es decir, con información de calidad y en el momento oportuno. También podemos compartir rúbricas de evaluación para que puedan seguir su progreso.

Finalmente, fomentar la conexión social implica crear dinámicas que refuercen el sentido de pertenencia al grupo y a la comunidad. Para ello, podemos diseñar actividades cooperativas que consistan en crear proyectos colaborativos o participaren comunidades de aprendizaje (por ejemplo, wikis o bases de datos compartidas),y que permitan lograr recompensas grupales.

3. Lenguaje audiovisual y aprendizaje multimedia

En el contexto educativo actual, los estudiantes se comunican fundamentalmente a través de un lenguaje visual y audiovisual. No obstante, esta forma de comunicarnosno es algo nuevo, ya que el ser humano ha utilizado la representación gráfica comoforma de transmisión de la información a lo largo de su historia (p.ej. pinturas rupestres).

El enfoque de esta ponencia se centra en la teoría cognitiva del aprendizajemultimedia de Mayer (2009). Esta teoría sostiene que para optimizar el aprendizajey mejorar la comprensión y retención de la información se deben emplear medios visuales y verbales. Adicionalmente, en esta ponencia se plantea considerar la inclusión del canal táctil (háptico). Según la teoría de Mayer, existen una serie de procesos cognitivos clave que suponen la base de la adquisición del conocimiento: recepción, selección, organización e integración de la información. En este proceso, juegan un papel relevante la memoria sensorial, la memoria de trabajo y la memoriaa largo plazo. Gracias a esta última podemos integrar la información preexistente con los nuevos conocimientos y generar modelos mentales. Van Meter & Garner (2005) se basan en estos procesos para explicar su teoría generativa de la construcción del dibujo. Según estos autores, el dibujo de un modelo físico (externo)puede tener lugar después de la creación de un modelo mental (interno) o simultáneamente a estos procesos.

En esta ponencia, se presenta una reciente investigación en la que se ha comparadoun grupo experimental (secuencias de dibujo anatómico gamificadas) y un grupo de control, analizando sus necesidades psicológicas básicas. Los hallazgos de este estudio publicado recientemente mostraron que la satisfacción global de las necesidades psicológicas básicas fue mayor en los estudiantes que recibieron el programa basado en la gamificación (Latre et al., 2024). Este programa aplicó un sistema de puntos de recompensa que pretendía reforzar la conexión social de los estudiantes (recompensas grupales de trabajo en equipo durante las tareas cooperativas), su autonomía y su competencia en el desempeño de aquellas tareas que requerían de un mayor esfuerzo cognitivo (reflexión, dibujo y trabajo continuado, mediante la repetición o el repaso).

4. Educación en salud digital y uso responsable

Al utilizar tecnologías educativas en nuestra docencia es importante que lo hagamosde forma responsable y orientemos a nuestro alumnado en la adquisición de hábitos saludables de consumo digital.

En primer lugar, debemos atender a la ergonomía digital desde el centro educativo, ayudándoles a detectar los errores de su puesto de estudio, a corregirlos, y a mejorarsu higiene postural.

En cuanto a los hábitos de uso, es importante recordar los efectos de la luz azul sobre el descanso y la higiene del sueño, así como la necesidad de establecer rutinas y límites de uso horario de dispositivos. Igualmente, durante las clases que requieran de uso de pantallas, deberíamos hacer pausas visuales. El objetivo es quese interioricen estas prácticas.

Por otra parte, podemos orientarles sobre la importancia de la calidad y variedad del contenido digital para tener una dieta mediática equilibrada, alentando la autorregulación y consumo crítico. Asimismo, el uso de redes sociales debe ser reflexivo, seleccionando conscientemente el tipo de contenido que se desea consumir y el tiempo de consumo.

También es importante aconsejar sobre cómo gestionar su privacidad, especialmente si utilizamos en el aula herramientas o aplicaciones educativas que implican la aceptación de políticas de privacidad. Asimismo, al trabajar en foros, blogs, o comunidades de aprendizaje, cobra especial relevancia trabajar sobre las normas de comportamiento (netiqueta) y las competencias socioemocionales, haciendo especial hincapié en la gestión emocional.

Ante la amplitud de información, es necesario ayudar a los estudiantes a ganar autonomía de forma progresiva, enseñándoles a evaluar la calidad de las fuentes de información. Por último, existen numerosas aplicaciones que ayudan a gestionar el tiempo y la productividad, pero debemos orientarles en el desarrollo de estrategias que les permitan aprovechar lo mejor de estas tecnologías sin perder su autonomía y respetar su descanso y autocuidado.

5. Conclusiones

Para fomentar la salud en estudiantes universitarios debemos, en primer lugar, ser conscientes de su realidad. Además, debemos intentar enfocar el diseño de nuestras actividades didácticas en estrategias que nos permitan atender las necesidades psicológicas básicas, por ejemplo, justificando la toma de decisiones. También resulta esencial ayudar a los estudiantes a interiorizar prácticas saludables en el uso de tecnologías digitales.

Por otra parte, debemos seleccionar herramientas digitales que nos permitan dotar de un refuerzo eficaz (calidad y oportunidad), así como variar el tipo de recursos y actividades ajustándolos al contexto, y alternar las tecnologías digitales con otras más analógicas.

Finalmente, es importante recordar que se trata de un proceso en el que debemos ayudar a los estudiantes a ser autónomos y competentes digitales.

7. Referencias

Ceballos, R. (2019). Determinantes de salud e intervenciones sanitarias. Los servicios de salud pública. En R. Ceballos (Coord.), *Avances en gestión de sistemas sanitarios* (pp. 11–34). Formación Alcalá.

Dubos, R. J. (1959). *Mirage of health: Utopias, progress and biological change* (World perspectives, 22). Harper.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). The general causality orientations scale: Self-determination in personality. *Journal of Research in Personality, 19*(1), 109–134. https://doi.org/10.1016/0092-6566(85)90023-6

Gavidia, V., & Talavera, M. (2012). La construcción del concepto de salud. *Didácticade las Ciencias Experimentales y Sociales, 16*, 161–175.

Latre-Navarro, L., Quintas-Hijós, A., & Sáez-Bondía, M.-J. (2024). The combined effects of an anatomy program integrating drawing and gamification on basic psychological needs satisfaction among sport sciences students: Results of a natural experiment. *Anatomical Sciences Education, 17*(2), 366–378. https://doi.org/10.1002/ase.2358

Mayer, R. E. (2009). *Multimedia learning*. Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/CBO9780511811678

Organización Mundial de la Salud (OMS). (1946). *Constitución de la Organización Mundial de la Salud.* https://apps.who.int/gb/bd/PDF/bd48/basic-documents-48th-edition-sp.pdf?ua=1

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2017). *Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness.* Guilford Press.

Salleras Sanmartí, L. (1985). *Educación sanitaria: Principios, métodos y aplicaciones.* Díaz de Santos.

Terris, M. (1980). *La revolución epidemiológica y la medicina social.* Siglo XXI Editores.

Van Meter, P., & Garner, J. (2005). The promise and practice of learner-generated drawing: Literature review and synthesis. *Educational Psychology Review, 17*(4), 285–325. https://doi.org/10.1007/s10648-005-8136-3

CONFERENCIA

Título: Salud digital e inteligencia artificial

Eduardo García Blázquez[1],
[1.] Universidad Nacional de Educación a Distancia

Resumen

La salud digital, supone un cambio paradigmático en como la ciudadanía interactúacon los servicios de salud, y el propio seguimiento de su salud en su día a día. Se ubica en el contexto de la educación para la salud, mediante la capacitación del individuo, en habilidades y actitudes orientadas a la toma de decisiones sobre su bienestar físico, mental y social, que posibiliten la prevención de enfermedades y laadopción de hábitos saludables. Y esto se realiza mediante el empleo de dispositivoscomo *apps*, *wereables* (dispositivos ponibles), y plataformas, que, mediante elanálisis de datos, permiten tomar al usuario conciencia de su situación personal y adoptar proactivamente medidas que le lleven a una salud óptima. Este procedimiento basado en *software* se realiza estableciendo paralelismos con la educación, mediante programas de inteligencia artificial, que posibiliten prevenir enfermedades, y faciliten el diagnóstico preciso de las patologías, así como, el tratamiento de enfermedades. En el ámbito de la educación, los docentes tienen unpapel clave respecto a integrar salud digital en el aula, dotando al alumnado del empleo ético e inclusivo de herramientas, evaluando su fiabilidad y abordando la privacidad. Ejemplos como *apps* gamificadas o simuladores de telemedicina realizanuna simbiosis entre educación y salud. La salud digital, se proyecta desde la educación y también la comunicación en red, fomentando proyectos multidisciplinarios que combinan tecnología, pedagogía y salud, que desde un pensamiento critico capacite y habilite al ciudadano a enfrentar a los desafíos presentes y futuros sobre la salud.

Palabras clave: Salud digital, Inteligencia Artificial, docencia innovadora

Acceso a la grabación de la conferencia: https://youtu.be/TohENrL0jfA

1. La llegada a la salud digital desde la IA, en el contexto de la educación Como si de una perfecta simbiosis se tratase, la evolución de la tecnología ha ido enparalelo al avance de la educación en sí misma, dando nacimiento a lo que hoy endía entendemos como salud digital. Un campo en el que el avance de lasaplicaciones con la incorporación de la inteligencia artificial (IA) ha posibilitadopermitir capacitar a la ciudadanía desde entornos tan distintos como el aula delhospital, los centros de atención primaria, la escuela, la universidad, a nuestro día adía, a través de cualquier dispositivo *wereable* capaz de monitorizarnos las 24 horasdel día, reportándonos detallados informes de nuestra propia salud, y recomendándonos acciones para prevenir, curar o simplemente mejorar determinados aspectos de esta.

Así, la informática, como la educación, han evolucionado en los últimos 75 años deuna manera exponencial, estando en perfecta simbiosis, en la que la IA, desde la computación se ha ido haciendo presente hasta nuestros días. El punto de partida se establece en el año 1950, de la mano de Alan Turing, buscando un comportamiento inteligente similar al ser humano en las máquinas, definió el "Test de Turing" con el que evaluaba la inteligencia de una máquina (Käser y Alexandron,2023). Es a partir de esa fecha, cuando se implementan sistemas basados en algoritmos en IA. Posteriormente, en las décadas de 1960 y 1970, se dan paso a losprimeros sistemas de tutorías inteligentes como como SCHOLAR, que utilizaban IA para enseñar geografía (Carbonell, 1970), o como el sistema SHRDLU sistema experto para la comprensión del lenguaje natural, o el sistema formativo PLATO (Programmed Logic for Automatic Teaching Operations) de la Universidad de Illinois(Panda, 2024), demostrando cómo las aplicaciones podían interactuar con loshumanos en una conversación significativa, lo que abrió la puerta a aplicaciones enla educación. La década de los 80, se crearon sistemas educativos adaptativos quepersonalizaban el aprendizaje atendiendo a las necesidades específicas de cada estudiante y sistemas expertos basados en reglas predefinidas, que emulaban la toma de decisiones humana (Shavlik et al., 1991).

