

TRABAJO FIN DE MÁSTER PROFESIONALIZADOR

PROPUESTA EDUCOMUNICATIVA

Redes que Inspiran



UNIVERSIDAD DE HUELVA | UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA

Thália Planas-Rodríguez
ORCID: 0009-0001-8338-8885

Tutor: Ignacio Aguaded
ORCID: 0000-0002-0229-1118

Impacto de las redes sociales en jóvenes universitarios. UniRadio como cauce formativo

Trabajo Final de Prácticas (TFP)

Thália Planas-Rodríguez

Director/a

Dr. Ignacio Aguaded



Universidad
de Huelva



Impacto de las redes sociales en jóvenes universitarios. UniRadio como cauce formativo

Trabajo Final de Prácticas (TFP)
Máster de Comunicación y Educación Audiovisual

Thália Planas-Rodríguez

Director/a: Dr. Ignacio Aguaded

Universidad de Huelva | Universidad Internacional de Andalucía, 2025



ÍNDICE

Resumen

Resumen.....	8
--------------	---

I. Introducción

1.1 Introducción y justificación del trabajo	11
--	----

II. Objetivos

2.1. Objetivo general	14
2.1.1. Objetivos específicos	14

III. Contexto Institucional

3.1. Evolución de las redes sociales. Principales características y plataformas	16
3.2 Competencias mediáticas: dimensiones e indicadores	21
3.3 Origen de la radio en España.....	24
3.4 La radio universitaria.....	27
3.5 Impacto de las Redes Sociales	30

IV. Propuesta de intervención educomunicativa

4.1. Propuesta de intervención educomunicativa	35
4.2. Destinatarios	36
4.2. Cronograma	37
4.2. Recursos humanos, materiales y económicos	38
4.3. Desarrollo de la propuesta de intervención educomunicativa	39
4.4. Resultados previsibles y prospectiva de futuro	56

V. Limitaciones y Autovaloración

5.1. Limitaciones de la propuesta	59
5.2. Autovaloración	59
Referencias	61

ANEXOS

6.1 Diario descriptivo de observación de actividades.....	66
---	----

Agradecimientos

- ✚ A mi madre y padre por todo su amor, por ser mi sostén y estar siempre a mi lado.
- ✚ A mis compañeros de aula, por acompañarme en estos meses de esfuerzo juntos.
- ✚ Al claustro de profesores que me han acompañado a lo largo de estos meses, por ser excelentes profesionales y convertirme en una excelente profesional.
- ✚ A mi tutor Ignacio Aguaded, por acompañarme en este proceso, por dejarme ser su aprendiz y por exigirme ser mejor cada día.
- ✚ A la Universidad de Huelva y a la Universidad Internacional de Andalucía.
- ✚ A todos los que creyeron en mí.

Muchas gracias

RESUMEN

La presente investigación tiene como finalidad determinar el nivel de competencias mediáticas de los jóvenes para que adquieran capacidades de analizar y comprender las informaciones que consumen en la actual sociedad digital. En el contexto actual de sobrecarga informativa y desinformación digital, es primordial potenciar estas habilidades no solo para contrarrestar las noticias falsas y la desinformación, sino también desarrollar pensamiento crítico en los jóvenes y su capacidad para crear, consumir y compartir contenidos críticos a través de plataformas digitales.

Este proyecto, "Redes que Inspiran", es una intervención educomunicativa diseñada como un podcast en UniRadio. Tiene como objetivo analizar, divulgar, ejemplificar y cuestionar a través del uso de las competencias mediáticas para promover conductas responsables y seguras en la era digital. Este espacio, pretende desarrollar seis programas, en los cuales se analizarán diferentes situaciones de la vida real para preparar a los jóvenes con capacidad crítica sobre el uso de las redes sociales, los contenidos y su influencia, aprovechar al máximo las potencialidades de las tecnologías digitales y generar cambios significativos en la sociedad actual.

Palabras claves: Competencia mediática, redes sociales, desinformación, prosumidor, pensamiento crítico.

ABSTRACT

The present research aims to determine the level of media competencies of young people so that they acquire the ability to analyze and understand the information they consume in today's digital society. In the current context of information overload and digital misinformation, it is essential to enhance these skills not only to counteract fake news and misinformation but also to develop critical thinking among young people and their ability to create, consume, and share critical content through digital platforms.

This project, "Inspiring Networks," is an edu-communicative intervention designed as a podcast on UniRadio. Its objective is to analyze, disseminate, exemplify, and question the use of media competencies to promote responsible and safe behaviors in the digital age. This space aims to develop six programs, in which different real-life situations will be analyzed to prepare young people with critical capacity regarding the use of social networks, content, and its influence, to make the most of the potential of digital technologies and generate significant changes in today's society.

Keywords: Media competence, Social media, Misinformation, Prosumer, Critical thinking.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Introducción y justificación

La comunicación es una habilidad esencial de la humanidad que ha estado presente desde tiempos remotos, evolucionando de forma gradual junto con los avances tecnológicos que están presentes en la sociedad digital actual. Si en el pasado los métodos de comunicación se limitaban a señales de humo, contacto físico o sonidos primitivos, hoy en día la comunicación ha experimentado una transformación radical que ha reducido las distancias a un solo clic. Ahora es posible interactuar con personas ubicadas en cualquier parte del mundo en tiempo real, así como compartir experiencias a través de imágenes y mensajes, como ocurre en las redes sociales.

En un mundo hiperconectado, el desarrollo de competencias mediáticas se ha convertido en una necesidad imperativa para la formación de ciudadanos críticos y responsables.

El entorno digital actual constituye una representación del avance tecnológico que tuvo lugar gracias a la llegada de Internet. Cabe resaltar que la tecnología digital ha revolucionado la manera de concebir la vida, las comunicaciones, aprender, trabajar y relacionarse como individuos sociales. Como señala Aguaded & Delgado-Ponce (2021), los dispositivos digitales han llegado a convertir los espacios virtuales que ofrecen en espacios de vital importancia para toda la ciudadanía, en los cuales las personas interactúan, comparten información y difunden conocimientos.

Las redes sociales se han consolidado como herramientas a través de las cuales los jóvenes establecen vínculos con personas con las que han compartido algún tipo de relación previa o han experimentado interacciones sociales. Estas plataformas constituyen un entorno ideal para la creación de comunidades donde pueden compartir intereses, emociones, aficiones y valores en común. Las redes sociales han transformado la manera en que los jóvenes consumen y comparten información, pues ya no solo consumen contenido de los medios tradicionales, ahora tienen la oportunidad de crear su propio contenido, compartirlo y comentar, convirtiéndose en prosumidores.

La presente propuesta pretende potenciar las habilidades y destrezas de los jóvenes universitarios para enfrentar los desafíos de las redes sociales fortaleciendo sus competencias mediáticas. En el escenario digital actual es primordial el desarrollo de las competencias mediáticas. Hoy día, las audiencias se convierten en productores y

consumidores a la vez, y con las habilidades necesarias pueden crear, modificar y divulgar contenidos de manera responsable e influir en aspectos sociales o políticos de la sociedad. Las redes sociales influyen de forma positiva en la vida de las personas, en las rutinas cotidianas, en el ámbito académico y profesional, siempre que se utilicen adecuadamente, teniendo en cuenta sus ventajas y desventajas.

Se puede mencionar entre los desafíos que trae consigo el auge de las redes sociales es la sobresaturación de información. El acceso a la información en tiempo real y en constante actualización brinda oportunidades para la participación activa y la democratización de la información, pero expone a los jóvenes a riesgos significativos, como la desinformación, las noticias falsas y la viralización de contenidos manipulados. En algunos casos estas plataformas son utilizadas para dar a conocer perfiles mediante el lenguaje visual, como ocurre en aplicaciones como Instagram. Otros buscan incrementar su popularidad o realizar comparaciones sociales. Asimismo, hay quienes encuentran en estos espacios una forma de disimular la soledad, mejorando sus niveles de felicidad y satisfacción con la vida a través de la interacción y el intercambio de momentos significativos.

La llegada de Internet supuso cambio radical en la evolución de la radio, paso de ser un medio analógico tradicional y reinventarse para establecerse en el nuevo ecosistema digital global, interactivo y personalizado. En este sentido, tuvo lugar varias transformaciones desde sus primeras emisiones en línea hasta su integración con servicios de streaming y dispositivos móviles. La radio ha demostrado su capacidad de adaptación a los avances tecnológicos y las transformaciones culturales. Por tal motivo, sigue siendo un medio vigente y accesible.

Investigar el impacto de las redes sociales en los jóvenes universitarios es de vital importancia para diseñar programas educativos que promuevan el desarrollo de competencias mediáticas para potenciar el uso responsable y ético de las redes sociales. Este proyecto ofrece nuevas alternativas y dinámicas para lograr una integración efectiva de las redes sociales en el entorno académico, favoreciendo la formación de jóvenes con pensamiento críticos para desenvolverse en la sociedad digital actual.

En la era digital, el desarrollo de competencias mediáticas es clave para que los jóvenes analicen críticamente la información y usen las plataformas digitales de manera responsable.

El proyecto "Redes que Inspiran" es una propuesta de podcast a desarrollar en la UniRadio de Huelva, su finalidad es promover el pensamiento crítico y la seguridad digital mediante la puesta en práctica de diferentes herramientas. Durante el desarrollo de seis programas, se abordarán situaciones que fortalecerán su capacidad de evaluar contenidos, explotar la tecnología y generar cambios positivos en la sociedad.

II. OBJETIVOS

2.1 Objetivo general

La presente investigación propone como objetivo general:

Fortalecer las competencias mediáticas de los jóvenes para generar un pensamiento crítico sobre los usos, contenidos e influencia de las redes sociales a través de un podcast radial.

2.1.1 Objetivos específicos

Con el propósito de una comprensión más acertada de la meta trazada por esta investigación se han determinado como objetivos específicos:

- Identificar la capacidad de análisis crítico de los jóvenes para la identificación de fuentes confiables y la interpretación de mensajes mediáticos.
- Evaluar el papel de las redes sociales en la construcción de la identidad digital de los jóvenes y su relación con la desinformación.
- Estudiar el rol de los influencers y creadores de contenido en la propagación o combate de la desinformación.
- Evaluar el grado de conciencia y responsabilidad de los jóvenes como creadores de contenido en redes sociales.

III. CONTEXTO INSTITUCIONAL

3.1 Evolución de las redes sociales. Principales características y plataformas

El término Web 2.0 fue introducido por primera vez en 1999 por DiNucci, quien planteó que la red dejaría de ser percibida únicamente como un medio para la presentación de texto e imágenes, para convertirse en una infraestructura orientada al intercambio de información y conocimiento. Sin embargo, no fue sino hasta 2005 cuando el término adquirió notoriedad, gracias a la definición presentada por O'Reilly en una conferencia dedicada a la Web 2.0. En dicho evento, se destacó la transformación de Internet hacia una plataforma interactiva que ofrece acceso a diversas funcionalidades en línea.

Según De la Torre (2006), la Web 2.0 constituye una filosofía, es decir, una nueva forma de concebir Internet, en la que la participación activa de los usuarios contribuye a la construcción de su identidad, contenido y estructura. Según Canaza-Choque (2018), la aparición de esta nueva versión de la web trajo consigo una evolución en los conceptos de privacidad, espacio y tiempo.

Como señala Farmer y Barlett-Bragg (2005), en el contexto de la Web 2.0, el concepto de "software social" adquiere una relevancia significativa. Este término hace referencia a un conjunto de herramientas diseñadas para facilitar el intercambio de información entre los miembros de una comunidad que comparten intereses comunes.

Orta y Chávez (2010), sostienen que la llegada de la Web 2.0, junto con las tecnologías asociadas, está en constante evolución y transformación de nuestros hábitos cotidianos. Esta dinámica ha dado lugar a la creación de numerosas comunidades y movimientos virtuales (Canaza-Choque, 2018).

