

Tendencias y urgencias en la comunicación actual: un enfoque educomunicativo

Néstor Estévez

RESUMEN

En este ensayo se analizan los principales desafíos que enfrenta la comunicación en la era digital y se destaca la necesidad de una respuesta educativa integral sustentada en la educomunicación, como vía para fortalecer el pensamiento crítico y la ciudadanía responsable. Se caracteriza cómo la sociedad de la información y la infoxicación afectan la formación ciudadana; se revisan las tendencias de investigación, como la inteligencia artificial y la desinformación, y se proponen estrategias educativas basadas en el diálogo y la participación. Se concluye que la educomunicación, al integrar comunicación, educación y tecnología desde un enfoque crítico, es clave para construir una ciudadanía consciente en contextos mediáticos complejos.

Palabras claves

Educomunicación, pensamiento crítico, sociedad de la información, identidad digital, infoxicación, desinformación, inteligencia artificial, ciudadanía digital, comunicación para el cambio social y alfabetización mediática.

ABSTRACT

This essay analyzes the major challenges faced by communication in the digital age and highlights the need for a comprehensive educational response grounded in educommunication as a pathway to strengthening critical thinking and responsible citizenship. It examines how the information society and information overload affect civic education; reviews current research trends, such as artificial intelligence and disinformation; and proposes educational strategies based on dialogue

and participation. The essay concludes that educommunication by integrating communication, education, and technology from a critical perspective is essential for building conscious citizenship in complex media environments.

Keywords

Educommunication, critical thinking, information society, digital identity, information overload, disinformation, artificial intelligence, digital citizenship, communication for social change, media literacy.

INTRODUCCIÓN

La comunicación humana ha experimentado una transformación radical en la era digital. La constante presencia de los medios, la convergencia tecnológica y el auge de los entornos virtuales han dado lugar a nuevas tendencias y desafíos que exigen una reflexión profunda. Este ensayo analiza las tendencias y urgencias de la comunicación actual, al tiempo que enfatiza la importancia de una educomunicación crítica y transformadora para abordar los retos contemporáneos.

El objetivo central es comprender cómo la creciente complejidad del ecosistema comunicativo afecta la formación ciudadana, y cómo la educomunicación puede fomentar una ciudadanía responsable e inteligente en un mundo cada vez más mediado. El propósito general es ofrecer directrices para enriquecer la participación de los individuos en la sociedad, y de forma específica, orientar la mejora del análisis de la gestión de la comunicación en el Consejo para el Desarrollo Estratégico de Santiago. El ensayo se organiza en tres partes: la primera establece el contexto actual de la comunicación; la segunda explora tendencias de investigación en el campo; y la

tercera se enfoca en las urgencias educativas y las propuestas de la educomunicación como estrategia para desarrollar el pensamiento crítico.

LA COMUNICACIÓN EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

En la actual era de la información, varios autores coinciden en la manera de comprender e interactuar con la comunicación contemporánea y sus implicaciones. Aguaded (2007) resalta la “sociedad de la información” como un fenómeno crucial, donde los medios se han vuelto nuestro principal referente y la virtualidad compite con la realidad en la formación de identidades. Más recientemente, Xu, Weninger y Chen (2024), en su revisión sistemática, subrayan cómo las “microcelebridades” construyen identidades digitales meticulosamente diseñadas para interactuar con audiencias específicas. En esta etapa, las redes sociales han transformado profundamente los procesos de construcción identitaria, especialmente en contextos de diversidad cultural y de coexistencia de múltiples referentes simbólicos.

Como exponen Montero Gómez, Mora Fernández y Moscoso Carrillo (2020), la identidad virtual no es solo un reflejo de la identidad física, sino además una construcción compleja que surge en la intersección entre la realidad y la ficción, influenciada por los discursos culturales, las normas de grupo y la representación mediada del yo. En esos espacios digitales, los usuarios proyectan versiones idealizadas de sí mismos al emplear símbolos visuales, lingüísticos y afectivos que afirman o cuestionan su pertenencia a comunidades específicas.

Esa dinámica, facilitada por diversas plataformas, permite la formación de comunidades virtuales que comparten valores, afectos e intereses comunes, a menudo articulados mediante códigos éticos implícitos y explícitos. Esas comunidades pueden fortalecer tanto procesos de inclusión como de exclusión, y establecer jerarquías simbólicas y prácticas de validación identitaria. De ese modo, el diálogo intercultural y la comunicación ética se vuelven esenciales para el reconocimiento mutuo en entornos caracterizados por la multiplicidad de voces y perspectivas.