Las aplicaciones en la educación que surgieron a partir de este avance y comprendieron: sistemas de recomendación, a modo de plataformas auto adaptativas para cada usuario proveyendo recursos educativos para cada alumno. Tutores inteligentes, permitiendo respuestas en tiempo real con instrucciones personalizadas y retroalimentadas. Y, evaluación automatizada como herramientas para calificar exámenes y trabajos de forma más rápida y objetiva (Forero-Corba y Bennasar, 2023). Como ejemplo de estos sistemas surgió el *cognitive* CarnieLearning sistema de enseñanza en matemáticas atendiendo al nivel académico delalumno (Bahassi et al., 2024). Internet, y su expansión exponencial desde el año 1990, posibilitó la migración de las aplicaciones a plataformas en línea para la gestión del aprendizaje (Parra y Leyet, 2012). Estas plataformas, incorporaronalgoritmos de IA (Gligorea et al., 2023). El año 2010, la analítica del aprendizaje y el*big data* permitió el análisis del rendimiento del alumnado (Dawson y Siemens,

2014). Desde el 2020, la IA generativa, ha permitido proporcionar una tutoría personalizada y generar contenido educativo (Harry y Sayudin, 2023). Esta evolución tecnológica, evoluciono uniendo conceptos como la intercreatividad que promueve la colaboración creativa en línea (Berners-Lee et al., 2000), y la sociedadpostdigital, que describe nuestra era donde la tecnología digital es omnipresente, desde que nos levantamos hasta que nos acostamos (Cascone, 2000). Dando nacimiento a la cultura digital colectiva (Casacuberta Sevilla, 2001) y las multitudesinteligentes (Rheingold, 2003) que destacan la colaboración y creación de conocimiento facilitadas por la tecnología. Dentro de un ciberespacio como un intelecto colectivo (Bembem y Da Costa Santos, 2013), en el que las decisiones colectivas pueden ser más inteligentes que las individuales (Surowiecki, 2005). Unasdecisiones en las que el avance de la tecnología y de la web 2.0 permite hacer realla cultura de la participación (O'Reilly, 2005). Con la tarea como ciudadanía de combatir el analfabetismo y la exclusión digital (Costa et al., 2024), presente en la sociedad red, como una estructura social basada en redes de información (Castells,2000). Paralelamente, la educación para la salud ha evolucionado desde una perspectiva preventiva y de promoción de la salud, integrando tecnologías digitales y enfoques colaborativos para mejorar la salud pública (Perdiguero-Gil y Del Cura González, 2022).

2. Salud digital y relación con la IA

Entendemos como salud digital, el empleo de tecnologías digitales para mejorar la salud y los servicios de atención sanitaria. Esto incluye dispositivos móviles dotadosde aplicaciones de trazabilidad y monitoreo. Así, la salud digital ha permitido mejorarla cobertura sanitaria en zonas rurales (OMS, 2021), estimándose que para 2030, el70% de las consultas médicas en áreas urbanas serán digitales (Topol y Winton, 2019). Esto conlleva un impacto social, positivo en cuanto a que permite la accesibilidad a los servicios de salud independientemente de la cercanía o lejanía del ciudadano al centro de salud u hospital (Kothamali et al., 2024). Además, de unareducción de los costos por un lado para al ciudadano (Nwankwo et al., 2024) y parael Sistema Nacional de Salud (Abbasi, 2024). Mediante el empleo de la IA, se pueden establecer recomendaciones en función del perfil del usuario, que incluso pueden permitir el análisis no sólo de los datos que se reciben en tiempo real, sino retrospectivo sobre datos ya almacenados, como pueden ser historiales clínicos. Eneste análisis de datos, puede indicar los factores de riesgos de padecer enfermedades como la diabetes, un cáncer, etc. Antes de que aparezcan síntomas visibles (Jiang et al., 2017). Como ejemplos de estas aplicaciones encontramos Google DeepMind aplicación que predijo problemas renales con un 90% de acierto antes de que el problema surgiese (Delrue et al., 2024). También se pueden citar, aplicaciones que en base a imágenes médicas detectan el cáncer de piel con una precisión del 99,9% (Wen et al., 2024), también ADA Health, en donde mediante *bots*permite interactuar al usuario con el sistema, entorno a preguntas médicas básicas (Singh, 2024).

3. Conclusión

En conclusión, la salud digital y la IA están revolucionando el campo sanitario, y social, estableciéndose como una herramienta de prevención, diagnóstico y tratamiento. Desde el ámbito de vista del docente surge la necesidad de alfabetizara la población incluyendo las nuevas generaciones, pero también la tercera edad. De este modo, consiguiendo que se adopten prácticas sanas, luchando frente a la brecha tecnológica, y manteniendo como eje la ética aplicada al empleo de la IA enla salud digital. La alfabetización digital y también mediática en salud son claves para preparar a las generaciones futuras, pero también a nuestra ciudadanía actual, incluyendo la tercera edad, de manera que les capacite comprender y utilizar estas herramientas de manera clave y responsable.

3. Referencias

Abbasi, N. (2024). Artificial Intelligence in Remote Monitoring and Telemedicine. *Deleted Journal*, *1*(1), 258-272. https://doi.org/10.60087/jaigs.v1i1.202 Bahassi, H., Azmi, M., y Khiat, A. (2024). Cognitive Systems for Education: Architectures, Innovations, and Comparative Analyses. *Procedia Computer Science*, *238*, 436-443. https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.06.045

Bembem, A. H. C., y Da Costa Santos, P. L. V. A. (2013). Inteligência coletiva: um olhar sobre a produção de Pierre Lévy. *Perspectivas Em Ciência Da Informação*, *18*(4), 139-151. https://doi.org/10.1590/s1413-99362013000400010

Berners-Lee, T., Fischetti, M., y Dertouzos, M. L. (2000). Weaving the Web: the original design and ultimate destiny of the World Wide Web by its inventor. *Choice Reviews Online*, *37*(07), 37-3934. https://doi.org/10.5860/choice.37-3934

Casacuberta Sevilla, D. (2001). Nine difficulties to understand digital culture. *Enrahonar An International Journal Of Theoretical And Practical Reason*, *32*, 235. https://doi.org/10.5565/rev/enrahonar.404

Cascone, K. (2000). The Aesthetics of Failure: “Post-Digital” Tendencies in Contemporary Computer Music. *Computer Music Journal*, *24*(4), 12-18. https://doi.org/10.1162/014892600559489

Castells, M. (2000). Internet y la sociedad red. *Letra Internacional*, *71*, 4-16. http://red.pucp.edu.pe/ridei/files/2011/08/341.pdf

Costa, J. W. M., Brito, C. M., Da Silva, G. V., De Oliveira, R. F., y Santos, S. S. (2024). NATIVOS DIGITAIS, ALFABETIZAÇÃO e LETRAMENTO. *Revista Amor Mundi*, *5*(2), 39-46. https://doi.org/10.46550/amormundi.v5i2.397 Dawson, S., y Siemens, G. (2014). Analytics to literacies: The development of a learning analytics framework for multiliteracies assessment. *The International Review Of Research In Open And Distributed Learning*, *15*(4). https://doi.org/10.19173/irrodl.v15i4.1878

Delrue, C., De Bruyne, S., y Speeckaert, M. M. (2024). Application of Machine Learning in Chronic Kidney Disease: Current Status and Future Prospects. *Biomedicines*, *12*(3), 568. https://doi.org/10.3390/biomedicines12030568

Forero-Corba, W., y Bennasar, F. N. (2023). Técnicas y aplicaciones del Machine Learning e Inteligencia Artificial en educación: una revisión sistemática. *RIED Revista Iberoamericana de Educación A Distancia*, *27*(1), 209-253. https://doi.org/10.5944/ried.27.1.37491

Gligorea, I., Cioca, M., Oancea, R., Gorski, A., Gorski, H., y Tudorache, P. (2023). Adaptive Learning Using Artificial Intelligence in e-Learning: A LiteratureReview. *Education Sciences*, *13*(12), 1216. https://doi.org/10.3390/educsci13121216

Harry, A., y Sayudin, S. (2023). Role of AI in Education. *Interdiciplinary Journal And Hummanity (INJURITY)*, *2*(3), 260-268. https://doi.org/10.58631/injurity.v2i3.52

Jiang, F., Jiang, Y., Zhi, H., Dong, Y., Li, H., Ma, S., Wang, Y., Dong, Q., Shen, H., y Wang, Y. (2017). Artificial intelligence in healthcare: past, present and future. *Stroke And Vascular Neurology*, *2*(4), 230-243. https://doi.org/10.1136/svn-2017-000101

Käser, T., y Alexandron, G. (2023). Simulated Learners in Educational Technology: A Systematic Literature Review and a Turing-like Test. *International Journal Of Artificial Intelligence In Education*, *34*(2), 545-585. https://doi.org/10.1007/s40593-023-00337-2

Kothamali, P. R., Banik, S., Dandyala, S. S. M., y Karne, V. K. (2024, 24 junio). *Advancing Telemedicine and Healthcare Systems with AI and Machine Learning*. http://ijmlrcai.com/index.php/Journal/article/view/54

Nwankwo, N. E. I., Emeihe, N. E. V., Ajegbile, N. M. D., Olaboye, N. J. A., y Maha, N. C. C. (2024). Integrating Telemedicine and AI to Improve Healthcare Access in Rural Settings. *International Journal Of Life Science Research Archive*, *7*(1), 059-077. https://doi.org/10.53771/ijlsra.2024.7.1.0061

OMS. (2021, 18 agosto). *Global strategy on digital health 2020-2025*. OMS World Health Organization. Recuperado 18 de noviembre de 2024, de https://www.who.int/publications/i/item/9789240020924

O'Reilly, T. (2005, 30 septiembre). *What is Web 2.0*. O'Reilly Media. http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html

Panda, R. (2024). Artificial Intelligence in Educational Systems: From Early Computational Tools to Contemporary AI-Enhanced Learning Environments. *International Journal Of Research Publication And Reviews*, *5*(8), 3756-3760. https://doi.org/10.55248/gengpi.5.0824.2213

Parra, Y. G., y Leyet, O. L. M. (2012). Del diseño instruccional al diseño deaprendizaje con aplicación de las tecnologías. *Education In The Knowledge Society (EKS)*, *13*(3), 342-360. https://doi.org/10.14201/eks.9144

Rheingold, H. (2003). Smart mobs: the next social revolution. *Choice Reviews Online*, *40*(08), 40-4689. https://doi.org/10.5860/choice.40-4689

Shavlik, J., Deitterich, T., y Dietterich, T. G. (1991). *Readings in Machine Learning*. https://www.semanticscholar.org/paper/Readings-in-Machine-Learning-Shavlik-Deitterich/5dcb588150d84ef6d1b1ed6ca96e2fd62399de2c

Singh, P. (2024, 3 julio). *Transforming Healthcare through AI: Enhancing Patient Outcomes and Bridging Accessibility Gaps*. https://thesciencebrigade.com/JAIR/article/view/237

Surowiecki, J. (2005). The wisdom of crowds: why the many are smarter than the few. En *Abacus eBooks*. https://ci.nii.ac.jp/ncid/BA8523911X

Topol, E., y Winton, G. (2019). *Deep Medicine: How Artificial intelligence can make healthcare Human again*. https://openlibrary.org/books/OL27754269M/Deep_Medicine

Wen, D., Soltan, A., Trucco, E., y Matin, R. N. (2024). From data to diagnosis: skin cancer image datasets for artificial intelligence. *Clinical And Experimental Dermatology*, *49*(7), 675-685. https://doi.org/10.1093/ced/llae112

CONCLUSIONES COORDINACIÓN PANEL DE EXPERTOS

Título: Innovación Educativa en la Era de la IA: Metaverso, salud digital y empoderamiento ciudadano

Simón Gil Tévar [1] e Itziar Pedroche Santoveña [2]
[1]*Universidad Católica de Ávila*
[2]*Universidad Nacional de Educación a Distancia*

Resumen

Las “IV Jornadas de innovación y docencia iberoamericanas IDI-UNED” llegan a su cuarta edición con tres interesantes ponencias que abordan el metaverso y el empoderamiento ciudadano, la salud y las nuevas tecnologías en el alumnado universitario, y por último, la salud digital y la inteligencia artificial. A través de las diversas ponencias, se reflexionan sobre el impacto y el potencial de las tecnologías emergentes para transformar la educación y la atención de la salud para el alumnado, aunque también se incide en los planteamientos éticos. Además, se presentaron diferentes reflexiones y experiencias didácticas en relación con las TIC, así como herramientas IA para diversidades de utilidades.