Las plataformas digitales se originan y modifican de forma paralela a las necesidades de la sociedad relativas a la colaboración y a la interactividad (Mihailidis, 2014). El desarrollo de las redes digitales está estrechamente vinculada a las dinámicas sociales. Por tanto, estas plataformas no son entidades estáticas, sino sistemas en constante adaptación que reflejan los cambios en la manera en que las personas se comunican, trabajan y comparten información.

Actualmente, gran parte de los ciudadanos tienen la oportunidad de comunicarse y de acceder a información de manera ilimitada, sin grandes inversiones económicas y de forma relativamente sencilla (Soengas et al., 2015). La accesibilidad a la información y

la posibilidad de establecer comunicación de manera prácticamente ilimitada han transformado la dinámica social, favoreciendo la participación ciudadana, el intercambio de ideas y la construcción de comunidades digitales. No obstante, este acceso masivo trae consigo desafíos relacionados con la veracidad de los contenidos, la privacidad y la gestión de datos, aspectos que requieren una reflexión crítica para un uso eficiente y seguro de las redes sociales.

La presencia de Internet y la consolidación de la Web 2.0 ha dado lugar a que millones de usuarios interactúen a través de múltiples plataformas digitales. Estas constituyen espacios donde todos los que tienen acceso pueden generar, compartir y distribuir contenido de manera autónoma. Para Madrigal (2015) citando a Castells (2009), sostienen que las redes sociales son entendidas como plataformas de autocomunicación que tienen el objetivo de conectar a personas y/o colectivos para que puedan comunicarse con mayor facilidad y rapidez. Las redes sociales han evolucionado de forma exponencial, convirtiéndose en una parte esencial de la vida cotidiana. Estas plataformas se han integrado como un patrón fundamental en la dinámica social, con millones de usuarios a nivel global que crean, interactúan y comparten sus vivencias cada segundo a través de su red de preferencia.

Las redes sociales traen consigo el surgimiento de diferentes comunidades compuestas por grupos identitarios en función de los intereses generados dentro de estas plataformas. Entre las más populares entre los jóvenes se encuentran Instagram, YouTube y TikTok, en las cuales los jóvenes actúan como prosumidores de contenidos y participan en interacciones sobre diversas temáticas. Desde sus inicios, la finalidad de las redes ha evolucionado conforme a las tendencias y necesidades sociales.

En el entorno digital existe una amplia variedad de información sobre política, cultura, arte, ocio y otros ámbitos, promoviendo no solo el intercambio de ideas, sino también el desarrollo del pensamiento crítico dentro de la sociedad actual.

En el año 2004, tuvo lugar un cambio significativo en el ámbito digital con la aparición de la red social Facebook. Esta plataforma, concebida por Mark Zuckerberg en la Universidad de Harvard, surgió inicialmente como un espacio exclusivo para estudiantes universitarios, facilitando la interacción y comunicación entre ellos. Al pasar el tiempo,

Facebook amplió su alcance a otras instituciones académicas y, posteriormente, al público en general, consolidándose como la red social de mayor envergadura y popularidad a nivel mundial.

Entre las principales funciones de Facebook destaca la posibilidad de crear perfiles privados y públicos, establecer conexiones a través del apartado añadir amigos, compartir actualizaciones de la vida cotidiana y difundir contenido multimedia en tiempo real. En 2009, la plataforma introdujo la funcionalidad del “Me gusta”, que permite que los usuarios expresen su aprobación hacia las publicaciones de el público de Facebook en general. Esta dinámica se convirtió en una función esencial de esta social, estableciendo un precedente para la validación y el reconocimiento digital.

En 2005 surge la red social YouTube que revoluciona la forma en que las personas se comunican y comparten información. YouTube dio lugar al consumo y distribución de contenido audiovisual en internet. La plataforma permitió a los usuarios publicar, visualizar y compartir videos online de manera gratuita, promoviendo la creatividad y originalidad de contenidos a la vez que ofrece la oportunidad para que cualquier individuo se convierta en creador de contenido, así se dio lugar a la figura del “youtuber”.

En 2006 tuvo lugar el surgimiento de la plataforma Twitter, actualmente X, la cual ofrece a los usuarios la posibilidad de publicar mensajes breves en tiempo real, conocidos como “tweets” públicos o privados, con un límite que alcanza los 280 caracteres.

En 2010, se presentó Instagram, una red social diseñada para la difusión de fotografías y videos. Su función principal es capturar imágenes en tiempo real y la posibilidad de aplicar filtros y efectos, por tanto, se ha convertido en un espacio propicio para la creatividad y la expresión visual. Asimismo promueve los conocimientos sobre los elementos esenciales de la fotografía: los ángulos, los planos, el foco, la estética, entre otros.

Ese mismo año, se creó Pinterest, una plataforma que ofrece a los usuarios descubrir y compartir imágenes e ideas organizadas en tableros temáticos que reciben el nombre de “pines”. Esta red social está orientada a la exploración visual y se ha consolidado entre las principales herramientas de gran utilidad para la búsqueda de inspiración en diferentes ámbitos y tendencias.

Debido al auge de las redes sociales, surgieron nuevas plataformas con características modernizadas. En 2011, se lanzó Snapchat, una red social que posibilitaba el envío de imágenes y videos de forma temporal, es decir, contenidos que una vez visualizados desaparecían. Esta dinámica de contenidos temporales ofreció a los usuarios una alternativa exclusiva y espontánea para crear e interactuar en esta red.

Además de las redes mencionadas, han proliferado diversas plataformas dirigidas a públicos específicos. Entre ellas, Reddit, fundada en 2005, se ha consolidado como un espacio para comunidades temáticas; WhatsApp, lanzada en 2009, revolucionó la mensajería instantánea; y Twitch, introducida en 2011, se ha convertido en un referente para la transmisión en vivo de videojuegos.

En los últimos años, una de las plataformas con mayor popularidad entre los jóvenes y con una sólida presencia a nivel global es TikTok. Lanzada en 2016, su propuesta se basa en la creación y difusión de videos cortos, frecuentemente acompañados de música y con una amplia variedad de efectos especiales para dar un toque personal a los contenidos. Además, se ha distinguido por su capacidad para generar tendencias virales y su énfasis en la creatividad y el entretenimiento.

Varios investigadores que han enfocado sus estudios en el fenómeno de las redes sociales (McCrinkle, 2009; Martos, 2011; Ponce, 2012; Espiritusanto, 2016, citados por Sanjuán-Muñoz, 2020) destacan la presencia de dos categorías fundamentales de redes sociales.

Según Sanjuán-Muñoz (2020) “tenemos las redes sociales horizontales, dirigidas a un público generalizado y centrándose principalmente en los contactos de los usuarios. Por otro lado, están las redes sociales verticales, que tienden a especializarse y agrupar a los usuarios dependiendo de gustos, aficiones e intereses”.

Se puede mencionar entre las redes sociales horizontales las siguientes: Instagram, Twitter, Facebook, Snapchat y TikTok. Por otra parte: Spotify, LinkedIn, Pinterest, Flickr, InfoJobs, WhatsApp, Messenger y Telegram figuran entre las redes sociales verticales más utilizadas.

3.2 Competencias mediáticas: dimensiones e indicadores

Ferrés y Piscitelli (2012) describen la competencia como “Una combinación de conocimientos y destrezas que se consideran necesarios para un determinado contexto”. El objetivo de este proyecto es promover en los jóvenes universitarios su capacidad de pensamiento crítico y de análisis de la información en redes sociales, con el fin de desarrollar sus propios criterios e intercambiar conocimiento con otras personas empleando diferentes tipos de lenguajes, fomentando las competencias esenciales que abarcan una serie de dimensiones e indicadores que posibilitan su crecimiento intelectual y académico.

Según Montenegro (2005): “Ser competente es saber hacer y saber actuar entendiendo lo que se hace, comprendiendo cómo se actúa, asumiendo de manera responsable las implicaciones y consecuencias de las acciones realizadas y transformando los contextos a favor del bienestar humano”. En este sentido ser competente no solo implica tener el conocimiento necesario para realizar una acción, sino también comprender su significado, reflexionar sobre la forma en la que se va a desarrollar y asumir con responsabilidad las consecuencias que puede generar. Además, destaca la capacidad de influir positivamente en diferentes entornos, propiciando cambios que contribuyan al bienestar de la sociedad.

El Diccionario de la Real Academia Española hace alusión al concepto de dimensión como cada una de las magnitudes de un conjunto que sirve para definir un fenómeno. Los procesos de comunicación no solo dependen de la emisión del mensaje, sino también de la interpretación, la intencionalidad y las circunstancias en que ocurre. Cabe resaltar, que, al ser un fenómeno humano, la comunicación se ve influenciada por aspectos psicológicos, socioculturales, históricos y tecnológicos, por tanto, es un proceso en constante evolución.

Como señala García & Renés, (2013) citando a Kaplún, (1998) sostienen que las nuevas tecnologías son válidas siempre y cuando permitan una construcción común del conocimiento. En este sentido, las instituciones educativas deben avanzar en la incorporación de las competencias mediáticas en el plan de estudios de educación obligatoria con el fin de formar ciudadanos responsables frente al uso de los recursos

digitales, de esta forma desarrollen un pensamiento crítico para afrontar los desafíos en el entorno digital y sean capaces de interpretar los lenguajes audiovisuales en el contexto de una sociedad caracterizada por el avance tecnológico.

La transformación digital de los medios actuales ha dado lugar a una sociedad prosumidora, en la cual los individuos no solo consumen contenidos, sino que también participan activamente en su creación a través de diversas plataformas y recursos multimedia. En este contexto, es de vital importancia incorporar las competencias vinculadas a la alfabetización digital y audiovisual dentro del ámbito mediático. Asimismo, es esencial desarrollar la capacidad de interpretar lenguajes visuales, analizar distintas expresiones culturales, valores e ideologías, y gestionar de manera eficiente las herramientas tecnológicas disponibles.

Uno de los cambios más significativos en el actual panorama comunicativo es la consolidación de lo que se conoce como la era del prosumidor. En esta etapa, las personas cuentan con las mismas posibilidades de crear y difundir sus propios mensajes así como de consumir los mensajes generados por otros. Por tanto, resulta fundamental que los jóvenes universitarios fortalezcan sus competencias mediáticas, esto implica interactuar de manera crítica con los mensajes producidos por terceros y, al mismo tiempo, ser capaces de generar y compartir sus propios contenidos de forma efectiva.

La competencia mediática implica el desarrollo y dominio de conocimientos, habilidades y actitudes vinculados a seis dimensiones fundamentales, para las cuales se establecen indicadores clave. Estos indicadores están relacionados, dependiendo del caso, con dos ámbitos principales: por un lado, la participación como receptores que analizan e interactúan críticamente con los mensajes y, por otro lado, la capacidad de crear y difundir mensajes propios. Este enfoque busca garantizar una interacción equilibrada y reflexiva con los medios de comunicación.

La dimensión del lenguaje:

Esta dimensión hace referencia a la capacidad de interpretar, analizar y valorar los mensajes que se reciben a través de los medios de comunicación. Asimismo, comprender si estos contenidos son verídicos, identificar su significado y propósito, reconocer su estructura narrativa y determinar el género al que pertenecen, así como diferenciar entre

una comedia o una película de terror. De forma general, esta dimensión abarca el estudio de los códigos del lenguaje audiovisual y digital, sus normas y la utilidad que brinda a los procesos de comunicación. También incluye el análisis de los mensajes, su estructura y la narrativa propia de los medios digitales y audiovisuales.

La dimensión tecnológica:

Esta dimensión está centrada en el dominio de herramientas tecnológicas y comunicativas esenciales en la actualidad. No solo permite una interacción eficiente con los medios de comunicación y la tecnología, sino que también posibilita la integración de innovaciones tecnológicas para la creación y manipulación de imágenes, sonidos y otros tipos de información. A través de esta dimensión, los jóvenes pueden desarrollar sus propias ideas y compartirlas mediante el uso de herramientas digitales.