Palabras clave: Inteligencia artificial, Metaverso, Salud digital

Acceso a la grabación de la conferencia: https://youtu.be/TohENrL0jfA

1. Introducción

Las ponencias de las “IV Jornadas de innovación y docencia iberoamericanas IDI-UNED”, plantean una exploración de las nuevas fronteras digitales y latransformación educativa a través de las tendencias del metaverso, de la inteligenciaartificial (IA) y la salud digital. A través de las intervenciones, los ponentes presentan novedosas propuestas, destacando el potencial de las tecnologías emergentes para la transformación social, una mayor personalización de la atención a la salud, y una mejora de la calidad de vida de los estudiantes. En el primer día de la jornada, la doctora Carmen Cantillo, de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), comienza con la ponencia denominada “Metaverso y empoderamiento ciudadano”. Posteriormente, intervendría la doctora Lorena Latre, de la Universidadde Zaragoza (UNIZAR), bajo el título “Fomentando la salud en alumnado universitario mediante tecnologías digitales”. Como última intervención, el doctor Eduardo García-Blázquez (UNED) presentaría “Salud digital e inteligencia artificial”.A continuación, se presenta brevemente las conclusiones de expertos de la primera sesión de las jornadas.

2. Conclusiones de expertos

La doctora Carmen Cantillo Valero, nos ha demostrado ese viaje al descubrimiento y el empoderamiento ante las nuevas tendencias tecnológicas como el metaverso. Ese metaverso se configura como un océano inmersivo que nos permite superar retos y potenciar aprendizajes, pero también con una serie de riesgos. Se muestra el avance conceptual del concepto metaverso, desde la primera mención desarrollada por Neil Stephenson en la novela *Snow Crash* (1992), pasando por la comunidad virtual *Second Life* (2003) hasta la transformación del metaverso como un espacio de expresión artística e interacción social con una perspectiva del marketing digital. En este punto, se muestran los ejemplos de las experiencias de *Gucci Garden Experience* o la presencia de *Balenziaga* en *Fornite.* El metaverso también ha aterrizado en los espacios educativos, como por ejemplo el citado “Proyecto de dinamización de las Salas del Palacio Episcopal de Segovia”, un planteamiento innovador desde la educación patrimonial, creado por investigadores de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), y dirigidos por el doctor Gil-Quintana. A través de la narración ambientada en el Palacio Episcopal, los visitantes realizarán diferentes retos acordes con las competencias clave y saberes básicos (LOMLOE), con dos grupos de destinatarios: alumnado de educación primaria y alumnado de secundaria, bachillerato y familias visitantes. A lolargo de la experiencia inmersiva, se conoce al impulsor del palacio en el siglo XVII,el obispo D. Manuel Murillo, mediante una recreación digital diseñada por inteligenciaartificial (Gil-Quintana, 2023). La doctora Cantillo concluye aludiendo a la presencia de una convergencia “figital”, diluyendo los espacios de realidad y ficción.

Por su parte, la doctora Lorena Latre, refleja como la Salud Digital del alumnado permite garantizar el bienestar físico y mental, durante la travesía del proceso de enseñanza-aprendizaje, resaltando la salud en estudiantes universitarios en relación

con las tecnologías educativas. Tras un breve repaso evolutivo del concepto de salud, se plantea las necesidades de bienestar aprendizaje del alumnado en relacióncon las nuevas tecnologías, destacando la importancia de la personalización de la enseñanza, la implicación del alumnado y la conexión entre los iguales. Se incide enla importancia la del lenguaje audiovisual y los diferentes canales de información, configurándose como una realidad mixta, aunando los diferentes canales, y ejemplificándolo con la experiencia docente en una asignatura de Medicina. La experiencia conjuga aspectos relacionados con teorías del dibujo con la gamificación, presentando resultados óptimos a través de una satisfacción ante las necesidades de aprendizaje y una menos frustración del alumnado. Para finalizar, se realiza una serie de recomendaciones saludables en relación con las TIC,principalmente citamos: la ergonométrica digital, la higiene del sueño, la pausa visual, la dieta mediática, la gestión de la privacidad, la gestión emocional y la prevención del acoso.

Por último, el doctor Eduardo García aborda la "Salud digital y la inteligencia artificial", comenzando con una relación evolutiva entre ambos conceptos y el advenimiento de la Inteligencia Artificial hace 75 años. A día de hoy, el avance de la convergencia de la salud y de las tecnologías emergentes y wareables, ha permitido transformar la educación para la salud, implementándose en diferentes ámbitos biomédicos y educativos.

Ante la nueva *Era de la IA*, es cada vez más importante la alfabetización digital de la población, con la finalidad de dar respuesta, tanto a los retos como las oportunidades. La inteligencia artificial está inmersa en nuestro día a día, mostrando grandes posibilidades, como por ejemplo en la utilización de diagnóstico médico encáncer de piel a través del análisis de imágenes o en la identificación de patrones engrandes conjuntos de datos genómicos y proteómicos para su clasificación y tratamiento. En este sentido, aparecen diferentes nuevas funcionalidades en las aplicaciones de los dispositivos, que permiten personalizar la experiencia, y cubriendo las necesidades de los usuarios. El doctor García-Blázquez finaliza con la enumeración de diferentes aplicaciones o funcionalidades, relacionadas a la salud como *Google DeepMind,* generador de textos como *Writesonic o ChatGPT,* para crear audios como *Podcastle* o para evaluar como *QuizGecko.* Ante el nuevohorizonte de la IA, además de las numerosas oportunidades que se ofrecen, tambiénse presentan una serie de retos y planteamientos que las propias instituciones pretenden dar respuesta como con la creación de dictámenes legislativos como la *Ley Europea de la Inteligencia Artificial, 2024/1689.*

Sin duda, las diferentes ponencias han reflejado la importancia de la constante adaptación a las nuevas situaciones, los diferentes retos y oportunidades que suponen las tecnologías emergentes. La educación convencional y la educación para la salud digital del siglo XXI implican una observación y exploración de los nuevos horizontes y la búsqueda de soluciones, que no solo se deben centrar en laadquisición de conocimientos, sino que también deber buscar el desarrollo integral de la persona en las dimensiones afectiva, psicomotora y cognitiva (Noor et al., 2020).

3. Referencias

Gil-Quintana, J. (2023, 26 de marzo). Los beneficios de la Educación Patrimonial. *La Vanguardia*. https://bit.ly/3Z3RKCu

Noor, N. A. M., Saim, N. M., Alias, R., y Rosli, S. H. (2020). Students performance on cognitive, psychomotor and affective domain in the course outcome for embedded course. *Universal Journal of Educational Research*, 8(8),3469-3474. https://doi.org/10.13189/ujer.2020.080821

Stephenson, N. (1992). *Snow Scrash*. Ediciones Gigamesh.

CONFERENCIA

Título: El Edadismo y la Sociedad Postdigital

Autoras: Ana Pilar Fañanás-Biescas[1], Isabel Iniesta-Alemán[2]
[1.] Universidad de Zaragoza [2.] Universidad Internacional de La Rioja

Resumen

A medida que el envejecimiento global redefine las dinámicas demográficas, el usode algoritmos y plataformas digitales plantea una doble paradoja: mientras estas tecnologías prometen accesibilidad universal, suelen reforzar estereotipos que excluyen a los adultos mayores. Se presenta un marco teórico sobre la construcción social del edadismo y el papel de la IA en su posible ampliación. Además, se analizan ejemplos de segmentación algorítmica en plataformas como Facebook y LinkedIn, donde los mayores son relegados en campañas de empleo o publicidad. También se exponen políticas inclusivas de empresas multinacionales que, con la ayuda de la IA, buscan adaptar sus entornos laborales a la diversidad etaria. A través de una metodología de análisis de contenido de campañas publicitarias y estudios de casosde organizaciones pro-inclusión, se revela cómo la estructura demográfica global demanda un enfoque ético en el diseño tecnológico. Los resultados muestran que las prácticas actuales perpetúan patrones de exclusión, pero también sugieren víasen que la IA podría fomentar la participación y bienestar de los adultos mayores. Enconclusión, se replantea la relación entre tecnología y envejecimiento, abogando porun enfoque ético que promueva una sociedad digital inclusiva para todas las edades.

Palabras clave: Edadismo; Sociedad postdigital; Inteligencia artificial; Inclusión digital; Envejecimiento global

Acceso a la grabación de la conferencia: https://youtu.be/9aFqTvLJ47w

1. Introducción

En una época donde la tecnología redefine los parámetros de inclusión y accesibilidad, la sociedad postdigital enfrenta un desafío paradójico: mientras se

pregona una integración sin barreras, el uso extendido de algoritmos y plataformas digitales parece excluir sistemáticamente a los mayores. Interesa examinar cómo los patrones de edadismo se manifiestan en los entornos digitales, perpetuando estigmas y limitando la visibilidad de una población que crece a nivel mundial y quedemanda una inclusión genuina. Nos preguntamos ¿puede la inteligencia artificial llegar a ser una herramienta para erradicar el edadismo en lugar de fortalecerlo? Lapregunta subraya al mismo tiempo una tensión fundamental de la sociedad postdigital: aunque la IA promete una mayor inclusión y personalización, los adultosmayores parecen encontrarse en un espacio de marginación digital. Nosproponemos explorar en qué medida las dinámicas de segmentación algorítmica y los sesgos en el diseño tecnológico están configurando una realidad donde la vejezes invisibilizada, y cómo una redirección ética de estas herramientas podría mejorarla equidad y representación de esta demografía en el ámbito digital.

En un escenario donde la inteligencia artificial (IA), las redes sociales, y las herramientas de comunicación masiva juegan un rol central, analizamos cómo estos avances pueden, tanto mitigar como perpetuar, actitudes discriminatorias hacia los adultos mayores. En la sociedad actual, los prejuicios etarios no solo persisten en ámbitos laborales y sociales, sino que pueden verse acentuados por sistemas de IA que reproducen sesgos presentes en los datos con los que son entrenados.

La creciente digitalización global ha transformado profundamente las interacciones sociales, económicas y políticas, creando un ecosistema donde las tecnologías no solo son herramientas sino configuradoras de dinámicas culturales y de poder. En este contexto, el edadismo digital emerge como un problema de carácter estructural, alimentado tanto por los patrones de consumo de los jóvenes como por la relegaciónde los mayores en el desarrollo y diseño de tecnologías de consumo masivo. La expansión de dispositivos inteligentes, redes sociales y sistemas de inteligencia artificial plantea retos específicos para la integración social de los adultos mayores,quienes a menudo encuentran barreras tanto técnicas como actitudinales quedificultan su participación activa en esta nueva sociedad digital.

La evolución de la población mundial hacia una estructura demográfica más longevaha captado la atención de organismos internacionales, como la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), que advierten sobre los desafíos socioeconómicos y políticos de una población en envejecimiento. A pesar de los avances en políticas de salud y programas de inclusión, los adultos mayores continúan enfrentando estigmatizacióny, en muchos casos, invisibilidad en la esfera digital. Según estudios recientes de laONU (2021), en países como Japón, Italia y España, donde el envejecimiento poblacional es notable, el sector público y privado aún no logran una integración efectiva de los adultos mayores en los entornos digitales, perpetuando el aislamientoy la dependencia (Harrigan et al., 2022).

El envejecimiento demográfico ha sido una realidad creciente en la mayoría de los países desarrollados y en vías de desarrollo. La Organización Mundial de la Salud (OMS, 2021) estima que la población mundial de 60 años o más alcanzará los 2.1 mil millones para 2050, impulsada por una disminución de las tasas de natalidad y

el aumento de la longevidad. Esta tendencia demográfica presenta desafíos sin precedentes, tanto en términos de políticas públicas como en las actitudes culturales hacia el envejecimiento.

En el ámbito digital, los adultos mayores son frecuentemente relegados a categorías "pasivas", lo cual reduce sus posibilidades de integración y limita su visibilidad en el ámbito digital (Harrigan et al., 2022). Desde las redes sociales hasta los algoritmos de segmentación publicitaria, la tecnología tiende a reproducir una imagen de los adultos mayores como dependientes o de menor competencia tecnológica, lo que impacta su inclusión. Por otro lado, estas personas "están empezando a protagonizarcampañas en redes sociales convirtiéndose en influencers […] que acumulan milesde seguidores, lo que pone de manifiesto su capacidad de influencia sobre su comunidad" (Rivera Martín et al., 2022, p.800).

El marco internacional también destaca la relevancia de estrategias de alfabetización digital, orientadas a reducir la brecha entre generaciones. En Corea del Sur, el gobierno ha implementado programas de capacitación digital para adultos mayoresque han resultado en una participación de esta población en redes sociales y plataformas de comercio electrónico, reduciendo su aislamiento y mejorando su calidad de vida. En contraposición, la falta de esfuerzos similares en otras regionesacentúa la exclusión digital, profundizando las disparidades generacionales (Fuchs,2020).

2. Metodología

Esta investigación se plantea no solo como un análisis de las representaciones y limitaciones que enfrenta la tercera edad en el entorno digital, sino también como una crítica a las políticas y diseños algorítmicos que perpetúan la exclusión etaria. Entender el edadismo digital no solo como un fenómeno técnico sino cultural y socioeconómico permite visualizar la necesidad de intervenciones que, desde la ética y la política pública, cuestionen las prácticas excluyentes y generen un cambio inclusivo y sostenible (Peine & Neven, 2019; Ayalon, 2020).

La revisión de la literatura incluyó artículos recientes de alto impacto indexados en bases de datos como Scopus, Web of Science y Google Scholar. La búsqueda se basó en términos clave como «edadismo digital», «inteligencia artificial y sesgos etarios», «publicidad inclusiva para adultos mayores» y «sociedad postdigital». Se seleccionaron estudios clave que abordan la intersección entre el edadismo y la tecnología digital, particularmente aquellos enfocados en publicidad inclusiva, segmentación algorítmica y alfabetización digital para adultos mayores. La búsquedase extendió a literatura gris, como informes técnicos de empresas tecnológicas y documentos de políticas de organizaciones internacionales (OCDE, 2021), que proporcionan una visión práctica y actualizada sobre las tendencias en el uso de IAy la percepción de los adultos mayores en entornos digitales.

3. Resultados

Se encontraron patrones consistentes de exclusión de adultos mayores en las plataformas digitales y en las estrategias de publicidad, donde los algoritmos tienden

a segmentar audiencias basándose en preferencias etarias que refuerzan estereotipos negativos. En el análisis de campañas publicitarias, se identificaron prácticas que refuerzan el edadismo, como la representación de los adultos mayoresen roles pasivos o como consumidores de productos de salud y seguros.

Las campañas publicitarias de empresas globales muestran una marcada tendenciaa proyectar una imagen de los adultos mayores como frágiles, dependientes o desconectados de la tecnología. En contraste, algunas campañas innovadoras han buscado activamente representar a adultos mayores de manera inclusiva, promoviendo una imagen de fortaleza y vitalidad.

Herramientas de IA han sido señaladas por sesgos en la segmentación de audiencias que pueden excluir activamente a los adultos mayores de campañas laborales. Un análisis de prácticas publicitarias demostró que los algoritmos tiendena clasificar a personas mayores de 55 años en grupos con menor probabilidad de recibir anuncios de empleo o productos tecnológicos (Raji et al., 2021).

En el ámbito de la salud, se observaron aplicaciones positivas de la IA, como monitores de salud personalizados y asistentes virtuales de empresas como Apple y Google, que contribuyen al bienestar de los adultos mayores mediante recordatorios de medicación y actividades de seguimiento de salud física y mental. Sin embargo, la accesibilidad y el diseño de estas herramientas pueden ser un obstáculo debido a limitaciones tecnológicas y una brecha digital significativa (Peine& Neven, 2019).

En cuanto a la segmentación publicitaria, la IA aplicada en plataformas de empleo, como LinkedIn y Facebook, filtra automáticamente las ofertas de trabajo paradiferentes audiencias etarias, limitando las oportunidades laborales para los mayores de 50 años. Investigaciones adicionales demuestran que estos sesgos no son inherentes a la IA, sino que se derivan de la falta de datos inclusivos en el proceso de entrenamiento de los modelos algorítmicos, lo que perpetúa prejuicios estructurales (Ferrara, 2023).

Los hallazgos sugieren que, en el mundo postdigital, los estereotipos de edad pueden verse exacerbados por el uso de tecnologías avanzadas, especialmente enpublicidad y comunicación social. La omnipresencia de algoritmos y sistemas de IAen la vida diaria permite que los sesgos históricos se amplifiquen a través de la tecnología. La falta de adaptaciones inclusivas y la escasa representación de adultosmayores en los espacios digitales promueven su invisibilidad y aumentan su vulnerabilidad. La tecnología, si bien tiene el potencial de mejorar la vida de los adultos mayores, necesita incorporar un diseño inclusivo y políticas reguladoras quecontrarresten el edadismo. En este complejo entorno, resulta decisiva laparticipación de instituciones académicas y empresas tecnológicas para desarrollar soluciones éticas y promover una representación justa.

4. Conclusión

La sociedad postdigital presenta tanto desafíos como oportunidades para la inclusiónde los adultos mayores en el ámbito tecnológico. Las nuevas tecnologías deben ser capaces de eliminar estereotipos. De cara al futuro, una colaboración entre

académicos, legisladores y el sector empresarial es esencial para construir una sociedad donde la longevidad sea valorada y la discriminación etaria, erradicada. La transformación digital solo será beneficiosa si considera a todos los grupos etarios, permitiendo una convivencia armónica en el mundo digital.

Este análisis concluye que el edadismo digital es un reflejo de la discriminación sistémica hacia los adultos mayores en la sociedad en general. A medida que las tecnologías digitales y la IA continúan evolucionando, es esencial que el diseño de estas herramientas se realice con una visión inclusiva. Esto implica no solo incorporar a los adultos mayores en el desarrollo de tecnologías, sino también cuestionar los datos y algoritmos que alimentan los sistemas de IA (Peine & Neven,2019) para evitar la reproducción de estereotipos perjudiciales.

5. Referencias

Ayalon, L. (2020). There is nothing new under the sun: Ageism and intergenerational tension in the age of the COVID-19 outbreak. International Psychogeriatrics, 32(10), 1221-1224. https://doi.org/10.1017/S1041610220000575

Ferrara, E. (2023). Fairness and bias in artificial intelligence: A brief survey of sources, impacts, and mitigation strategies. *Sci,* 6(1), 3. https://doi.org/10.3390/sci6010003

Fuchs, M. (2020). Does the digitalization of manufacturing boost a 'smart' era of capital accumulation?. *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie*, 64(2), 47-57. https://doi.org/10.1515/zfw-2019-0012

Harrigan, P., Dolan, R., & Lee, M. S. (2022). Marketing education: Reflecting on relevance. *Australasian Marketing Journal*, 30(3), 178-184. https://doi.org/10.1177/183933492110617

Peine, A., & Neven, L. (2019). From intervention to co-constitution: New directions in theorizing about aging and technology. *The Gerontologist*, 59(1), 15-21. https://doi.org/10.1093/geront/gny050

Raji, I. D., Bender, E. M., Paullada, A., Denton, E., & Hanna, A. (2021). AI and the everything in the whole wide world benchmark. *arXiv* preprint arXiv:2111.15366. https://doi.org/10.48550/arXiv.2111.15366

Rivera Martín, B., Iniesta-Alemán, I., & Martínez de Bartolomé Rincón, I. (2022). Impacto de los silver influencers en la comunicación. En &. R. J. C. Figuereo Benítez, *El poder de la comunicación: actores, estrategias y alternativas* (págs. 796-818). Dykinson. https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=876360&orden=1&info=open_link_libro

CONFERENCIA

Título: Proyecto MELISE: una respuesta de Alfabetización mediática para todala vida.

Dra. Paula Estalayo[1] y Dr. Manuel León[1]
[1]Ediciones Octaedro S.L

Resumen

El proyecto MELISE nace como respuesta a los retos que enfrentan las personas mayores en su adaptación al entorno digital. En una era caracterizada por la creciente desinformación, este grupo es especialmente vulnerable a las estafas en línea y a las noticias falsas, debido a su limitada familiaridad con los medios digitales.La falta de alfabetización mediática no solo afecta su capacidad para acceder a información veraz, sino que también puede agravar su aislamiento social. La exposición a información manipulada puede tener graves consecuencias para su bienestar, desde información errónea en temas de salud hasta la pérdida deconfianza en instituciones y procesos democráticos. A pesar de esto, muchosprogramas actuales no abordan adecuadamente las necesidades específicas de este grupo, como la adquisición de herramientas críticas para evaluar la información, distinguir entre fuentes confiables y detectar intentos de manipulación. MELISE responde a estas carencias promoviendo la alfabetización mediática, la autonomía digital y la participación activa de las personas mayores.

El proyecto cuenta con un consorcio de nueve entidades de cinco países europeos y se enfoca en prevenir la desinformación, evitar estafas, mejorar la comunicación digital y fomentar la salud mental de los mayores. Entre sus principales acciones destacan el desarrollo de dos cursos en línea y talleres, dirigidos tanto a ciudadanosmayores como a formadores. Además, el proyecto busca reforzar la cooperación transnacional y ampliar el acceso a recursos de alfabetización mediática de alta calidad, contribuyendo a la inclusión digital de las personas mayores y protegiéndolas frente a la desinformación.

Palabras clave: alfabetización mediática, tercera edad, brecha digital

Acceso a la grabación de la conferencia: https://youtu.be/sOE6nCnaGvM

1. Introducción: Importancia de la alfabetización mediática

En el contexto de una sociedad cada vez más digitalizada, la alfabetización mediática se ha convertido en un pilar fundamental para garantizar la participación ciudadana, el ejercicio pleno de la democracia y el desarrollo del pensamiento crítico.La capacidad de acceder, analizar y evaluar la información de manera efectiva es clave para que los ciudadanos puedan tomar decisiones informadas y desempeñar un rol activo en la vida pública. Sin embargo, la digitalización también ha traído consigo una proliferación de desinformación, rumores y bulos como se evidenció durante la pandemia de COVID-19 (UNESCO, 2020).