La dimensión de la recepción e interacción:

Esta dimensión abarca la comprensión, interpretación y evaluación crítica de los mensajes transmitidos por los medios de comunicación. No se trata únicamente de recibir información, sino de interactuar con ella de manera consciente y significativa, fomentando una participación activa en la sociedad. Esta dimensión también implica la capacidad de evaluar los valores presentes en los mensajes y desarrollar un pensamiento crítico frente a los contenidos mediáticos. Además, enfatiza la interacción colectiva en plataformas digitales, permitiendo a los individuos convertirse en agentes activos de la comunicación y en consumidores críticos.

La dimensión de la producción y difusión de mensajes:

Esta dimensión abarca los conocimientos relacionados con los procesos de creación de contenidos audiovisuales, la programación de información y los mecanismos de difusión en plataformas digitales. También incluye la protección de la identidad tanto en entornos físicos como digitales, la gestión eficaz de los medios de comunicación y la selección de mensajes con mayor relevancia. Asimismo, comprende aspectos fundamentales sobre derechos de autor y propiedad intelectual.

La dimensión ideología y valores:

La ideología es un concepto amplio que engloba los sistemas de valores, creencias y formas de pensamiento mediante los cuales se busca comprender y transformar la realidad. Esta dimensión también implica la capacidad de evaluar la credibilidad de las fuentes de información y cuestionar los contenidos. En este contexto, destaca la figura del influencers, sus producciones están diseñadas estratégicamente para captar la atención de sus públicos, por tanto es indispensable adoptar una actitud crítica frente a los medios digitales. Es fundamental analizar el contexto y el tipo de mensajes que transmiten, así como los valores que promueven.

La dimensión estética:

Esta dimensión permite vincular las producciones mediáticas con otras formas de expresión artística, identificando influencias en común. De esta forma, se pueden reconocer elementos estéticos fundamentales, como la innovación, el estilo, la originalidad y las tendencias. Su finalidad es reforzar las emociones y los conocimientos para determinar por qué ciertos contenidos resultan atractivo o significativo. Además se centra en aspectos como la simetría, la proporción y la disposición de los elementos dentro de una producción audiovisual. Esta dimensión también abarca la iluminación, el color y la composición de los planos, propiciando la apreciación visual y la creación de contenidos originales y creativos.

3.3 Orígenes de la radio en España

El origen de la radio tuvo lugar en los primeros meses del año 1897, cuando el ingeniero eléctrico italiano Guillermo Marconi realizó la primera transmisión de un mensaje en el Canal de Bristol (Inglaterra). Su creación ha sido objeto de controversia, pues al mismo tiempo, el físico ruso Alexandr Popov realizó una exhibición en la universidad de San Petersburgo utilizando un receptor de ondas de radio, lo que generó dudas sobre la verdadera autoría del invento.

La radio hizo su aparición en un momento de gran actividad militar, convirtiéndose en un medio eficaz para la transmisión rápida de mensajes estratégicos.

Ante el éxito de este avance tecnológico y con el objetivo de evitar la proliferación desordenada de emisoras, el gobierno español decretó el 24 de enero de 1904 que el Estado asumiría el control exclusivo de la regulación y concesión de licencias radiofónicas, asegurando su gestión tanto en el presente como en el futuro. En 1906 comenzó una etapa de pruebas y experimentación, siguiendo la tendencia de otros países.

El inicio de la radiodifusión en España se produjo con la Real Orden del 14 de junio de 1924. En ese contexto, surgieron las primeras emisoras privadas, coincidiendo con el declive de la dictadura de Miguel Primo de Rivera.

El 14 de noviembre de aquel año marcaría el inicio de las emisiones legales de Radio Barcelona, reconocida como la primera emisora con licencia oficial, obtenida en julio de 1924. Poco después, en 1925, Radio Madrid transmitió en directo, por primera vez, una corrida de toros.

Desde el final de la Guerra Civil hasta 1977, la programación radiofónica, tanto pública como privada, estuvo sometida al control del régimen franquista. La radio pública monopolizaba la información, mientras que las emisoras comerciales estaban obligadas a conectar con la Radio Nacional de España (RNE) para emitir el célebre "Parte".

Resulta complicado condensar en pocas líneas la intensa actividad radiofónica de aquellos años. Mientras los concursos y seriales patrocinados dominaban las emisoras comerciales, la radio pública se enfocaba en la difusión de los grandes autores clásicos, apoyándose en el cuadro de actores de RNE. Además, los conciertos en vivo y las retransmisiones deportivas se convirtieron en un elemento habitual de las tardes dominicales.

Con la llegada de la democracia y la instauración de la libertad de prensa, los informativos adquirieron protagonismo en todas las cadenas. Se reorganizaron las emisoras públicas de propiedad estatal y surgieron nuevas cadenas que entraron en competencia. Fue entonces cuando emergieron grandes figuras de la radio, como Luis del Olmo, Eduardo Sotillos, José María García e Iñaki Gabilondo. La presencia femenina en el medio se vinculó principalmente a contenidos sociales y culturales en horarios de tarde y noche, con destacadas voces como Aurora de Andrés, Marisol del Valle y Encarna Sánchez.

Históricamente, la radio ha sido uno de los medios más impactados, enfrentando obstáculos significativos, como la llegada de la televisión a España, que supuso un cambio radical en el panorama mediático del país. Sin embargo, con la irrupción de Internet y el desarrollo de nuevas tecnologías, la radio ha sabido reinventarse y consolidarse en la era digital.

Sobre la transformación de la radio en la era digital exponía Oliveira et al:

A medida que han ido apareciendo nuevos medios de comunicación que han puesto en entredicho la posición dominante de la radio como herramienta de comunicación simultánea con audiencias grandes e invisibles, esta se ha adaptado a esos retos. En primer lugar, haciéndose portátil gracias al desarrollo del transistor, y, en segundo lugar, haciéndose interactiva al estar dispuesta a aprovechar muchas de las oportunidades de relacionarse con su público que ofrecen fenómenos más recientes como los sitios web, las redes sociales y la radiodifusión digital. Ahora, la radio puede escucharse a través de muchas más plataformas que las que ofrecían el voluminoso receptor de válvulas original e incluso la otrora moderna radio de transistores. Llevamos con nosotros la capacidad tecnológica de sintonizar emisoras de radio a través de nuestros teléfonos móviles y otros dispositivos “conectados”, ya sea mediante una aplicación descargada o un receptor FM integrado. Además, hay pocas regiones del mundo en las que la radio no se haya establecido y en las que no siga siendo un medio popular de acceder a contenidos sonoros informativos, de entretenimiento y educativos (2014).

Actualmente, la radio en España constituye un medio de comunicación significativo, a pesar de los avances tecnológicos ha sabido adaptarse al entorno digital, a las nuevas tendencias y a los hábitos de consumo de las nuevas generaciones. El proceso de convergencia mediática ha propiciado la incorporación de la radio en plataformas digitales y en dispositivos móviles, esto le ha permitido ampliar su alcance y convertirse en un medio accesible para el público. Cabe resaltar que, a lo largo de los años, la radio ha tenido que enfrentar y superar importantes desafíos, abriéndose paso entre las transformaciones tecnológicas para satisfacer las demandas de los oyentes en la sociedad digital actual. Este medio de comunicación destaca hoy día en la variedad de temas

informativos y de entretenimiento y un crecimiento en la concesión de licencias. Además, este medio no solo informa y entretiene, sino que también promueve la interacción social, favoreciendo el desarrollo educativo de los oyentes y fomentando la participación activa a través de las redes sociales.

La radio digital introdujo importantes cambios como la creación de emisoras especializadas en diferentes géneros musicales, así como en contenidos culturales, educativos y de entretenimiento. Además, se han desarrollado diferentes plataformas como Spotify que han transformado la forma en que los jóvenes interactúan con la radio, incorporando algoritmos que ajustan las recomendaciones musicales y de contenido según los gustos individuales. Esta diversificación ha incrementado su utilidad llegando a grandes audiencias y adaptándose a los gustos específicos de cada individuo.

La integración de la radio en Internet y las redes digitales requiere de la implementación de nuevas estrategias de programación, una adecuación a las preferencias de su audiencia y una nueva perspectiva de su modelo comercial. Varios estudios demuestran que la principal característica de la radio actual es la distribución multiplataforma de sus contenidos, lo que refuerza su presencia en el entorno digital.

3.4 La radio universitaria

Según Aguaded & Martín-Pena (2013), la radio universitaria es una realidad que se puede apreciar a nivel mundial, transmiten diferentes aspectos innovadores y permiten una gran libertad a la hora de acceder a los contenidos y a la información que necesitamos como ser humano que somos.

Lo planteado anteriormente, resalta la importancia de la radio universitaria en la divulgación de conocimientos, de cultura y de información en diversos entornos académicos y sociales. Se diferencia en gran medida de otros medios más regulados o comerciales, las radios universitarias en general poseen una mayor autonomía editorial, esto les permite abarcar diferentes temas y profundizar en cuestiones que no son publicadas en medios tradicionales. Esto constituye un aspecto esencial en el contexto académico, propiciando al debate colectiva y el pensamiento crítico para potenciar el desarrollo intelectual. Estos espacios radiofónicos contribuyen a la formación de ciudadanos informados, reflexivos y participativos.

Como señala Ronda (2011): Las emisoras universitarias, en general, se han postulado como radios que traspasan la frontera de lo exclusivamente instructivo y/o formativo para trascender a un carácter social y de servicio ciudadano. Unas estaciones que, integradas en el seno de la comunidad universitaria como medio propio y de expresión alternativo, constituyen una forma de democratización y servicio público, puesta a disposición de todos los miembros de la comunidad universitaria en particular, y de los ciudadanos en general.

Las radios universitarias brindan un espacio para que los estudiantes, docentes y otros miembros de la comunidad universitaria puedan expresar sus ideas y opiniones de manera libre, fomentando la creatividad y la diversidad de pensamiento. De esta forma, no solo se beneficia a la comunidad universitaria, sino que también tiene un impacto positivo en la sociedad en general, al actuar como un medio de servicio público que fomenta el acceso a la información y al conocimiento.

Según Contreras-Pulido et al:

UniRadio es como una estación de radio cuyos programas son realizados principalmente por integrantes de la comunidad universitaria, quienes los llevan a cabo de manera completamente voluntaria y desinteresada. Dado su significativo contenido cultural y social, con una clara vocación de servicio público, en ella se proporcionan las herramientas necesarias para dar voz a colectivos desfavorecidos como reclusos, inmigrantes, jóvenes en riesgo de exclusión social, entre otros; además de ocuparse de temáticas de impacto directo sobre el ciudadano, de su interés, y que raramente se tratan en los medios de comunicación tradicionales. La equidad e igualdad de género, la intergeneracionalidad, interculturalidad e interracialidad son valores que se defienden y promueven desde las ondas de UniRadio (2014).

UniRadio, fundada en 2007, es la emisora universitaria de la Universidad de Huelva, dedicada a la comunicación y difusión académica, cultural y social. Es reconocida como una de las radios más prestigiosas de la provincia, promueve la participación estudiantil

y el pensamiento crítico a través de diversos programas educativos, sociales, entrevistas y música.

Desde mi perspectiva, UniRadio busca fomentar la participación activa de los estudiantes, estimular el pensamiento crítico y difundir actividades académicas y culturales vinculadas a la Universidad de Huelva, así como programas y cuñas radiales. Esta programación tiene la finalidad de generar conexiones con la comunidad y contribuir al desarrollo social. La programación de UniRadio contiene una variedad de contenidos, entre ellos programas educativos, sociales, entrevistas y música, con el fin de ofrecer una propuesta radiofónica diversa y atractiva.

Esta emisora promueve la participación de los estudiantes de la Universidad de Huelva, ya sea a través de programas radiales, talleres de formación, entre otros. Estas oportunidades constituyen una gran experiencia dado que les permite participar activamente en la producción de contenidos, desarrollar sus propias iniciativas y adquirir habilidades prácticas que les serán valiosas en su futuro profesional. Los estudiantes tienen la oportunidad de aprender sobre producción, locución, edición de sonido y gestión de contenidos.

Por otra parte, UniRadio mantiene colaboraciones y alianzas con diversas instituciones, organizaciones y empresas locales. A través de estas asociaciones, se llevan a cabo intercambios culturales, entrevistas con personalidades destacadas y se promueve la cooperación entre la universidad y la sociedad.

Uniradio transmite su programación a través de la frecuencia modulada (FM) en la ciudad de Huelva y sus alrededores. Además, la emisora está disponible en línea a través de su página web oficial, donde se puede escuchar en formato de streaming, lo que permite a los oyentes acceder a los programas desde cualquier parte del mundo y en cualquier horario.

Para Contreras-Pulido (2018) la radio universitaria es un medio de servicio público para la universidad y para la ciudadanía, debe ayudar a construir conocimientos, divulgar la

ciencia, la cultura y formar a los comunicadores. La filosofía de este medio radiofónico es para la sociedad de Huelva, es una emisora sin ánimo de lucro, por ello, no tiene publicidad comercial en la programación, ni genera beneficios a nivel económico. Según Aguaded y Contreras-Pulido (2011), UniRadio Huelva es un ejemplo de radio cultural, social y de servicio público que permite ser una ventana de expresión y acercamiento de diferentes colectivos a la sociedad actual.

Se puede decir, que la radio universitaria se define como un medio de servicio público, tanto para la universidad como para la sociedad en general. Su principal función es contribuir a la construcción del conocimiento, así como a la divulgación de la ciencia y la cultura. Además, desempeña un importante papel en la formación de comunicadores.

En Uniradio disponen de recursos técnicos de alta calidad, esenciales para la producción, grabación y edición de sus programas. Su infraestructura está compuesta por estudios de grabación, cabinas de emisión, equipos de sonido avanzados, sistemas de transmisión y software especializado en edición de audio y video. De esta forma se garantiza una producción y emisión de calidad en los programas. Por otro lado, gestiona un calendario detallado en el cual organiza los eventos y programas a emitir, que incluyen una programación musical cuidadosamente seleccionada y estructurada por horarios. Esta selección abarca una amplia variedad de géneros musicales, ofreciendo una propuesta diversa y enriquecedora. UniRadio y en general las emisoras universitarias juegan un papel fundamental en la comunidad educativa, dado que promueve la relación entre la universidad y la sociedad a través de su programación y actividades, fortaleciendo el vínculo entre el ámbito académico y el entorno social.

3.5 Impacto de las Redes Sociales

La llegada de Internet trae consigo el surgimiento de nuevas formas de comunicación e interacción, por tanto, ha llegado a considerarse como el principal espacio de aprendizaje e intercambio de información sobre una amplia variedad de temas. Su importancia no radica en la cantidad de datos disponibles en tiempo real, sino en su capacidad para conectar a las personas y facilitar la comunicación entre ellas.

Para los jóvenes universitarios, el entorno digital representa un espacio donde convergen sus amistades y círculos profesionales. Hoy día, los jóvenes dedican una gran parte de su vida a estar conectados en línea, lo que refuerza su sentido de pertenencia a una comunidad. A través de perfiles personales o públicos en redes sociales, expresan su identidad, comparten opiniones, amplían sus relaciones y construyen su identidad digital. Sin embargo, al desconectarse, parte de su imagen pública permanece en la red, influenciada por los comentarios, interacciones y el alcance de sus publicaciones. Asimismo, las redes sociales son percibidas como espacios en el cual se sienten libres de generar contenidos, compartir información personal y debaten ideas, con el fin de sentir que forman parte de una comunidad.

Las redes sociales han transformado la forma en que los jóvenes se comunican, expresan y acceden a la información. Pero, el uso excesivo de estas plataformas puede generar ansiedad, depresión y estrés psicológico. La presión por proyectar una imagen perfecta y la constante comparación con otros pueden afectar negativamente su autoestima, principalmente en individuos que tienen problemas emocionales.

El diseño de estas plataformas genera una fuerte atracción, pues estudios revelan que el cerebro libera dopaminas, lo que da lugar a un uso compulsivo. Además, esta interacción impacta en el rendimiento académico, las relaciones interpersonales y reduce el tiempo dedicado a actividades esenciales como el ejercicio o la lectura. A pesar de que estas plataformas propician las relaciones de forma virtual, algunos jóvenes pueden sentirse aislados al incrementar el uso de aplicaciones digitales, además de experimentar una disminución en la capacidad de atención.

Por otro lado, es importante resaltar las oportunidades que ofrecen las redes sociales, pues les permiten a los jóvenes establecer vínculos con personas que comparten sus intereses, identidades y experiencias encontrando en las comunidades virtuales apoyo y espacios seguros. Además, proporcionan acceso a recursos educativos, información actualizada y contenido inspirador, contribuyendo al aprendizaje y al bienestar emocional.

En este sentido, es importante resaltar que se debe promover un uso equilibrado y consciente entre el conocimiento y el entretenimiento. Por tanto, es vital conocer los riesgos entorno a las comparaciones sociales y la adicción, establecer límites de tiempo e incentivar a realizar actividades fuera del entorno digital. El impacto de las redes en los jóvenes puede afectar de forma positiva o negativa, conlleva beneficios en términos de creatividad y relaciones sociales, pero también implica desafíos que afectan su salud mental. Afrontar estos desafíos con eficiencia requiere de un enfoque integral basado en la educación, así como un acompañamiento familiar para fomentar un uso responsable y saludable.

Los jóvenes universitarios de hoy día poseen habilidades digitales que les permiten acceder y navegar en Internet. Sin embargo, carecen de las competencias necesarias para evaluar críticamente la información que consumen, producen y difunden. El insuficiente conocimiento de herramientas para identificar la veracidad de contenidos trae consigo consecuencias como la desinformación o la propagación de datos poco fiables. No obstante, existen expertos que han desarrollado competencias mediáticas que han sido abordadas en epígrafes anteriores, las cuales ofrecen a los jóvenes habilidades necesarias para gestionar eficazmente la sobrecarga informativa, establecer límites entre el uso de la tecnología y la vida cotidiana, y aplicar criterios de selección rigurosos al interactuar en el entorno digital.

Las redes sociales han dado lugar a un modelo de aprendizaje informal, en el que los prosumidores no solo generan contenido, sino que también evalúan y reconocen las publicaciones de otros usuarios. Este intercambio constante de información fortalece el conocimiento colectivo y fomenta la construcción de ideas desde diversas perspectivas. Esta propuesta de intervención tiene como objetivo, a través de un podcast con un enfoque educativo, fomentar en los oyentes la capacidad de convertirse en prosumidores. Esto implica no solo consumir contenidos digitales de manera crítica y reflexiva, sino también participar activamente en su creación y difusión. En un entorno digital donde existe sobrecarga de información, es esencial que los jóvenes desarrollen habilidades que les permitan distinguir entre fuentes confiables y aquellas que pueden ser engañosas.

Este podcast constituye un espacio para explorar diversas temáticas relacionadas con el consumo responsable de contenidos, abordando los riesgos asociados a la sobresaturación de información no verificada y a la manipulación mediática. Con el fin de promover un pensamiento crítico, se busca empoderar a los jóvenes para que enfrenten los desafíos de la sociedad digital actual, donde la capacidad de analizar y evaluar la información es de vital importancia. Además, al potenciar los conocimientos sobre la producción de contenido, tienen la oportunidad de expresar sus propias voces y perspectivas, enriqueciendo el diálogo y la diversidad de opiniones en el ámbito digital. Este enfoque no solo contribuye a su desarrollo personal y académico, sino que también fomenta una comunidad más informada y participativa, capaz de contribuir a un entorno digital más ético y responsable.

En conclusión, el uso correcto de las redes sociales ofrece grandes ventajas en los procesos de enseñanza-aprendizaje, y es importante promover estos conocimientos en las escuelas. Así, los estudiantes pueden acceder a información en tiempo real, participar en discusiones globales y desarrollar habilidades críticas mediante el contraste de diversas opiniones. Por tal motivo, las redes sociales promueven un espacio dinámico y colaborativo, impulsado por aquellos individuos que contribuyen de manera activa al desarrollo del conocimiento en el entorno digital.

IV. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN EDUCOMUNICATIVA

4.1 Propuesta de Intervención Educomunicativa

Este proyecto de intervención educomunicativa recibe el nombre de “Redes que Inspiran” porque, como su nombre indica, su finalidad es educar e inspirar a los jóvenes a ser usuarios críticos, responsables, pero también creativos de las redes digitales, promoviendo un uso ético y potenciando el desarrollo de competencias claves en la era digital.

Este podcast está integrado por seis episodios de 30-35 minutos cada uno, aproximadamente, el cual fomentará los conocimientos sobre las seis dimensiones de las competencias mediáticas propuestas por los investigadores Joan Ferrés y Alejandro Piscitelli (2012): lenguajes, tecnología, procesos de interacción, procesos de producción y difusión, ideología y valores, y dimensión estética.

En este sentido, se expondrá en cada episodio una competencia mediática a partir de entrevistas con diferentes expertos, se promoverá la participación y el diálogo con los oyentes sobre sus experiencias y situaciones cotidianas a partir de elementos claves y ejemplos prácticos que puedan facilitar el conocimiento y comprensión de los jóvenes y ofrecer una experiencia de aprendizaje eficiente sobre las competencias mediáticas frente a los contenidos en redes sociales. El principal objetivo es lograr un equilibrio entre el conocimiento y el entretenimiento a través de dinámicas que motiven a la producción, consumo y publicación de contenidos mediáticos con el fin de captar la atención de los oyentes.

Con la implementación de este podcast se pretende crear un espacio en el cual serán los jóvenes los protagonistas. Se van a tratar diferentes aspectos con el fin de que puedan aprender, compartir y cuestionar sobre cómo utilizar las redes sociales de forma ética, responsable y creativa. El primer episodio del podcast está orientado al manejo de herramientas para identificar noticias falsas y manipulación mediática a partir de ejemplos actuales de desinformación. El segundo episodio abordará la importancia de proteger la privacidad en línea y al desarrollo de habilidades y destrezas sobre el uso de dispositivos tecnológicos en entornos hipermediales, transmediáticos y multimodales. En el tercer episodio se analizarán los efectos cognitivos de las emociones, ideas y valores que se asocian con personajes, acciones y situaciones; esclarecer por qué existe una

inclinación hacia ciertos medios, productos o unos contenidos; qué necesidades y deseos satisfacen en lo sensorial, en lo emotivo, en lo cognitivo, en lo estético, en lo cultural, etc. El cuarto episodio hace énfasis en los conocimientos básicos que se deben tener sobre los procesos de producción, las técnicas de programación y los mecanismos de difusión; la importancia de mantener una actitud responsable ante los derechos de propiedad intelectual; y ofrecer pautas para manejar la identidad online/offline de forma responsable ante el control de datos privados, propios o ajenos. El episodio cinco pretende potenciar la capacidad de los jóvenes para detectar las intenciones o intereses que se muestran en las producciones mediáticas, así como las ideologías y valores superficiales o latentes, adoptando una actitud crítica ante ellos. Finalmente, el episodio seis hace alusión a las habilidades para relacionar las producciones mediáticas con otras manifestaciones artísticas e identificar las categorías estéticas básicas, como la innovación y temática, la originalidad, el estilo, y las tendencias.