En este período, vimos cómo las redes sociales y otras plataformas digitales se inundaban de noticias falsas y teorías de conspiración que erosionaban la confianza,no solo en los medios de comunicación, sino también en las instituciones públicas yen los sistemas de salud. Lo mismo ocurre con otros temas relevantes para la realidad social como el cambio climático, la violencia de género o la migración. Estefenómeno subraya la urgencia de dotar a todos los ciudadanos, especialmente a los mayores, de herramientas que les permitan evaluar críticamente la veracidad de la información a la que están expuestos. La alfabetización mediática no solo mejora lacapacidad de los individuos para navegar por el ecosistema digital de manera seguray efectiva, sino que también es esencial para la defensa de los valores democráticos.Al enseñar a los ciudadanos a identificar fuentes confiables, detectar sesgos y cuestionar la autenticidad de la información, promovemos sociedades más informadas y resilientes frente a la manipulación mediática. Esto es especialmente crucial en un momento en que la desinformación puede poner en riesgo no solo la cohesión social, sino también la salud pública y la estabilidad democrática. Sin embargo, gran parte de las iniciativas y programas para fomentar la alfabetización mediática están dirigidos a jóvenes. De este modo, las personas mayores, que suelen ser más vulnerables a la desinformación debido a su menor exposición a lastecnologías digitales y a una falta de formación específica para detectar contenido engañoso, a menudo quedan desamparadas.

En España, las estadísticas del INE (2022) revelan que el 54,3% de los mayores de65 a 74 años leen noticias en línea, el 43% utilizan servicios de banca en línea y el 23,7% realizan compras por internet. El uso de Internet en este grupo es del 76,4%,pero disminuye al 35,9% entre los mayores de 75 años. Además, el uso de redes sociales es significativo, con un 41,8% entre los usuarios de 25 a 44 años, y una tendencia creciente entre los mayores de 44 años. Un estudio del INE de 2024 muestra que el 80% de las personas de 65 a 74 años utilizaron Internet en los últimostres meses, y un 76,1% emplearon servicios de mensajería como WhatsApp. A pesarde que el consumo de medios tradicionales, como la televisión, sigue siendo alto, con un 90% de los mayores de 74 años viéndola regularmente, la confianza en el uso de Internet es limitada: un 38,5% de los mayores manifiesta desconfianza en sus actividades en línea.

La alfabetización mediática ofrece grandes beneficios a las personas mayores, ya que les facilita la navegación en el mundo digital, disminuye su vulnerabilidad frentea la desinformación y fomenta su participación activa en la sociedad. Además, promueve el envejecimiento activo, el aprendizaje continuo y el compromiso cívico,

mientras ayuda a combatir la soledad al conectar a los mayores con redes socialesy comunidades en línea. Actualmente, la brecha digital sigue siendo un problema existente, lo que hace imprescindible ofrecer formación adaptada a las necesidadesy experiencias específicas de los mayores en su interacción con la tecnología.

2. Proyecto MELISE: Un esfuerzo europeo por la alfabetización mediática para mayores

El proyecto MELISE[2] surge ante esta necesidad y nace como una respuesta directaa los desafíos que enfrentan las personas mayores al adaptarse a las crecientes plataformas mediáticas y digitales. Factores como el deterioro cognitivo, la falta de familiaridad con la tecnología y el temor a ser víctimas de estafas digitales limitan su participación activa en el entorno digital. Estos obstáculos no solo afectan sucapacidad para acceder a información veraz y relevante, sino que también los aíslansocialmente, aumentando su vulnerabilidad ante la desinformación.

MELISE ofrece programas de formación diseñados específicamente para respondera estas necesidades. A través de cursos y talleres adaptados, el proyecto busca empoderar a las personas mayores, ayudándolas a desarrollar las competencias necesarias para navegar de forma segura por el mundo digital. Estos programas no solo promueven la autonomía digital de los mayores, sino que también contribuyen a combatir la soledad, facilitando su participación en comunidades en línea yfomentando la interacción social a través de plataformas digitales. Así, MELISE no solo busca reducir la brecha digital, sino también mejorar la calidad de vida de las personas mayores en la era digital.

MELISE cuenta con un consorcio formado por 9 entidades de cinco países de la Unión Europea: España, Italia, Grecia, Alemania y Portugal. Los socios que integraneste consorcio son: Editorial Octaedro, Dataninja, la Universidad Aristóteles de Salónica (AUTH), la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), ECO Digital Learning, la Asociación Cosicosa, IDYL gUG, Associação Literacia para os Media e Jornalismo y Grey Panthers. La extensión del consorcio, aunque supone unreto en términos de coordinación y gestión de las diferentes fases del proyecto, también aporta una gran riqueza debido a su diversidad y alcance. Al reunirinstituciones de los sectores educativo, social y tecnológico, se consigue unacolaboración complementaria que fortalece la ejecución de las acciones previstas, enfocadas en abordar las necesidades específicas de las personas mayores en el ámbito de la alfabetización mediática.

2.1 Objetivos y acciones del proyecto

El proyecto MELISE busca fomentar la alfabetización mediática de las personas mayores trabajando en los siguientes objetivos:

- Prevenir la desinformación: En un contexto de creciente proliferación de noticias falsas y desinformación, es fundamental que las personas mayores desarrollen

[2] MELISE (MEdia Literacy for SEnior European citizens) es un proyecto europeo desarrollado dentro de la convocatoria CREA-CROSS-2023-MEDIALITERACY. Para más información, consultad la página web: https://meliseproject.eu/

habilidades de alfabetización mediática que les permitan diferenciar entre fuentes de información confiables y no confiables. ▪ Evitar las estafas: Las personas mayores son un objetivo frecuente de estafadores que utilizan medios digitales para engañarlas. La alfabetización mediática les brinda las herramientas necesarias paraidentificar y evitar estos fraudes.

▪ Fomentar la comunicación: Aprender a utilizar redes sociales y aplicaciones de mensajería ayuda a los mayores a mantenerse conectados con su entorno, favoreciendo su inclusión digital y social.

▪ Mejorar la salud mental: En la era digital, es crucial entender los riesgos asociadosal mal uso de las tecnologías. Por ello, es necesario enseñar a utilizar de maneraética y responsable las herramientas digitales para proteger el bienestar mental. Para alcanzar estos objetivos, MELISE desarrolla varias acciones como son: 1) la realización de un estado de la cuestión[3] a nivel europeo sobre la alfabetización mediática para la tercera edad, identificando así los principales retos y necesidades; 2) la implementación de dos cursos online, uno dirigido a personas mayores, y otro a formadores; 3) talleres presenciales, también para ambos grupos; la producción de un canal de podcast con entrevistas a expertos, profesorado, académicos y personas de la tercera edad.

2.2 Resultados y aportes esperados

Para completar el apartado de resultados esperados del proyecto MELISE, aquí se pueden listar algunos de los principales resultados y aportes previstos:

- Incremento de habilidades críticas y de alfabetización mediática en personas mayores: se espera que los beneficiarios mejoren sus capacidades para evaluar críticamente la información, distinguiendo entre fuentes confiables y engañosas. Esto les permitirá participar de manera más activa y segura en elentorno digital, mitigando el impacto de la desinformación en su vida cotidianay aumentando su confianza en el uso de tecnologías digitales.
- Fortalecimiento de redes de formadores especializados en alfabetización mediática: los formadores que participen en el proyecto recibirán entrenamiento y recursos que mejorarán su conocimiento de las problemáticas que enfrentan las personas mayores en relación con losmedios. Estos formadores estarán capacitados para replicar el modelo MELISE en otros entornos y poblaciones, promoviendo la inclusión digital a nivel europeo.
- Desarrollo y distribución de recursos educativos multilingües: el proyecto facilitará el acceso a recursos de alfabetización mediática de alta calidad a través de su plataforma online, permitiendo la colaboración entre países y promoviendo un enfoque transnacional en el tratamiento de la desinformacióny el uso ético de los medios digitales.

[3] El informe del estado de la cuestión está disponible aquí: https://meliseproject.eu/?page_id=382

- Promoción de la cohesión social y reducción del aislamiento en personas mayores: mediante la implementación de talleres y recursos, MELISE contribuirá a reducir el aislamiento social al fomentar la conexión de las personas mayores con comunidades digitales y redes sociales, promoviendoel envejecimiento activo y el compromiso cívico.
- Impacto a nivel local, nacional y europeo: MELISE buscará influir en el ámbito local mediante la publicación de contenidos en revistas y medios locales, generando un efecto indirecto en otros países de la UE y contribuyendo a la creación de una red europea de asociaciones de alfabetización mediática. A largo plazo, el proyecto tiene el potencial de incidir en la construcción de una ciudadanía europea más crítica, capaz de enfrentar la desinformación y proteger los valores democráticos.

Estos resultados están diseñados para tener un impacto duradero en la alfabetización mediática de las personas mayores y para construir una red de colaboración que integre prácticas educativas inclusivas a nivel europeo.

3. Conclusión

La Unión Europea respalda numerosas colaboraciones entre países, como el Observatorio Europeo de Medios Digitales (EDMO) y los programas Erasmus+, facilitando el intercambio de recursos y conocimientos a nivel transfronterizo. Sin embargo, la falta de normalización en la formación en alfabetización mediática, especialmente para personas mayores, y la desigual distribución de estos programas entre los países de la UE evidencian importantes brechas. Además, aunque algunas iniciativas impulsan el intercambio de recursos entre países, la colaboración transnacional en este ámbito aún está poco desarrollada y muchos países operan de manera aislada. El proyecto MELISE busca fomentar una mayor cooperación entre países miembros de la UE y mejorar el acceso a recursos de alfabetización mediática de alta calidad para las personas mayores en toda Europa.La alfabetización mediática no debe considerarse únicamente una competencia destinada a las nuevas generaciones, sino como una herramienta esencial para quelas personas mayores participen plenamente en la sociedad digital. En un mundo donde el acceso a la información está cada vez más mediado por tecnologías digitales, resulta crucial que todos los ciudadanos, sin importar su edad, desarrollenlas habilidades necesarias para analizar críticamente los contenidos que consumen. Las personas mayores, en particular, necesitan apoyo adicional para adaptarse a este entorno en constante cambio, ya que su integración en el ecosistema digital esvital para garantizar su bienestar, inclusión social y protección frente a la desinformación.

El proyecto MELISE responde a esta necesidad al proporcionar formación especializada para mayores, promoviendo no solo su alfabetización mediática, sino también su autonomía y capacidad de participación activa en la vida social y cívica.Sin embargo, este es solo el comienzo. Es fundamental que continuemos trabajandoen iniciativas que aborden las barreras tecnológicas que enfrentan las personas mayores y que sigamos desarrollando recursos accesibles y adaptados a sus

necesidades. De esta manera, podremos avanzar hacia una sociedad más justa e inclusiva, donde cada individuo, independientemente de su edad, pueda desenvolverse con confianza en la era digital. Con este enfoque, MELISE no solo tiene un impacto directo en la calidad de vida de los mayores, sino que también contribuye al fortalecimiento de una ciudadanía más crítica y comprometida, capaz de enfrentar los desafíos de la desinformación y la exclusión digital.

4. Referencias

Instituto Nacional de Estadística (n.d.). INE. https://acortar.link/wwUpA

Instituto Nacional de Estadística (2022). Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en los Hogares<. https://www.ine.es/prensa/tich_2022.pdf

UNESCO (2021). Desinfodemia: descifrando la desinformación sobre el COVID-19. UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374416_spa

CONFERENCIA

Título: Redes y realidades: alfabetización mediática para seniors.