El podcast “Redes que Inspiran” se realiza con la finalidad de empoderar a los jóvenes universitarios para que adopten una postura crítica y ética frente a los contenidos mediáticos a los que están expuestos e involucrarlos en un proceso de reflexión activa, promoviendo en ellos una cultura digital más responsable.

No obstante, dado al alcance masivo de la radio, también se buscará llegar a otros grupos etarios interesados en esta propuesta educomunicativa.

4.2 Destinatarios

El público objetivo son los jóvenes entre 18-22 años, actualmente se les denomina con el término de Generación Z. Esta generación se define como nativos digitales, dado que son expertos en el uso de dispositivos móviles y plataformas digitales desde una edad temprana. Es la primera generación en crecer con el acceso internet y a la tecnología digital como presencia constante en sus vidas. Se adaptan rápidamente a los cambios tecnológicos y prefieren la comunicación visual e instantánea. Debido a que este grupo han nacido en la era de la tecnología, esto ha influenciado significativamente en sus estilos de comunicación, interacciones sociales, el acceso a la información, así como en sus decisiones de compra que están basados en valores sociales y tienden a favorecer a las marcas que se alinean con sus creencias. Por tal motivo, resulta un público pertinente para

promover los conocimientos de las competencias mediáticas sobre el uso adecuado de las redes sociales y concientizarlos a crear contenido ético.

4.3 Cronograma

El podcast “Redes que Inspiran” que presenta esta propuesta de intervención se desarrollará durante seis semanas. Concretamente, el programa se emitirá los lunes a las 16:00h, y tendrá una retransmisión los viernes a las 11:00h para aquellas personas que no puedan escucharlo en su horario habitual.

La estrategia a seguir contempla contactar a la persona a entrevistar dentro de la semana, desarrollar el guion correspondiente, llevar a cabo la entrevista y finalizar con la edición del programa. Además, los programas serán producidos en formato podcast, esto garantiza su permanencia, permitiendo su descarga y difusión en diversas plataformas digitales y redes sociales. En principio, se implementa una estrategia de difusión en la cual el programa será transmitido a través de UniRadio. Posteriormente, se realizará una retransmisión antes de subirlo a una plataforma de podcast en línea, asegurando su disponibilidad para los oyentes en el servicio de podcast de la emisora. Con el fin de potenciar su alcance, es primordial compartir el enlace del programa mediante las redes sociales de la radio universitaria, resaltando el título y síntesis, propiciando la participación del público a través de comentarios e interacciones.

Tabla 1. Cronograma 1						
Septiembre 2025						
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

Tabla 2. Cronograma 2

Octubre 2025						
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

4.4 Recursos humanos, materiales y económicos

En este apartado se presentan los diferentes recursos a utilizar para desarrollar esta propuesta educomunicativa. En principio, los recursos humanos constituyen un elemento clave para garantizar la calidad y eficiencia de cualquier iniciativa. Este equipo está formado por los profesionales responsables de la planificación, producción y ejecución del proyecto, encargados de su desarrollo y puesta en escena:

- Creador del podcast, productor y redactor de los guiones: Thália Planas Rodríguez
- Técnico de sonido
- Invitados
- Editor

Por otra parte, se encuentran los recursos materiales que constituyen los elementos físicos y tecnológicos esenciales para la producción de contenido radiofónico. Es vital que todos los estudios posean estos materiales para asegurar la calidad en la creación de programas.

- Ordenador
- Micrófonos
- Cascos
- Mesa de mezclas
- Programa de edición de audio

Gracias a las subvenciones y apoyos financieros, UniRadio cuenta con un equipamiento adecuado para la grabación de cualquier programa, de esta forma pueden minimizar los costos asociados al proyecto educomunicativo. Esta emisora dispone de las herramientas

necesarias como mesas de mezclas, micrófonos y ordenadores, para desarrollar el proceso de edición y producción de los programas.

4.5 Desarrollo de la propuesta educomunicativa

Episodio 1

El primer episodio se centra en el desarrollo del pensamiento crítico frente a la desinformación en redes sociales. Se expondrán casos actuales y se proporcionarán herramientas para identificar noticias falsas y analizar la manipulación mediática, fomentando una comprensión más profunda del entorno informativo digital.

Esquema del programa		
“Redes que Inspiran”		
Nº Podcast: 1	Fecha:	Duración total: 30-35 min
Título: Descifrando el lenguaje de los medios		
Contenidos: Este programa tiene como objetivo identificar las noticias falsas, analizar la manipulación mediática y aprender estrategias para contrastar la veracidad de los contenidos en redes sociales. Se incluirán herramientas útiles para el fact-checking y ejemplos prácticos de desinformación actual.		
Guión		
Música de cabecera		
Presentador: ¡Hola a todos! Bienvenidos al programa "Redes que Inspiran". En este primer capítulo vamos a descubrir juntos cómo usar las redes sociales de manera consciente, responsable y crítica.		
Presentador: Las redes pueden ser una herramienta increíble... o una gran		

distracción. ¿Cómo encontramos el equilibrio?		
<p>Invitados especiales:</p> <p>Un psicólogo que aborda el impacto emocional de las redes.</p> <p>Participación de jóvenes que han encontrado un propósito en plataformas digitales.</p>		
Música de cabecera		
<p>Presentador: ¿Alguna vez compartiste una noticia sin verificarla? Vamos a aprender cómo distinguir la información confiable.</p>		
<p>Invitado especial:</p> <p>Experto en medios digitales analiza el lenguaje utilizado y las estrategias detrás del mensaje.</p>		
Música de cabecera		
<p>Juego de detección de fake news: ejemplos prácticos con la audiencia.</p> <p>Consejos para mejorar nuestra capacidad de análisis y pensamiento crítico.</p>		
<p>Presentador: Las redes pueden ser una plataforma para inspirar y cambiar el mundo. ¿Qué se necesita para generar impacto positivo?</p>		
<p>Invitado especial: un creador de contenido que usa su plataforma para generar cambios sociales.</p>		

Música de cabecera		
Desafío para la audiencia: publicar algo con propósito y compartirlo con la comunidad.		
Música de cabecera		
Presentador: Las redes están en constante evolución. ¿Qué significa vivir en la era digital? ¿Qué impacto tienen en nuestra vida? ¿qué expectativas tienen sobre el podcast?		
Gracias por acompañarnos en este primer episodio. Nos escuchamos la próxima semana con más ideas para mejorar nuestra experiencia digital. ¡Hasta pronto!		

Episodio 2

El segundo episodio abordará los riesgos de la privacidad en línea y el uso seguro de dispositivos en entornos hipermediales, transmediáticos y multimodales. También se darán a conocer estrategias para proteger los datos personales y perfeccionar el manejo de herramientas tecnológicas, promoviendo una interacción consciente y responsable en el entorno digital.

Esquema del programa		
“Redes que Inspiran”		
Nº Podcast: 2	Fecha:	Duración total: 30-35 min
Título: Alfabetización mediática y manejo de herramientas digitales.		
Contenidos: Este episodio tiene como objetivo enseñar a los estudiantes a utilizar las herramientas digitales de manera eficiente y ética, además del uso de buscadores		

avanzados, la importancia de proteger la privacidad en línea y los retos éticos que implica tener una participación activa en las redes sociales. Además se analizarán los algoritmos y cómo influyen en el consumo de contenido.

Guión		
Música de cabecera		
<p>Presentador: ¡Bienvenidos a “Redes que Inspiran”! Hoy comenzamos nuestro programa hacia un uso más consciente y ético de las herramientas digitales. ¿Estás listo para navegar con inteligencia? En el día de hoy comenzaron haciendo alusión al término alfabetización mediática y su impacto en la vida digital. Así como conceptos claves: búsqueda avanzada, filtros de información y pensamiento crítico.</p> <p>Invitado especial: un experto en comunicación digital.</p>		
Música de cabecera		
<p>Presentador: Publicamos, comentamos y compartimos. Pero... ¿sabemos realmente cuánta información personal estamos dejando en internet?</p>		
<p>Invitado especial: Experto en ciberseguridad.</p>		
Música de cabecera		
<p>Presentador: Las redes nos conectan... pero también traen dilemas éticos. ¿Cómo podemos ser responsables en su uso?</p>		

Invitado especial: Un activista digital que trabaja por un internet más seguro. Debate interactivo: ¿cómo enfrentamos los dilemas éticos en redes?		
Música de cabecera		
Presentador: ¿Has notado que las redes siempre te recomiendan contenido similar? Hoy descubriremos el poder de los algoritmos en la información que consumimos.		
Música de cabecera		
Presentador: Llegamos a los últimos minutos y la pregunta clave es: ¿cómo podemos aprovechar las herramientas digitales para ser mejores ciudadanos digitales?		
Invitado especial: un creador de contenido educativo.		
Conclusión y despedida con un desafío para la audiencia: aplicar lo aprendido. Crear contenido con propósito y combatir la desinformación.		

Episodio 3

El tercer episodio analiza la influencia de los medios en las emociones, valores e ideas. Además del papel de los personajes y narrativas que pueden afectar la percepción de los jóvenes, estudiando las razones detrás de la preferencia por ciertos contenidos y su impacto en la sensibilidad estética y cultural.

“Redes que Inspiran”		
N.º Podcast: 3	Fecha:	Duración total: 30-35 min
Título: "Conectados con Sentido Crítico"		
Contenidos: Este episodio pretende fomentar el pensamiento crítico en los jóvenes frente a los contenidos que consumen en redes sociales, promoviendo una interacción consciente y responsable con los medios digitales.		
Guión		
Música de cabecera		
<p>Presentador: ¡Hola a todos! ¡Bienvenidos a “Redes que Inspiran”! Hoy exploramos un tema clave: ¿somos consumidores pasivos o críticos de la información que vemos en redes?</p> <p>"Comencemos haciéndonos esta pregunta: ¿Cuántas horas pasamos al día en redes sociales? ¿Y cuántas veces nos detenemos a analizar si lo que vemos es real o tiene una intención oculta? Hoy nos acompaña [Nombre del Experto], docente y especialista en medios de comunicación, para ayudarnos a entender cómo los mensajes en redes sociales pueden influir en nuestras emociones y decisiones."</p>		
Invitado especial: Experto en comunicación digital. ¿Por qué es importante desarrollar un pensamiento crítico frente a estos contenidos? ¿Qué señales nos pueden alertar de que un		

mensaje tiene una intención oculta o busca manipularnos?"		
Música de cabecera		
Presentador: Teniendo en cuenta los conocimientos para identificar mensajes manipuladores, hablemos de cómo podemos interactuar de manera más consciente en redes sociales. ¿Cómo podemos convertirnos en prosumidores, es decir, en personas que no solo consumen, sino que también crean contenido con sentido?		
Dinámica interactiva con los oyentes: El presentador invita a los oyentes a compartir ejemplos de publicaciones que les hayan hecho reflexionar o que consideren manipuladoras. Se leen algunos mensajes en vivo y se analizan brevemente con el experto.		
Música de cabecera		
Para cerrar el programa, les dejamos un reto: durante esta semana, antes de dar me gusta o compartir algo en redes sociales, analicen el contenido. Pregúntense: ¿Qué emociones me genera? ¿Qué valores transmite? ¿Es información confiable? Compartan sus experiencias con nosotros usando la etiqueta #ConectadosConSentido.		

Episodio 4

En el cuarto episodio, se abordará el proceso de producción mediática. Se expondrán técnicas de programación y difusión, además de dar a conocer los principios sobre propiedad intelectual y gestión de identidad digital, promoviendo una actitud responsable en la creación de contenidos.