Elena Blanca Martínez Piedra [1]

[1]Universidad Nacional de Educación a Distancia

Resumen

El Proyecto Europeo MELISE, liderado por la UNED, ofrece un curso sMOOC innovador de alfabetización mediática para seniors. Se trata de un curso gratuito y accesible, que fomenta el pensamiento crítico en un entorno flexible y adaptado a cada usuario. Con bloques temáticos gamificados y presentados por "agentes" ficticios, aborda la desinformación, la inteligencia artificial, la formación de opiniones, la manipulación audiovisual y el fact-checking. Todos estos contenidos se explican a través de vídeos breves, ejercicios interactivos y un metaverso educativo con salas temáticas y eventos en vivo. Basado en la taxonomía de las 7 E´s, promueve aprendizaje colaborativo, empoderamiento y ciudadanía crítica, ayudando a este colectivo a navegar la era digital de forma segura.

Palabras clave: alfabetización mediática, sMOOC, pensamiento crítico,gamificación

Acceso a la grabación de la conferencia: https://youtu.be/6Xuv6ZO0Wls

1. Introducción

Dentro del Proyecto Europeo MELISE, la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) tiene un papel fundamental en la creación de un sMOOC. Este curso es un acrónimo del *Social Massive Open Online Course* está basado en dos términos fundamentales como son “social”, porque potencian las interacciones en elaprendizaje, y “sin rupturas”, porque son accesibles de manera constante. Además,introducen un mayor grado de interacción, participación social, son ubicuos y accesibles desde diferentes plataformas y soportes; y pueden ser integrados en lasexperiencias de la vida real. Estos cursos son sociales porque tratan temas de interés general (Osuna-Acedo, Marta-Lazo, & Frau-Meigs, 2018). Son masivos, porque no tienen límites de inscripción: miles de participantes pueden estar conectados a la vez y cada uno a su ritmo. A diferencia de otros cursos, los sMOOCno requieren ningún tipo de requisito académico; cualquier persona puede hacerlos.Además, son gratuitos, salvo que se quiera un certificado de haber realizado el curso, se tendrá que pagar una cantidad baja. Al estar en abierto, quiere decir que los materiales siempre están disponibles y se pueden consultar cuando las personasparticipantes lo deseen. Son cursos en línea por lo que, además de la flexibilidad temporal de la que hablábamos anteriormente, solo se requiere conexión a Internety un dispositivo electrónico para poder conectarse. Esta propuesta formativa, se adapta a todas las personas, siendo igual para todas y todos los usuarios porque serán ellos quienes decidan cómo quieren aprender. Si la persona que lo realiza, hay una parte que resulta difícil, se puede pasar al siguiente bloque sin problema, sin que condicione la visualización o comprensión de los siguientes contenidos. Estetipo de cursos, son muy interesantes porque además se adaptan al aprendizaje de cada estudiante, ya sea de manera intelectual o porque tengan alguna discapacidad.En definitiva, este curso es una experiencia educativa innovadora ya que hasta el momento no existen cursos sMOOC de alfabetización mediática de personas de la tercera edad.

2. Curso sMOOC

Este curso está destinado a la ciudadanía global, en especial de la Unión Europea y con un público determinado como es el sector senior, el cual, estará en diferentes idiomas para poder llegar a un mayor número de personas. Para crear una formacióna medida en este campo, hemos investigado las necesidades formativas mediante cuestionarios, entrevistas y análisis bibliométrico sobre la alfabetización mediática en las personas de la tercera edad. La alfabetización digital es fundamental para saber utilizar los dispositivos: hacer una foto, poner una alarma. añadir un recordatorio, etcétera. Sin embargo, la alfabetización mediática también es esencialya que enseña el pensamiento crítico para que este sector, potencialmente más vulnerable en este sentido, no acepte ciegamente todo lo que hay en internet. la ideaes que a través de la alfabetización mediática podamos promover el pensamiento crítico y la concienciación para fomentar una ciudadanía crítica.

El curso enmarca su narrativa gamificada en una agencia de detectives al estilo de James Bond, pero en lugar de trabajar para la reina de Inglaterra, se va a luchar contra la desinformación. Tendremos 5 agentes, que son personas veteranas que son expertos en sus campos. Cada uno será responsable de su bloque de contenidos que se estructuran en:

1) Desconfianza en los medios de comunicación

Este bloque lo presenta la agente Dis. Es una investigadora veterana en el campo de la comunicación y los medios. Tiene una actitud escéptica pero apasionada por promover la alfabetización mediática. Tiende a ser meticulosa y detallista en sus presentaciones. Los objetivos que tendrá en este bloque serán:

- Despertar el interés por la sociedad post digital la evolución de la tecnologíay su impacto en la vida cotidiana
- Reconocer el papel de la evolución de los medios y sus estrategias de manipulación
- identificar las principales redes y el desafío sociales de las mismas. (Gil Quintana, 2024)

2) Usos y abusos de la Inteligencia artificial generativa

La agente In es una experta en tecnología e inteligencia artificial. Adopta un enfoque futurista y optimista del papel de la inteligencia artificial en la información. Tiene una presentación dinámica y llena de ejemplos. Los objetivos que va a trabajar serán:

- Entender cómo funciona y cómo se usa la IA generativa
- Reconocer el impacto de la IA en diversos sectores, evaluando sus aplicaciones prácticas.
- Identificar las características, aplicaciones y efectos de la IA. (Feltero y García-Blázquez, 2024)

3) Formación de opiniones

El agente For es un filósofo de mente abierta. Tiene un enfoque reflexivo y analítico. Hace presentaciones que invitan a los debates interactivos. Establece tres objetivos:

- Identificar qué es una opinión y cómo se forma en el entorno digital, reconociendo la influencia de medios y redes en la creación de opiniones.
- Distinguir entre fuentes confiables de conocimiento en el entorno digital. Comprender las posturas filosóficas de realismo, relativismo y escepticismo aplicadas al análisis de la información.
- Aplicar las herramientas tecnológicas para contrastar la veracidad de la información en redes sociales, desarrollando una perspectiva crítica ante la información que consulte. (Quintas y Latre, 2024)

4) Manipulación de imágenes y vídeos

El agente Mat es un experto en tecnología de medios y edición de contenidos. Hace presentaciones con demostraciones prácticas. Trabaja estos tres objetivos:

- Identificar las manipulaciones en imágenes y vídeos.
- Verificar contenidos audiovisuales con herramientas digitales.
- Crear y compartir imágenes responsablemente. (Iniesta Alemán, 2024)

5) Noticias falsas

La agente Ion es una comunicadora carismática y motivadora. Inspira conciencia y acción. Hace presentaciones con historias conmovedoras y acciones para combatirla desinformación. Fija su actuación en tres objetivos:

- Conocer e identificar las noticias falsas y sus características.
- Sensibilizar sobre el impacto social, político y personal de las noticias falsas.

- Capacitar en el uso de herramientas y estrategias de fact-cheking. (Gil Tévary Pedroche, 2024)

Todos estos contenidos se apoyan, como hemos indicado previamente, con la narrativa gamificada donde además se incorporan juegos serios, cuya finalidad va más allá del entretenimiento, sino que sirven para la formación. Cada bloque tiene su propio juego en el que se pone en práctica todo lo aprendido. Mediante preguntasy respuestas, herramientas de verificación, etc. se buscan respuestas, todo ello conun pequeño *feedback* cuando se pulse la respuesta que no sea correcta.
Todo este sMOOC se integrará en un metaverso, un espacio virtual que refleja un ambiente educativo y acogedor, con salas de conferencias, áreas de exposición y zonas de interacción. Cada bloque de contenido tiene su propia sala temática dentrodel espacio. Hay además la opción de organizar eventos en vivo dentro del espaciodonde expertos puedan dar charlas y responder preguntas sobre cada tema. Las personas pueden interactuar con el equipo docente y entre ellos. Muy importante son las áreas dentro del espacio donde las y los usuarios puedan interactuar entre ellos, compartir ideas y recursos, y colaborar en proyectos relacionados con la alfabetización mediática.

3. Taxonomía de las 7 Es

Para hablar sobre los beneficios del modelo sMOOC, hacemos referencia al concepto desarrollado de la taxonomía de las 7 E´s (Gil-Quintana, 2023). Es una base metodológica sobre los beneficios de este tipo de aprendizaje:

- *Enfoque horizontal y bidireccional:* esto va a facilitar un tipo de comunicación muy eficaz porque fomenta la colaboración y la participación de los usuarios. Además, se va a producir un aprendizaje bidireccional: del profesorado al alumnado y viceversa.
- *Expansión pedagógica:* se van a desarrollar diferentes relaciones que permitan compartir, desarrollar diversas tareas, resolver problemas y ayudar a la construcción colectiva del conocimiento.
- *Engagement:* se va a producir una conectividad con las y los miembros de la comunidad que van a poder hablar entre sí y debatir en foros y en redes sociales con la utilización de diferentes *hashtags*.
- *Entorno gamificado:* mediante la utilización diferentes diversos mecanismos de juegos, se quiere aumentar la motivación y el interés del alumnado. No podemos olvidar que el público que va a realizar este curso no necesita tituloso cursos para aumentar su currículum, sino que lo va a hacer por propio interés. La gamificación va a ayudar a que los contenidos sean mucho más motivadores y resulte muy interesante.
- *Empoderamiento:* al dar recursos para la alfabetización mediática las personas que participan en la experiencia van a sentirse fortalecidos ycapacitados para navegar en la sociedad postdigital.
- *Evaluación per-to-per:* alejándonos de la educación tradicional, donde la evaluación corre a cargo del profesorado, en este modelo de formación también el alumnado tendrá la posibilidad de evaluar el trabajo de sussemejantes.

- *Entidad social:* implica el uso de las redes sociales para evitar que los sMOOCse queden “encerrados” o limitados al aula virtual, sino que hay que expandirlos más allá, creando una identidad que va que vaya más allá.

4. Conclusión

Este sMOOC se presenta como una experiencia innovadora para fomentar la alfabetización mediática entre el sector senior, promoviendo habilidades críticas frente a la desinformación. A través de este sMOOC gamificado y accesible, se potencia el aprendizaje flexible y colaborativo, adaptado a las necesidades de los usuarios. La integración en un metaverso educativo mejora la interacción y el compromiso, permitiendo experiencias dinámicas y participativas. Esta propuesta refuerza el empoderamiento digital de un sector vulnerable, ayudándoles a navegarcon mayor seguridad en la sociedad postdigital.

5. Referencias

Feltrero, R. y García-Blázquez, E. (2024). Usos y abusos de la IA generativa. *Proyecto MELISE*. UNED.

Fernández Galiano Amorós, M. y Gil Quintana, J. (2024). Desconfianza en los medios de comunicación. *Proyecto MELISE*. UNED.

Gil-Quintana, J. (2023). *Educación y comunicación en la sociedad postdigital. Investigación documental y análisis de perspectivas*. Editorial Octaedro.

Gil Tévar, S., y Pedroche Santoveña, I. (2024). Noticias falsas. *Proyecto MELISE*. UNED.

Iniesta Alemán, I. (2024). Manipulación de imágenes y vídeos. *Proyecto MELISE*. UNED.