Esquema del programa		
“Redes que Inspiran”		
Nº Podcast: 4	Fecha:	Duración total: 30-35 min
Título: “Creadores Conscientes”		
Contenidos: Potenciar en los jóvenes las habilidades necesarias para producir y difundir contenidos éticos, responsables y significativos en redes sociales, promoviendo al debate y la reflexión sobre la importancia de la privacidad, la propiedad intelectual y los mensajes de calidad.		
Guión		
Música de cabecera		
Presentador: "¡Hola a todos y bienvenidos a “Redes que Inspiran!” Un programa donde exploramos cómo podemos ser no solo consumidores, sino también creadores responsables de contenido en redes sociales. Soy [Nombre del Presentador] y hoy hablaremos sobre cómo producir y difundir mensajes que realmente marquen una diferencia. ¿Están listos para reflexionar sobre su papel en el mundo digital? ¡Vamos a empezar!"		
Música de cabecera		
Presentador: "Para comenzar, vamos a reflexionar: todos usamos redes sociales,		

<p>pero ¿alguna vez te has preguntado cómo el contenido que publicas impacta a tus seguidores? Para ayudarnos a entenderlo, tenemos con nosotros a [Nombre del Experto], docente y experto en medios de comunicación. Bienvenido/a, [Nombre del Experto]."</p>		
<p>Entrevista con el experto: Pregunta 1: ¿Qué implica ser un creador consciente en un mundo donde todo el mundo puede compartir contenido? Pregunta 2: ¿Por qué es importante pensar en el impacto de los mensajes que difundimos? Pregunta 3: ¿Qué habilidades necesita un joven para producir contenido de calidad y ético en redes sociales?</p>		
<p>"Gracias, [Nombre del Experto], por ayudarnos a entender que ser un creador consciente no solo es una responsabilidad, sino también una oportunidad para generar un impacto positivo."</p>		
<p>Música de cabecera</p>		
<p>Presentador: "Ahora que tenemos las habilidades necesarias para ser un creador consciente, hablemos de algunos temas fundamentales: la privacidad, los derechos de autor y la ética digital. ¿Alguna vez te has preguntado si los memes que compartes respetan los derechos de autor? ¿O si es seguro</p>		

compartir ciertos aspectos de tu vida en redes sociales? Vamos a profundizar en esto."		
<p>Entrevista con el experto:</p> <p>Pregunta 4: ¿Qué riesgos enfrentan los jóvenes si no protegen su identidad digital en redes sociales?</p> <p>Pregunta 5: ¿Por qué es importante respetar los derechos de autor y cómo podemos asegurarnos de hacerlo?</p> <p>Pregunta 6: ¿Qué consejos nos darías para mantener una ética digital al publicar contenido?</p>		
Música de cabecera		
<p>Dinámica interactiva:</p> <p>El presentador invita a los oyentes a enviar preguntas o compartir experiencias relacionadas con la privacidad o el uso ético de contenido en redes sociales. Se leen algunos mensajes en vivo y se discuten brevemente.</p>		
Música de cabecera		
<p>Presentador: Ahora con los conocimientos adquiridos sobre la producción y difusión de contenidos, es hora de ponerlo en práctica. Les propongo un reto: esta semana, crea contenido que sea ético, significativo y que aporte valor a tus seguidores. Pero antes de publicarlo, pregúntate: ¿Es este mensaje respetuoso y positivo? ¿Estoy respetando los derechos</p>		

de autor? ¿Cómo puedo proteger mi privacidad y de las personas a mi alrededor?		
Música de cabecera		
Presentador: Gracias por acompañarnos en este episodio de Creadores Conscientes. Recuerden, las redes sociales constituyen una herramienta valiosa, y cada uno de nosotros tiene el poder de usarlas para construir un entorno digital seguro y respetuoso. Compartan sus creaciones con nosotros usando la etiqueta #CreadoresConscientes, y nos escuchamos la próxima semana con más ideas para mejorar nuestra experiencia digital. ¡Hasta pronto!		

Episodio 5

El quinto episodio promueve el desarrollo del pensamiento crítico para enfrentar las intenciones, ideologías y valores implícitos en los medios. Su finalidad es que los jóvenes sean capaces de identificar sesgos y narrativas ocultas, fomentando una actitud reflexiva y activa ante la información que consumen.

Esquema del programa		
“Redes que Inspiran”		
Nº Podcast: 5	Fecha:	Duración total: 30-35 min
Título: "Redes que Conectan Ideas"		
Contenidos: Este episodio busca potenciar el pensamiento crítico en los jóvenes debido a que están expuestos a todo tipo de contenido en redes sociales, de esta forma		

puedan identificar estrategias mediáticas, los valores subyacentes y el contexto de los mensajes.		
Guión		
Música de cabecera		
<p>Presentador: ¡Hola a todos y bienvenidos a “Redes que Inspiran! el programa donde juntos conoceremos de forma eficiente el universo de las redes sociales. Soy [nombre del presentador/a], su guía en por este camino que han emprendido hacia el pensamiento crítico. Sabemos que las redes están atiborradas de influencers, noticias, memes y tendencias que captan nuestra atención, pero... ¿alguna vez te has preguntado por qué ciertos contenidos parecen tan atractivos? ¡Hoy lo descubriremos juntos! Para esto, tenemos a un invitado muy especial, [nombre del experto/a], docente y especialista en medios de comunicación. Bienvenido/a al programa, [nombre del experto/a]."</p>		
<p>Invitado especial: "Gracias por la invitación, [nombre del presentador/a]. Estoy muy emocionado/a de estar aquí para hablar de un tema esencial, principalmente para los jóvenes. Las redes sociales son una herramienta increíble, pero pueden influir de forma positiva o negativa en nuestra forma de pensar y en las decisiones que tomamos.</p>		
Música de cabecera		

<p>Presentador/a: "Para empezar, [nombre del experto/a], cuéntanos: ¿cómo es que ciertos contenidos en redes sociales logran captar tanto nuestra atención? ¿Qué estrategias usan para engancharnos? ¿Cómo podemos darnos cuenta de estas estrategias y empezar a analizarlas?"</p>		
<p>Invitado especial</p>		
<p>Música de cabecera</p>		
<p>Presentador/a: "Ahora vamos a escuchar a algunos de nuestros oyentes. Nos interesa saber: ¿qué tipo de contenido consume en redes sociales y cómo crees que te influye?"</p>		
<p>Música de cabecera</p>		
<p>"Bueno, hemos aprendido mucho hoy. Gracias a nuestro experto/a, [nombre del experto/a], por compartir su conocimiento con nosotros. Antes de despedirnos, ¿tienes alguna recomendación final para nuestros oyentes sobre cómo desarrollar un pensamiento crítico frente a las redes sociales?"</p>		
<p>Invitado especial</p>		
<p>Presentador: "¡Gracias por esas palabras! Y a ustedes, jóvenes, gracias por acompañarnos en este episodio de <i>“Redes que Inspiran”</i>. Recuerden que las redes sociales abren un abanico de oportunidades, pero también un espejo</p>		

que nos muestra lo que otros quieren que veamos. ¡Hasta la próxima!"		
--	--	--

Episodio 6

El último episodio abarca la relación entre las producciones mediáticas y otras expresiones artísticas. De esta forma podrán analizar elementos como la innovación, la originalidad y el estilo, además de reconocer tendencias y desarrollar un criterio estético más amplio.

Esquema del programa		
“Redes que Inspiran”		
Nº Podcast: 6	Fecha:	Duración total: 30-35 min
Título: "Arte y Medios: Descubriendo la Estética"		
Contenidos: Fomentar en los jóvenes la capacidad de analizar producciones mediáticas desde una perspectiva estética, identificando elementos como la innovación, el estilo, la composición y las emociones que despiertan. Además, motivarlos a crear sus propias producciones mediáticas de manera creativa y original.		
Guión		
Música de cabecera		
Presentador: "¡Hola a todos y bienvenidos a “Redes que Inspiran!” el programa donde exploramos cómo el arte y los medios se conectan para crear experiencias visuales y emocionales únicas. Soy [nombre del presentador/a], y hoy vamos a hablar de algo que está en todo lo que vemos, pero que a veces no notamos: la dimensión estética. ¿Alguna vez te has preguntado por qué una		

<p>película, un vídeo en redes sociales o incluso una fotografía te parece tan atractiva? ¿Qué tienen esos colores, esa iluminación o esa composición que te hacen sentir algo especial? Hoy vamos a descubrirlo juntos. Y para eso, tenemos a un invitado/a muy especial, [nombre del experto/a], docente y especialista en estética y medios de comunicación. ¡Bienvenido/a, [nombre del experto/a]!"</p>		
Invitado especial		
<p>Presentador/a: Comencemos con esta pregunta: ¿cómo podemos definir la dimensión estética y cuál es su importancia en los medios de comunicación?</p> <p>¿Podrías darnos un ejemplo concreto de cómo se aplica la dimensión estética en una producción mediática?</p>		
Invitado especial		
Música de cabecera		
<p>Presentador/a: "Ahora queremos escuchar a nuestros oyentes. Cuéntenos: ¿qué tipo de contenido visual les gusta más y por qué? ¿Hay alguna película, serie, video o incluso un perfil de redes sociales que les parezca especialmente atractivo?"</p>		
Música de cabecera		

<p>Presentador/a: Bueno, hemos aprendido mucho hoy sobre la dimensión estética y cómo podemos analizar las producciones mediáticas desde un punto de vista artístico. Gracias a nuestro experto/a, [nombre del experto/a], por compartir su conocimiento con nosotros. Antes de despedirnos, ¿tienes algún consejo final para nuestros oyentes?"</p>		
<p>Invitado especial</p>		
<p>Presentador: ¡Gracias por esas palabras! Y a ustedes, jóvenes, gracias por acompañarnos en este episodio de Arte y Medios: Descubriendo la Estética.</p>		
<p>Música de cabecera</p>		
<p>Presentador/a: Queridos oyentes, hemos llegado al final de nuestra serie de seis episodios de “<i>Redes que Inspiran</i>”. En el transcurso de estas semanas hemos explorado juntos las seis dimensiones de la competencia mediática, el pensamiento crítico y la influencia de las redes sociales en nuestra vida cotidiana. También, hemos aprendido a analizar y valorar las producciones mediáticas desde una perspectiva artística, la ética en la creación de contenido, la protección de nuestra privacidad, el respeto por los derechos de autor, y cómo interactuar de manera responsable en un entorno digital que está en constante evolución. Quiero</p>		

<p>agradecerles por acompañarnos en cada episodio, por compartir sus opiniones e ideas, y por abrir sus mentes y corazones. Recuerden que su voz importa, y cada mensaje que comparten tiene el poder de influir en quienes los rodean. Los invito a seguir creando, cuestionando y aprendiendo. A crear una comunidad digital más segura porque juntos podemos hacerla más consciente y responsable. De esta forma nos despedimos, pero no sin antes recordarles que continúen conectados. ¡Gracias por ser parte de “Redes que Inspiran”! ¡Un abrazo fuerte!”</p>		
---	--	--

El podcast "Redes que Inspiran" se caracteriza por utilizar un tono cercano y dinámico, promoviendo la participación de los oyentes, estableciendo conexiones reales con el público joven. Para visibilizar y potenciar el alcance de esta iniciativa, se habilitarán las redes sociales del proyecto, de esta forma el público pueda interactuar, enviar comentarios y hacer preguntas en tiempo real, promoviendo el diálogo y la reflexión colectiva. Además, cada episodio se complementará con publicaciones en redes sociales que incluirán infografías y videos explicativos, de este se reforzarán los temas abordados y se facilitará su comprensión. Se puede decir, que este programa ofrece un contenido educativo para que los jóvenes desarrollen su capacidad de análisis y de creación de información digital responsable.

4.6 Resultados previsibles y prospectiva futura

El proyecto de intervención educomunicativo "*Redes que Inspiran*" presenta una serie de resultados previsibles, directamente relacionados con los objetivos establecidos. Entre

estos resultados cabe destacar un incremento del interés y compromiso por parte de los jóvenes universitarios, en la creación, producción y difusión de contenido responsable. Asimismo, se prevé generar un impacto positivo en la formación de los jóvenes como usuarios críticos, éticos y creativos de las plataformas digitales. Es importante resaltar que los oyentes adquirieron conocimientos sólidos sobre las seis dimensiones de las competencias mediáticas propuestas por Ferrés y Piscitelli (2012). Las entrevistas con expertos, docentes e invitados, y las dinámicas participativas fomentarán una comprensión más profunda de los términos que surgen en el entorno virtual, la ética y los procesos de producción y difusión de contenidos.

La implementación de este podcast pretende generar un cambio significativo en las prácticas digitales de los jóvenes, quienes comenzarán a adoptar una actitud crítica para enfrentar los desafíos de las redes sociales. De esta forma, podrán identificar ideologías y valores subyacentes en los contenidos mediáticos, promoviendo un consumo responsable y ético.

En resumen, este proyecto tiene el potencial de lograr un equilibrio entre el conocimiento y el entretenimiento, integrando elementos educativos con dinámicas participativas con el propósito de que los jóvenes universitarios se mantengan motivados y comprometidos con el aprendizaje. "Redes que Inspiran" constituirá un espacio seguro donde pondrán en práctica sus habilidades como prosumidores de contenidos, esto elevará la calidad de las publicaciones y la creatividad.

En base a los resultados esperados, se plantea que este podcast podría expandirse hacia plataformas educativas de grandes audiencias, como talleres presenciales y virtuales o guías para docentes interesados en implementar las dinámicas de "Redes que Inspiran". Además, se pueden crear comunidades para que expertos, jóvenes y todo el que quiera participar compartan experiencias, aprendizajes y recursos relacionados con el uso ético de las redes sociales. "Redes que Inspiran" podría convertirse en un modelo innovador en la educomunicación, sirviendo como referencia para futuras investigaciones y proyectos educativos.

V. Limitaciones y Autovaloración

5.1 Limitaciones de la propuesta

Entre las principales limitaciones existentes en el desarrollo de esta propuesta es el escaso tiempo para realizar las grabaciones de todos los episodios. Desde mi perspectiva, el tiempo asignado para llevar a cabo la propuesta de intervención educomunicativo es insuficiente. El programa podría haber alcanzado una calidad superior, de haber contado

con un mayor periodo para el proceso de creación, la búsqueda de entrevistados y la implementación de los guiones y la puesta en práctica. Realizar las coordinaciones para establecer la fecha y hora con los entrevistados puede requerir más tiempo del anticipado, así como la creación y revisión de una cantidad considerable de guiones y contenidos para la elaboración del programa.

Entre las principales limitaciones encontradas en la elaboración del podcast es la falta de recursos para llegar un público juvenil sin acceso regular a internet o dispositivos móviles. A pesar de todos los esfuerzos realizadas por fomentar los conocimientos sobre el entorno digital, las redes sociales y las competencias mediáticas, algunos conceptos pueden resultar difíciles de comprender, principalmente para quienes tienen menor formación educativa o experiencia digital.

5.2 Autovaloración

Desde mi perspectiva, el haber realizado las prácticas en UniRadio ha sido una experiencia gratificante, pues he tenido la oportunidad de conocer las instalaciones de la radio de la Universidad de Huelva y el Medialab, su organización y funcionamiento, y poder trabajar junto a mis compañeros/as del Máster en la grabación y edición de videos.

El haber realizado las prácticas de forma presencial me ha permitido perfeccionar mi formación en aspectos como la edición de video, el uso de diferentes programas y aplicaciones, así como la elaboración de guiones.

En mi opinión, es importante destacar la necesidad de ampliar el equipo de profesionales en UniRadio y Medialab para potenciar su funcionamiento. Además, considero que es importante la incorporación de un equipo específico encargado de gestionar su visibilidad en redes sociales. De esta forma pueden renovar su formato para que sea más atractivo y dinámico para el público joven y potenciar su alcance dentro del entorno universitario. La puesta en práctica de estas acciones podría incrementar su audiencia y promover una mayor participación en sus proyectos y programas, mejorando su impacto y calidad.

Para finalizar, realizar las prácticas en UniRadio ha constituido una experiencia enriquecedora y desafiante. Entre las principales dificultades que he enfrentado es la falta de experiencia al escribir los guiones de los episodios del podcast, la selección de la

música o efectos de sonido, definir los contenidos e invitados. Estas acciones han requerido más tiempo del esperado, debido a mi pasión y ambición de asegurar que cada elección contribuya a la calidad del programa.

Referencias

- Aguaded-Gómez, J.I & Martín-Pena, D. (2013). *Educomunicación y radios universitarias, volumen 124*, 65-72. Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación. Disponible en <https://bit.ly/3UHHcqI>
- Aguaded, I., y Romero-Rodríguez, L.M. (2015). Mediamorfosis y desinformación en la infoesfera: Alfabetización mediática, digital e informacional ante los cambios de hábitos de consumo informativo. *Education in the Knowledge Society*, 6(1), 44- 57.
<https://doi.org/10.14201/eks20151614457>
- Arora, A., Bansal, S., Kandpal, C., Aswani, R., y Dwivedi, Y. (2019). Measuring social media influencer index: Insights from Facebook, Twitter and Instagram. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 49, 86-101. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.03.012>
- Burgos, E. (2017). El aprendizaje informal y las habilidades transmedia. *Temas de Comunicación*, 34-35, 26-41. <https://bit.ly/2Doq2dV>
- Casajus, L., & Vázquez Guerrero, M. (2014). Los jóvenes prosumidores en la Radio Universitaria 2.0: Un perfil en construcción. *EDMETIC*, 3(1), 87–111.
<https://doi.org/10.21071/edmetic.v3i1.2882>
- Calle-Álvarez, G. (2014). Las habilidades del pensamiento crítico durante la escritura digital en un ambiente de aprendizaje apoyado por herramientas de la web 2.0. *Revista Encuentros, Universidad Autónoma del Caribe*, 12(1), 27-45. <http://doi.org/10.15665/re.v12i1.200>
- Calle-Álvarez, G., y Ocampo-Zapata, D. (2019). Algunas posibilidades de incorporación de la web 2.0 en la educación. *RHS: Revista Humanismo y Sociedad*, 7(1), 69-84.
<https://doi.org/10.22209/rhs.v7n1a05>
- Castaño, L. (2015). Relaciones e interacciones parasociales en redes sociales digitales. Una revisión conceptual. *Revista ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 13 (2), 23-47. <https://doi.org/10.7195/ri14.v13i2.853>

Castells, M. (2001). La era de la información: Economía, sociedad y cultura. El poder de la identidad. Siglo veintiuno editores. <https://bit.ly/3geXIsn>

Castells, M. (2009). Comunicación y poder. Alianza Editorial. <https://bit.ly/3dNuGOR>

Canaza-Choque, F. A. (2018). La sociedad 2.0 y el espejismo de las redes sociales en la modernidad líquida. In *Crescendo*, 9(2), 221-247. <https://bit.ly/2BZPntW>

Contreras Pulido, P., González Mairena, M., & Aguaded Gómez, J. I. (2014). Programar una radio social en la universidad: el Propósito Penélope de UniRadio. *EDMETIC*, 3(1), 112–130. <https://doi.org/10.21071/edmetic.v3i1.2883>

Da-Silva, C., y Ferreira, C. (2016). Las redes sociales y el aprendizaje informal de Estudiantes de Educación Superior. *Acción Pedagógica*, 25(1), 6-20. <https://bit.ly/2CUSich>

De la Torre, A. (2006). Web Educativa 2.0. *Revista Electrónica de Tecnología Educativa* (20), a058. <https://doi.org/10.21556/edutec.2006.20.515>

DiNucci, D. (1999). Fragmented future. *Print*, 53(4), 32. <https://bit.ly/2YQZCJQ>

Espiritusanto, O. N. (2016). Generación Z, móviles, redes y contenido generado por el usuario. *Revista de Estudios de Juventud*, volumen 114, pp. 111-126. Recuperado de <https://bit.ly/3QWQcHo>

Flores-Vivar, J.M. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Comunicar*, 33, 73-81. <https://doi.org/10.3916/c33-2009-02-007>

Fernández, I. M. S., y Vera, M. M. S. (2010). Aprendiendo en cualquier lugar: el podcast educativo. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 36, 125-139. <https://bit.ly/2NMsjBp>

Fernández-López, L. (2017). Instagrammers y high fours: Intercambiando instantes en un presente continuo. *Question*, 1(53), 402-412. <https://bit.ly/2Nno1mB>

- Farmer, J., y Bartlett-Bragg, A. (2005). Blogs@ anywhere: High fidelity online communication. Balance, Fidelity, Mobility: Maintaining the Momentum? [Conferencia]. ASCILITE, Brisbane, Australia. <https://bit.ly/3ggXtgl>
- Ferrés, I. P., & Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores Media Competence. Articulated Proposal of Dimensions and Indicators. *Comunicar*, 2012, Vol.XIX(38), 75-82. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-08>
- García-Ruiz, R., Ramírez-García, A. & Rodríguez-Rosell, M. (2014). Media literacy education for a new prosumer citizenship. [Educación en alfabetización mediática para una nueva ciudadanía prosumidora]. *Comunicar*, 43, 15-23. <https://doi.org/10.3916/C43-2014-01>
- García-Gil, S., Gómez-García, I. & Reguero-Sanz, S. (2018): “Espacios alternativos de libertad durante la Transición. Breve historia de las radios libres en España (1976-1983)”. *Revista Latina de Comunicación Social*, volumen 73, 1179 - 1210. Disponible en <https://bit.ly/3QUSpTA>
- García-García, M., Martín-Pena, D. (2020). Identidad de la Radio Universitaria en España. In D. Martín-Pena, T. Piñeiro, Eds., *Identidad y cultura. Creación de conocimiento* (p.p. 196-198). Egregius. <https://bit.ly/4bOt6La>
- García, R., & Renés, P. (2013). Educación mediática en la sociedad actual. *Edmetec*, 2(2), 3-7. <https://doi.org/10.21071/edmetec.v2i2.2875>
- Gómez-Nieto, B. (2018). El influencer: herramienta clave en el contexto digital de la publicidad engañosa. *Methadodos Revista de Ciencias Sociales*, 6 (1), 149-156. <https://doi.org/10.17502/m.rcs.v6i1.212>
- Gómez Rubio, Leire. (2020). Pedrero Esteban, L. M. y García-Lastra Núñez, J. M. (Eds.) (2019). La transformación digital de la radio. Diez claves para su comprensión profesional y académica. *Revista de Comunicación*, 19(1), 297-298. <https://dx.doi.org/10.26441/rc19.1-2020-r1>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, M.P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill.