Osuna-Acedo, S., Marta-Lazo, C., & Frau-Meigs, D. (2018). From sMOOC to tMOOC, learning towards professional transference. ECO European Project. [De sMOOC a tMOOC, el aprendizaje hacia la transferencia profesional: El proyecto europeo ECO]. *Comunicar, 55*, 105-114. https://doi.org/10.3916/C55-2018-10

Quintas, A. y Latre, L. (2024). Formación de opiniones. *Proyecto MELISE*. UNED

CONFERENCIA

Título: Metaverso: centro senior para la alfabetización mediática

Dr. José Javier Hueso Romero[1]
[1]Universidad de Nebrija/Universidad Nacional de Educación a Distancia

Resumen

Esta conferencia presentada en las IV Jornadas de Innovación y Docencia Iberoamericana organizadas por la Asociación IDI y la UNED en los días 19 y 20 de noviembre de 2024 comparte la incorporación del Metaverso en el sMOOC “Redes y realidades: alfabetización mediática para Seniors”. La realidad inmersiva se hace un hueco dentro de la formación masiva, abierta y en línea convirtiéndose, no sólo en un complemento para el aprendizaje, sino también en un espacio para lainteracción, participación y disfrute de las personas implicadas.

Palabras clave: alfabetización mediática, metaverso, realidades inmersivas, tercera edad

Acceso a la grabación de la conferencia: https://youtu.be/N5WT8yoCYLI

1. Introducción

La evolución de las herramientas tecnológicas en la educación ha generado una serie de reflexiones sobre la necesidad y eficacia de los métodos tradicionales frentea las nuevas plataformas digitales. En esta ponencia se explora el uso de metaversos y otras herramientas digitales en entornos educativos, así como las experiencias personales en su implementación. Un metaverso que se enmarca en elcontexto sMOOC: “Redes y realidades: alfabetización mediática para Seniors” dentro del equipo que lidera la Universidad Nacional de Educación a Distancia para el Proyecto MELISE (MEdia Literacy for SEnior European citizens). Una vez más sepone de manifiesto la fuerza que tienen las experiencias inmersivas en la formaciónde la ciudadanía, y también una vez más se incorporan en la formación masiva, abierta y en línea, dando paso a nuevas realidades formativas que enriquecen, sin duda alguna, la experiencia de aprendizaje.

2. Metaverso: centro senior

Una de las preguntas que surgieron durante mi experiencia educativa fue si las tutorías presenciales, realizadas de manera semanal en un entorno físico, eran realmente necesarias. Estas sesiones servían como espacios de apoyo y colaboración, donde los alumnos compartían sus inquietudes, apuntes y dificultades con los profesores y compañeros. Sin embargo, al finalizar este periodo de aprendizaje, me surgió la duda sobre la necesidad de desplazarse físicamente a unespacio determinado para adquirir conocimiento. Este cuestionamiento cobra especial relevancia en el contexto actual, donde la tecnología nos permite acceder a la información de manera remota y en cualquier momento. El desarrollo de plataformas virtuales, como los metaversos, facilita la creación de entornos educativos en los que la presencia física no es imprescindible. En este sentido, cadavez más disciplinas y niveles educativos pueden beneficiarse de estas herramientas,generando un aprendizaje igual de efectivo, pero más accesible y flexible. Durante la ponencia, se presentaron las posibilidades que ofrece el metaverso para la educación. Un metaverso es un espacio virtual en el que se pueden integrardiferentes recursos digitales, como videos, imágenes, documentos y objetos tridimensionales, para crear experiencias inmersivas (Gil-Quintana, 2024). Esta flexibilidad permite a los docentes diseñar entornos específicos para cada contenido, facilitando un aprendizaje más visual, interactivo y adaptativo a las necesidades de las y los estudiantes. Una de las características más destacadas de los metaversoses la posibilidad de enlazar recursos audiovisuales a través de URLs. Por ejemplo, un video educativo alojado en YouTube puede integrarse en una sala virtual del metaverso, permitiendo que los estudiantes accedan a ese contenido sin salir del entorno educativo digital. Esto mejora la continuidad en la experiencia de aprendizajey favorece una mayor concentración en la actividad. El uso de objetos tridimensionales en el metaverso enriquece la experiencia educativa al permitir la creación de entornos más realistas y dinámicos. Existen páginas web donde se pueden descargar recursos en 3D, algunos gratuitos y otros de pago, dependiendo del nivel de sofisticación deseado. Estos archivos, generalmente en formato .obj, son

fácilmente integrables en plataformas de metaverso, facilitando la construcción de aulas, espacios y escenarios interactivos que se adapten a las necesidades pedagógicas, incluidos los entonces sMOOC (Hueso-Romero, García Blázquez, & Gil-Quintana, 2024). Aunque la oferta gratuita de recursos es amplia, en algunas ocasiones se opta por opciones de pago debido a la calidad superior de los objetos tridimensionales. No obstante, para la mayoría de los usos educativos, los recursos gratuitos son suficientes para cumplir con los objetivos formativos. La ponencia también abordó la forma en que se pueden gestionar los contenidos dentro de un metaverso. Las plataformas permiten subir diversos archivos, como imágenes,videos, documentos y audios, que pueden ser utilizados en diferentes contextos educativos. Además, estos elementos pueden bloquearse o desbloquearse, evitando modificaciones accidentales mientras se trabaja en el entorno virtual. Estesistema de gestión de contenidos facilita la organización de la información y su correcta presentación. Otra herramienta relevante es la capacidad de crear portalesdentro del metaverso que enlacen con otros espacios virtuales. De este modo, los estudiantes pueden navegar entre diferentes entornos educativos de manera fluida,permitiendo la diversificación de contenidos y la creación de itinerarios personalizados de aprendizaje. El uso de metaversos no solo permite una mayor flexibilidad en el aprendizaje, sino que también facilita la colaboración entre instituciones educativas y expertos de distintas áreas. Durante la ponencia semencionó la colaboración con la Universidad de Nebrija, que ha trabajado en la creación de ferias virtuales donde se exponen los trabajos más destacados de los estudiantes. Este tipo de eventos virtuales permiten un acceso más amplio y cómodoa la información, favoreciendo la interacción entre los participantes sin las limitaciones físicas de los espacios tradicionales. Además, la integración de recursosen un metaverso es sencilla y permite utilizar enlaces a plataformas como YouTube,Google Drive u otros servicios de almacenamiento en la nube. Esto no solo facilita el acceso a los materiales educativos, sino que también reduce la necesidad de almacenar grandes volúmenes de información en la propia plataforma, optimizandoasí los recursos tecnológicos. Otro aspecto importante tratado en la ponencia fue laaccesibilidad del contenido para diferentes públicos (Cantillo-Valero, 2023). Los metaversos permiten ofrecer materiales educativos en varios idiomas, lo que facilitael acceso a un público más amplio, incluyendo a los alumnos sénior que buscan unaformación continua o complementar sus conocimientos. La plataforma utilizada permite una navegación intuitiva y accesible, con opciones de personalización que hacen que cada usuario pueda adaptar la experiencia a sus necesidades particulares. El uso de metaversos en la educación ofrece múltiples ventajas, como la flexibilidad horaria, la eliminación de barreras geográficas y la posibilidad de acceder a recursos de calidad desde cualquier lugar. Sin embargo, también plantea desafíos, como la necesidad de una adecuada formación del profesorado en el usode estas herramientas y la adaptación de las metodologías pedagógicas a entornosvirtuales. Por otro lado, la implementación de metaversos en la educación aún enfrenta retos en cuanto a la accesibilidad tecnológica para ciertos colectivos, como aquellos que carecen de dispositivos adecuados o de una conexión a internet

estable. A pesar de estos desafíos, las oportunidades que ofrecen los entornos virtuales son significativas y es probable que su uso continúe creciendo en los próximos años. Como conclusión principal, hay que señalar que la implementación de metaversos en la educación es una tendencia creciente que permite ofrecer una enseñanza más accesible, flexible e interactiva.

3. Conclusión

La experiencia personal compartida en esta ponencia demuestra que la tecnología no solo facilita el acceso a la información, sino que también transforma la manera enque aprendemos y compartimos conocimiento. En un futuro cercano, es posible quelos metaversos se conviertan en una parte fundamental del sistema educativo, permitiendo una mayor personalización y adaptación de los contenidos a las necesidades de cada estudiante.

4. Referencias

Cantillo-Valero, C. (2023). Diseñando experiencias inmersivas desde la accesibilidad universal como soporte del metaverso sin muros. En Javier Gil Quintana, José Javier Hueso Romero: *Materiales didácticos interactivos para una educación inclusiva: sMOOC, gamificación, inteligencia artificial y experiencia inmersiva,* 39-68, ISBN 84-486-3636-8.

Gil Quintana, J. (2024). Los sNOOC, un modelo educativo masivo, abierto y en línea, desde el empoderamiento social y el enfoque minimalista. Revista Latinoamericana Ogmios, 4(11), 11–20. https://doi.org/10.53595/rlo.v4.i11.105

Hueso Romero, J. J., García Blazquez, E., & Gil Quintana, J. (2024). El Microaprendizaje servicio a través de los sNOOC: propuesta formativa para personas en riesgo de exclusión en México. Edutec, Revista Electrónica De Tecnología Educativa, (88), 42–61. https://doi.org/10.21556/edutec.2024.88.3101

CONCLUSIONES COORDINACIÓN PANEL DE EXPERTOS

Título: Alfabetización Mediática en la Tercera Edad: Aprendizaje continuo con sMOOC, Gamificación y Metaverso

Autores: Itziar Pedroche Santoveña[1], Simón Gil Tévar[2]
[1.] Universidad Nacional de Educación a Distancia [2.] Universidad Católica de Ávila

Resumen

La sesión del 20 de noviembre de las IV Jornadas IDI Spain abordó el edadismo, la alfabetización digital y la inclusión de las personas mayores a través del proyecto europeo MELISE, enfocado en construir una sociedad posdigital inclusiva. Expertosde instituciones como la UNED, UNIR, Universidad de Málaga y Universidad de Nebrija reflexionaron sobre la alfabetización mediática en las distintas etapas de la vida, con especial énfasis en la inclusión intergeneracional. El evento, moderado por Sandra Valiente (UNED), comenzó con la ponencia "Edadismo y sociedad posdigital", a cargo de la Dra. Isabel Iniesta Alemán y la doctoranda Ana Pilar Fañanás Biescas, quienes analizaron los desafíos que enfrentan las personasmayores, abordando temas como los prejuicios sociales, la empatía intergeneracional, los sesgos de la IA Generativa o la adaptabilidad tecnológica. A continuación, el Dr. Manuel León y la Dra. Paula Estalayo presentaron el Proyecto MELISE, destacando su enfoque en la alfabetización mediática y el aprendizaje continuo para personas mayores. Elena Martínez-Piedra habló sobre el sMOOC “Alfabetización mediática para Seniors” desarrollado desde la UNED para MELISE,y el Dr. José Javier Hueso cerró la jornada con el "Centro Senior para la educación mediática", la parte más inmersiva del proyecto que presenta los contenidos del sMOOC en el Metaverso, reforzándose así el ciclo de inclusión digital de laspersonas “senior”.