- Islas-Carmona, J.O. El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad. Palabra Clave [en línea]. 2008, 11(1), 29-39 [fecha de Consulta 16 de Abril de 2024]. ISSN: 0122-8285. Disponible en: <https://bit.ly/3WLjA7j>
- Kaplún, M. (1998). Procesos educativos y canales de comunicación. *Comunicar*. 11, 158-165. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15801125>
- Mihailidis, P. (2014). Media literacy and the emerging citizen: Youth, engagement and participation in digital culture. Peter Lang. <https://doi.org/10.3726/978-1-4539-1293-5>
- Montenegro, A. (2005). Aprendizaje y desarrollo de competencias. Colección Aula Abierta. Editorial Magisterio, Bogotá. p.160.
- Pérez-Rodríguez, A., & Delgado-Ponce, A. (2012). From digital and audiovisual competence to media competence: Dimensions and indicators. [De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática: dimensiones e indicadores]. *Comunicar*, 39, 25-34. <https://doi.org/10.3916/C39-2012-02-02>
- Pereira, S., Fillol, J., y Moura, P. (2019). El aprendizaje de los jóvenes con medios digitales fuera de la escuela: De lo informal a lo formal. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (58), 41-50. <https://doi.org/10.3916/c58-2019-04>
- Perez-Escoda, A. y Garcia-Ruiz, R. (2019). Instagrammers y youtubers: Uso pedagógico para el desarrollo de la competencia digital. *Competencia Mediática y Digital del Acceso al Empoderamiento*, 243- 252. <https://bit.ly/3gk7BFk>
- Piscitelli, A., Adaime, I., & Binder, I. (2010). El proyecto Facebook y la posuniversidad. *Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*. Ariel. <https://bit.ly/38lkcVL>
- Radios universitarias en marcha: hacia la construcción de una contra agenda mediática / Mari Carmen Aparisi ... [et al.] ; compilado por Daniel Martín-Pena ; Agustín Vivas Moreno. - 1a ed. - Avellaneda : Undav Ediciones, 2018. Disponible en <https://bit.ly/3WQkteT>

- Rodas, B. I., & Celleri Aveiga, A. (2017). Influencia de la radio con un enfoque educocomunicativo para la formación ciudadana. *INNOVA Research Journal*, 2(8.1), 223–235. <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n8.1.2017.367>
- Sánchez, J.& Contreras-Pulido, P. 2012. «De Cara Al Prosumidor: Producción Y Consumo Empoderando a La ciudadanía 3.0». *Revista ICONO 14. Revista científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes* 10 (3):62-84. <https://doi.org/10.7195/ri14.v10i3.210>
- Sanjuán-Muñoz, V. (2020). *Redes sociales: evolución e influencia en la sociedad española*. [Trabajo de fin de grado en Comunicación Audiovisual. Universidad de Sevilla]. Facultad de Comunicación. <https://idus.us.es/handle/11441/105749>
- Sebastián Morillas, S. (2006). *La radio en la segunda república española: sociedad y publicidad*. En *República y republicanismo en la comunicación*. VIII Congreso de la Asociación de Historiadores de la Comunicación Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Soengas, X., Vivar, H., y Abuín, N. (2015). Nuevas estrategias de publicidad y marketing para una sociedad hiperconectada. *Telos: Revista de Pensamiento sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad*, (101), 115-124. <https://bit.ly/3ir3851>
- Vizcaíno-Verdú, A., Aguated, I. y De-Casas-Moreno, P. (2019). Youtubers e instagrammers: Una revisión sistemática cuantitativa. *Competencia Mediática y Digital del Acceso al Empoderamiento*, 211- 219. <https://bit.ly/2D3Uz0j>

Anexos

6.1 Diario descriptivo de observación de actividades

Día 22/04/2025

Este día comenzaron la realización de las prácticas en UniRadio. Este primer encuentro tuvo lugar en el Centro de Investigación de la Universidad de Huelva ubicado en La Rábida. Este primer día nos presentaron a los profesores que nos iban a acompañar cada día de la semana en este centro, María de los Ángeles, Elizabeth, Ignacio Agueda, Begoña y Walter Gadea respectivamente. Durante el encuentro nos explicaron las diferentes actividades que se iban a desarrollar en este período de prácticas, cabe la grabación y edición de eventos importantes como la clausura del Máster Universitario en Comunicación y Educación Audiovisual, los Jornadas Doctorales de Primavera y la presentación del modelo de las Naciones Unidas. Estaba muy emocionada por la realización de estos eventos para poner en práctica los conocimientos adquiridos en el Máster de Comunicación y Educación Audiovisual que realicé de noviembre a abril en la Universidad Internacional de Andalucía, en las instalaciones de La Rábida. También, durante esta etapa participamos en un Taller Con Marcelo, creador y productor del proyecto Bubuskiski, colaboramos en la organización y control de las revistas Comunicar. Posteriormente establecimos horarios para cada tarea y empecé a trabajar en mi propuesta de intervención, generar ideas y consultar dudas con los tutores asignados. El horario de prácticas es de 9:00 horas hasta las 14:00 horas. Fue un día largo pero emotivo, pues tenía de aprender y seguir creciendo profesionalmente.

Día 23/04/2024

En el día de hoy estuvimos en las instalaciones de Medialab situado en el pabellón seis de la Facultad de Educación, Psicología y Ciencias del Deporte. Nos recibió el profesor Marcelo que tenía preparados un Taller sobre el funcionamiento de la serie Bubuskiski. Este es un proyecto de alfabetización mediática dirigida a niños y adolescentes para crear una cultura sobre el uso responsable del Internet y las redes sociales.

El Medialab consta de dos salas. La primera tiene un pequeño recibidor a un extremo y del otro lado cuenta con una mesa de trabajo y dispositivos digitales de grabación, los micrófonos, audio y pantallas. La segunda sala es el espacio equipado con cámaras y luces donde se realizan las grabaciones de los programas. Durante este día estuvimos con

Marcelo quien nos explicó aspectos básicos para dar vida a las marionetas que serían los personajes de la serie, repasamos el guion y realizamos varios ensayos antes de comenzar a grabación.

Este fue un día de trabajo, nos explicaron en qué consistirá la serie, cuales serían los días de grabación, cómo nos íbamos a organizar en equipo para cumplir todas las tareas. Fue una experiencia que me hacía mucha ilusión y de mucho aprendizaje.

Día 24-25/04/2024

En estos dos días se realizaron las Jornadas Doctorales de Primavera en el Salón de Actos de la Facultad de Derecho, en el Campus de El Carmen de la Universidad de Huelva. Esta fue una oportunidad para conocer profesionales de diferentes ciudades de España y también de otras nacionalidades que participaron en esta edición. A lo largo del día se hicieron nuevas relaciones, compartimos conocimientos, experiencias, este fue un evento muy productivo.

Por otra parte, gracias al equipo de producción de UniRadio y Medialab estuvimos realizando entrevistas para hacer diferentes materiales audiovisuales que estará disponibles en la página web del Máster Universitario en Comunicación y Educación Audiovisual y otros medios correspondientes a la Universidad de Huelva.

Día 28/04/2025

Al comienzo de esta segunda semana de prácticas nos acompañó la profesora María de los Ángeles. En la primera etapa de la mañana estuvo orientada a la edición de los videos referentes a la clausura del Máster Universitario en Comunicación y Educación Audiovisual. Ese día instalamos los programas de edición y junto a mis compañeros nos repartimos la organización de los videos grabados y comenzamos a montar las primeras tomas, a editar, revisar y corregir los materiales.

En una segunda parte de la mañana la dedicamos a construir el primer capítulo del Trabajo Final, orientado al contexto institucional de las prácticas, consultado cualquier duda con los tutores que nos acompañó en este día.

Día 29/04/2025

En este día estuvo con nosotros la profesora Elizabeth Rojas. Al igual que el día de ayer dividimos en dos partes las sesiones de trabajo. En las primeras horas de la mañana la

dedicamos a continuar con la edición y montaje de los materiales audiovisuales correspondientes a la clausura del Máster. Posteriormente seguí avanzando en el primer capítulo de mi trabajo final. El tema de mi proyecto es sobre el impacto de las redes sociales en jóvenes universitarios, por tanto, empecé a consultar fuentes en primer lugar sobre la evolución y conceptos de las redes sociales y aspectos relacionados con sus características, funciones plataformas. Además de identificar cuáles son las más populares entre los jóvenes, cuáles son los riesgos y desafíos del entorno digital que actualmente enfrenta la sociedad actual y cómo podemos combatirlo. En este aspecto me centré en la investigación realizada por Joan Ferrés y Alejandro Piscitelli sobre el fortalecimiento de las competencias mediáticas, sus dimensiones e indicadores.

Día 30/04/2025

En este día nos acompañó el profesor Walter Gadea quien nos explicó algunas dudas con respecto a la estructura del trabajo final. También nos dio algunos consejos de gran ayuda sobre la exposición final que tendrá lugar en junio. Al haber finalizado el montaje del video de la clausura del Máster, este fue un día de intenso trabajo pues seguimos avanzado en la elaboración del contexto institucional de las prácticas. Debido a que mi propuesta consiste en realizar un programa de podcast en UniRadio, busqué información sobre la evolución de la radio y los cambios importantes que ha tenido con la llegada de Internet y el auge de las redes sociales. Por tanto, estuve consultando diferentes fuentes para el origen de la radio en España y el surgimiento de las radios universitarias.

Para finalizar la mañana me centré en la estructura del guion del podcast, las preguntas que quiero hacer, quienes serán los entrevistados, entre otros aspectos.

Día 5/5/2025

Comienza la tercera semana de prácticas en el Centro de Investigación de la Universidad de Huelva, este día nos acompañó la profesora María de los Ángeles. En esta mañana continúe perfeccionando la estructura del guion, las preguntas, el enfoque que debe tener con el fin de que sea una propuesta de aprendizaje eficiente y dinámica para captar la atención de los oyentes, principalmente los jóvenes universitarios. El resto de la mañana realicé búsquedas de información sobre las radios universitarias, su evolución hacia las plataformas digitales, así como el impacto los contenidos que más consumen y están en tendencia en el público juvenil.

Día 6/5/2025

En este día comenzamos la edición y montaje de los videos sobre el modelo del funcionamiento de las Naciones Unidas que realiza la Universidad de Huelva. En este evento, estudiantes de diferentes carreras universitarios representan a distintos países sobre temas de debate global. Participar en esta actividad fue constituyó una experiencia práctica sobre las negociaciones, la diplomacia internacional y lo toma de decisiones.

En la segunda parte de la mañana, en compañía de Elizabeth Rojas la profesora que nos supervisó en este día comencé a construir el capítulo dos. Con todas las ideas generadas y la información recolectada empecé a escribir en mi ordenador para desarrollar mi propuesta educomunicativa de forma original y creativa.

Día 7/5/2025

En el día de hoy estuvo con nosotros el profesor y tutor de prácticas Ignacio Aguaded. Esta mañana estuvimos revisando y perfeccionando la estructura, organización y argumentos que ya teníamos desarrollado en nuestro proyecto de tesis. Con la supervisión y consejos del profesor Aguaded hicimos una revisión de nuestra tesis cuidando minuciosamente cada detalle.

Día 8/5/2025

En este día nos dividimos junto a mis compañeros de Máster que realizan prácticas en la UniRadio para continuar con la edición y montaje de las grabaciones sobre la simulación del modelo de la ONU realizado por los estudiantes de la Universidad de Huelva

Hoy nos acompañó la profesora Begoña que también ha trabajado en la realización de los programas en UniRadio. Por tanto, estuvimos resolviendo dudas y perfeccionando nuestras propuestas del podcast que desarrollaremos.

Día 9/5/2025

El último día de la semana estuvo con nosotras el profesor Walter Gadea. Con su guía estuvimos revisando aspectos teóricos y estructura del trabajo, dudas con las referencias bibliográficas. La segunda parte de la mañana la destinamos a finalizar el montaje de los videos del modelo de la ONU, revisando cuidadosamente los detalles, la edición, el audio.

Día 12/5/2025

Finalizando el periódico de prácticas dedicamos este día a colaborar en la organización y control de las ediciones de la Revista Comunicar que se encontraban en el Centro de Investigación de la Universidad de Huelva. Fue un día de intenso trabajo. Estuvieron con nosotras los profesores Ignacio Aguaded, María de los Ángeles y Elena.

Día 13/5/2025

El último día de prácticas fue bastante emotivo. Este día nos tocó despedirnos del lugar que nos acogió estas últimas semanas, de los profesores que estuvieron con nosotros día a día ayudándonos en la elaboración de nuestro proyecto de tesis, y de mis compañeras que han estado conmigo a lo largo del curso académico.

En esta mañana nos ayudamos entre todas en la supervisión de nuestra tesis, observando que aspectos podíamos mejorar, si había que arreglar algún detalle, que podíamos aportar entre todas para culminar propuesta educomunicativa con éxito.

PROPUESTA EDUCOMUNICATIVA

Redes que Inspiran



UNIVERSIDAD DE HUELVA | UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA

Máster Universitario en Comunicación y Educación Audiovisual

2024-2025



Universidad
de Huelva

un
i Universidad
Internacional
de Andalucía

A