Palabras clave: Edadismo, Alfabetizacio Mediatica, Metaverso

Acceso a la grabación de la conferencia: https://youtu.be/N5WT8yoCYLI

1. Edadismo y sociedad posdigital

Iniesta y Fañanás (2024) inauguraron la sesión con la ponencia “Edadismo ysociedad posdigital”, donde analizaron cómo las personas mayores son frecuentemente relegadas a un segundo plano en aspectos fundamentales como elamor o la pasión. Las autoras subrayaron que las representaciones de este tipo protagonizadas por personas de 50 años o más son escasas y, en muchos casos, los mayores son incluso despreciados, temidos o asociados con la maldad. Iniesta (2024) ilustró este fenómeno con el ejemplo de Blancanieves de Disney, una obra que perpetúa estereotipos negativos sobre la vejez al vincularla con la maldad y el terror, representados en la figura de la bruja anciana. En contraste, idealiza la juventud y la belleza a través de la protagonista, una adolescente con rasgos de inocencia. Estas narrativas, explicaron las autoras, tienen un impacto significativo, ya que moldean percepciones sociales y fomentan actitudes edadistas desde la infancia. Un desafío crítico señalado en la ponencia es la reproducción de estos estereotipos y sesgos de edad en tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial generativa. Herramientas que, lejos de ser neutrales, pueden reflejar prejuicios implícitos presentes en la sociedad, desvalorizando aún más a las personas mayores. Este problema pone de manifiesto la necesidad de un enfoque crítico y ético en el diseño y uso de estas tecnologías para evitar perpetuar actitudesdiscriminatorias en la sociedad postdigital.

La Alfabetización Mediática Senior, contiene una perspectiva enriquecedora para toda la sociedad, subrayando la importancia de la inclusión intergeneracional. En este sentido, Fañanás (2024) pone sobre la mesa una reflexión crucial sobre si la tecnología actual es verdaderamente inclusiva para todas las edades, destacando laimportancia de la adaptabilidad, tanto desde la perspectiva de las personas mayores,que deben integrarse en entornos laborales donde el uso de tecnologías es predominante, como desde las empresas desarrolladoras, que tienen la responsabilidad de diseñar tecnologías más inclusivas y accesibles. No se trata únicamente de garantizar accesibilidad cognitiva, sino de avanzar hacia una usabilidad práctica que facilite el manejo de estas herramientas. Reconocer a las personas mayores como agentes valiosos dentro de la narrativa social y tecnológica puede generar un impacto significativo en su motivación y autoestima, mencionandoese efecto Pigmalión del que hablaba Iniesta (2024). Una sociedad en la que las personas mayores van a tener cada vez más presencia.

2. Proyecto MELISE: una respuesta de alfabetización mediática para todala vida

La segunda ponencia, presentada por León y Estalayo (2024), representantes de la editorial Octaedro y coordinadores del Proyecto MELISE, abordó la alfabetización mediática como una herramienta esencial para enfrentar desafíos clave de lasociedad contemporánea, como la desinformación y los bulos, que amenazan la calidad democrática. Este enfoque constituye uno de los pilares fundacionales del

Proyecto MELISE (Media Literacy for Senior European Citizens), financiado por la Comisión Europea. Aunque dirigido principalmente a personas mayores, los ponentes enfatizaron que la alfabetización mediática es relevante para todas las edades y etapas de la vida, ya que fortalece las competencias críticas frente a la manipulación informativa.

El Informe del Estado de la Cuestión del Proyecto MELISE analiza la situación de la alfabetización mediática para mayores en países como Italia, Grecia, Portugal, Austria, Alemania, Irlanda y España. Este documento recoge las mejores prácticas identificadas y las áreas de mejora en cada país, proporcionando un diagnóstico clave para diseñar intervenciones efectivas.
Además, León y Estalayo (2024) destacaron que el espacio posdigital está marcadopor una creciente polarización, impulsada por actores como influencers, partidos políticos o grupos de interés, que difunden bulos y fomentan el odio para ganar dinero y/o popularidad, dividir y enfrentar. La Unión Europea reconoce el impacto negativo de este fenómeno en la convivencia internacional. León (2024) subrayó la importancia de tres direcciones generales de la Unión Europea en esta lucha: DG CNECT (Redes de Comunicación, Contenidos y Tecnologías), DG EAC (Educación,Juventud, Deporte y Cultura) y DG JUST (Justicia y Consumidores), destacando su coordinación para mitigar los efectos de la desinformación. MELISE se desarrolla en el marco del programa Creative Europe, con una sección centrada en la alfabetización mediática, dentro de la DG EAC.

El Proyecto MELISE cuenta con un consorcio compuesto por organizaciones de diversos países que trabajan de manera coordinada para fomentar la alfabetización mediática en personas mayores:
DATANINJA: Especialistas en alfabetización de datos.
AUTH (Aristotle University of Thessaloniki), de Grecia.
COSICOSA: asociación que diseña actividades basadas en tecnología para fomentar habilidades creativas, sociales y críticas.
Grey Panthers: Publicación italiana creada por y para personas mayores. International Association of Universities of the Third Age: Red internacional deuniversidades para la tercera edad.
ALPMJ (Associação Literacia para os Media e Jornalismo): Asociación portuguesa dedicada a alfabetización mediática y periodística.
IDYL (Aprendizaje Interdisciplinar, Dinámico y Lúdico): Organización alemana encargada de la identidad visual de MELISE.
OCTAEDRO Editorial: Especializada en educación y cultura, coordinadora del proyecto.
UNED (Universidad Nacional de Educación a Distancia): Responsable de la realización del sMOOC y el Centro de Alfabetización Senior en el Metaverso.
ECO Digital Learning: Plataforma anfitriona del sMOOC.

Los ponentes identificaron varios factores que contribuyen a la exclusión de las personas mayores en el ámbito mediático, como el deterioro cognitivo; el miedo a ser estafados; y las barreras tecnológicas. Entre las acciones concretas para abordarestos retos, el proyecto incluye dos cursos online: un sMOOC dirigido a personas mayores y otro para formadores que trabajan con este grupo, además de un canal de podcasts con la participación de académicos, profesionales y mayores. Estas iniciativas buscan reducir el aislamiento que afecta a este colectivo en el entorno posdigital. La alfabetización mediática, en este contexto, promueve un envejecimiento activo, consciente, empoderado y con significado. Otro de los resultados esperados del proyecto es fomentar una red colaborativa de formadoresque facilite el aprendizaje mutuo y fortalezca las competencias en alfabetización mediática.

3. sMooc "Alfabetización mediática para seniors". Un curso creado desde la uned para la inclusividad desde la inclusividad.

La tercera ponencia, presentada por la coordinadora del sMOOC, Martínez-Piedra (2024), en el marco de la participación activa promovida por el proyecto MELISE, profundizó en el concepto pedagógico de los sMOOC (Social Massive Online Open Course) (Marta-Lazo, Osuna-Acedo y Gil-Quintana, 2019) y en la Taxonomía de las7E (Gil-Quintana, 2023), señalándolos como pilares fundamentales del curso "Alfabetización Mediática para Seniors", desarrollado específicamente para el proyecto MELISE desde la UNED. Este enfoque se estructura en torno a cuatro principios clave: social, masivo, online y abierto, que buscan garantizar el acceso universal al aprendizaje mediático.

Los sMOOC no solo promueven la inclusión digital de las personas mayores, sino que también destacan como herramientas eficaces para fomentar la alfabetización mediática al cumplir con la Taxonomía de las 7E de Gil-Quintana (2023, 2024), de las que vamos a destacar la E, de Entornos gamificados, la E de Empoderamiento; E de Engagement y E de Entidad social: Entornos gamificados, sMOOC "Alfabetización mediática para seniors" se basa en una estructuras de cinco bloques,correspondiente a un "juego serio", que abordan diferentes aspectos de la desinformación en la era posdigital. Algo que conecta profundamente con ese cambio de narrativa que se busca desde MELISE es la inclusión de cinco personas mayores, una por cada bloque, representadas como héroes con habilidades especiales para ayudar tanto a sus pares como a los más jóvenes. Esta representación rompe con los estereotipos tradicionales y Empodera (Empoderamiento) a los mayores al verse reflejardos como agentes con fortalezas, generando un efecto Pigmalión que, como explicó la profesora Iniesta (2024), que provoca la motivación del público objetivo con el aprendizaje. Martinez-Piedra (2024)comenta también que este enfoque lúdico tiene el objetivo de fomentar el Engagement de los "senior", que han llegado a una etapa de la vida en la que quieren

aprender por placer. Y la E de Entidad social, que fortalece el sentido de comunidady propósito compartido en el aprendizaje, contribuyendo al envejecimiento activo.

4. Centro de alfabetización senior: la experiencia más inmersiva de MELISE enel metaverso

En la cuarta ponencia, Hueso (2024) presentó la dimensión más inmersiva del proyecto MELISE: el “Centro de Alfabetización Senior” en el Metaverso, una iniciativainnovadora que invita a reflexionar sobre el futuro de las interacciones humanas enentornos virtuales y el papel que el Metaverso podría desempeñar en la sociedad. Entre las ideas centrales, Hueso destacó la capacidad del Metaverso para ofrecer experiencias altamente inmersivas y fomentar la interactividad entre usuarios, permitiendo manipular objetos virtuales, participar en actividades colaborativas o incluso realizar compras en estos entornos. Este fenómeno se conecta con la creciente economía virtual, en la que sectores como la moda y el inmobiliario están comenzando a desempeñar un papel destacado. Además, Hueso subrayó lasventajas del Metaverso en el desarrollo de habilidades blandas esenciales para el siglo XXI, como la negociación y el trabajo en equipo. Sin embargo, también planteóuna cuestión crítica: ¿Hasta qué punto sería deseable que las futuras generacionessean educadas en un Metaverso gestionado por inteligencia artificial? Esta reflexióninvita a considerar las implicaciones éticas y sociales de estas tecnologías emergentes.

En este marco, el ponente presentó el Centro Senior para la Alfabetización Mediática, diseñado con la herramienta Spatial, que funciona como un entorno virtualsimilar a un museo o centro de conferencias. Este espacio cuenta con distintos ambientes que facilitan tanto el aprendizaje mediático como la interacción social, promoviendo un sentido de pertenencia entre los usuarios. El recorrido comienza enun hall principal, donde los participantes pueden seleccionar el idioma de la experiencia (inglés, francés, alemán o español). Desde allí, avanzan por diferentes salas, organizadas según los bloques temáticos del sMOOC, lo que refuerza la experiencia educativa y fomenta un aprendizaje significativo para las personas mayores.

La alfabetización mediática senior se presenta como una herramienta clave para cuestionar las narrativas dominantes, estimular el pensamiento crítico y promover una sociedad más inclusiva. Este enfoque busca fortalecer la empatía intergeneracional y resaltar el valor del aprendizaje colectivo y en equipo, como basepara construir una convivencia enriquecedora para todas las generaciones.

5. Referencias

Educadores Influencers Aprendizaje. (2024, 20 de Noviembre). Edadismo y sociedad postdigital. Dra. Isabel Iniesta y Ana Pilar Fanañás. YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=9aFqTvLJ47w

Educadores Influencers Aprendizaje. (2024, 20 de Noviembre). IV JORNADAS IDI: Proyecto MELISE: respuesta de alfabetización mediática. Paula Estalayo Manuel León. Paula Estalayo Manuel León. YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=sOE6nCnaGvM

Educadores Influencers Aprendizaje. (2024, 20 de Noviembre). IV JORNADAS IDI: sMOOC alfabetización mediática para Seniors. Elena Martínez Piedra. YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=6Xuv6ZO0Wls

Educadores Influencers Aprendizaje. (2024, 20 de Noviembre). IV JORNADAS IDI: Metaverso: Centro Senior para la alfabetización mediática. Dr. Jose Javier Hueso.

YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=N5WT8yoCYLI

Gil Quintana, J. (2024). Los sNOOC, un modelo educativo masivo, abierto y en línea, desde el empoderamiento social y el enfoque minimalista.

Marta-Lazo, C., Osuna-Acedo, S., & Gil-Quintana, J. (2019). sMOOC: A pedagogical model for social inclusion. *Heliyon*, 5(3). https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e01326