En ese ámbito, resulta útil abordar la paradoja entre la relevancia social de la información y su escasa presencia en los sistemas educativos. El modelo de “brecha investigación-práctica” propuesto por Hartmann y Kunter (2024) contribuye a entender la educación como un sistema que no necesariamente responde a la urgencia social de ciertas informaciones, sino que opera según criterios burocráticos, políticos o institucionales. Esa ausencia se justifica con tres factores: el alto consumo mediático (Fumagalli *et. al.*, 2023); la manipulación y la baja calidad de muchos contenidos (Hoquet *et. al.*, 2025), y la influencia ideológica de los medios como “empresas de concienciación” (Aguaded, 2007).

En el contexto de la cultura digital contemporánea, la infoxicación se ha convertido en uno de los principales problemas asociados al consumo informativo. El *Digital News Report 2025* del Instituto Reuters revela que ese fenómeno afecta a la ciudadanía de manera generalizada. Según el informe, más del 40 % de los encuestados en países como España, Brasil y México, evita activamente las noticias debido a la fatiga informativa y la percepción de saturación mediática. Ese comportamiento no solo se relaciona con la abundancia de contenidos, sino además con su redundancia, polarización y formato emocionalmente cargado; lo que deteriora la relación del público con la información y obstaculiza su participación crítica en los asuntos públicos. Así, la infoxicación se configura como un obstáculo para la deliberación democrática y el ejercicio pleno de la ciudadanía informada. Eso evidencia la urgencia para la sociedad actual de una educación en medios que permita a los ciudadanos navegar críticamente en ese complejo ecosistema comunicativo.

TENDENCIAS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

Las tendencias de investigación en comunicación muestran especial énfasis en la intersección entre la comunicación y la tecnología. Así lo avala Álvarez (2025) cuando refiere “Inteligencia Artificial y Comunicación” como una de las tendencias principales para 2025. Un aporte crítico en ese ámbito

lo representa la triple relación entre campo, teoría e investigación de la comunicación (Vidales, 2025), al destacar la necesidad de resolver las conexiones entre esos tres elementos. Ahí adquieren relevancia las tradiciones de investigación en comunicación, como la retórica, la semiótica, la fenomenología, la cibernética, la sociopsicológica, la sociocultural y la crítica; las que muestran una diversidad de enfoques para comprender la comunicación.

Otra tendencia preponderante está vinculada con el actual ecosistema comunicacional, la saturación de contenidos y la circulación de noticias falsas, lo que ha generado una crisis de confianza que trasciende lo mediático y afecta procesos educativos, democráticos y sociales. Díaz Ruiz (2025) propone un enfoque innovador al estudiar la desinformación desde una perspectiva de economía de mercado, al evidenciar cómo las plataformas digitales priorizan el contenido viral –emocionalmente cargado y de baja veracidad– por encima de aquel que posee valor informativo. Esta lógica de monetización refuerza la infoxicación y dificulta el desarrollo de competencias críticas, especialmente en públicos jóvenes o con escasa formación mediática. Ante ese panorama, se hace urgente implementar estrategias educacionales que capaciten a las personas para identificar patrones de manipulación, comprender las dinámicas algorítmicas y ejercer una ciudadanía informada.

Una advertencia para considerar es la posible pérdida de orientación normativa en la investigación empírica (Donsbach, 2006; citado por Vidales, 2025), la cual puede llevar a investigaciones arbitrarias e irrelevantes. Finalmente, resulta destacable la necesidad de repensar el papel de la teoría en la investigación, la enseñanza y la investigación de la comunicación, para considerar contextos nacionales y locales (Vidales, 2025). De ahí que se precise asumir la investigación en comunicación de manera interdisciplinaria, crítica y contextualizada, para abordar los desafíos de la era digital.

URGENCIAS EDUCACIONALES

Vistos los desafíos de la era digital, resulta pertinente abordar las urgencias educativas en el ámbito de

la comunicación, y es ahí donde encuentra oportunidad la educacionalización como estrategia para el desarrollo del pensamiento crítico. Desde el siglo pasado, Freire (1973) critica el modelo “bancario” de educación y propone un modelo dialógico y participativo. Así es como se analiza la importancia de la reciprocidad en la comunicación (Freire, 1973), donde todos los participantes son sujetos activos. Ante tantos mensajes que circulan a velocidad vertiginosa, se vuelve crucial y urgente contar con herramientas que permitan discernir entre verdad y falsedad, identificar sesgos y manipulación, de cara a construir opiniones propias basadas en evidencias. La educacionalización, a través de su enfoque crítico-activo, propicia esas habilidades, al tiempo que fomenta el pensamiento crítico, analítico y reflexivo.

Por ello resulta oportuno el enfoque educacionalizante propuesto por Matamoros Dávalos *et al.* (2025), sobre la creación de narrativas transmedia –que combinan texto, imagen, audio y video en entornos colaborativos– para favorecer procesos cognitivos de orden superior, como el análisis, la síntesis y la evaluación. Esa perspectiva se alinea con el paradigma de aprender haciendo y reflexionando críticamente sobre los medios y sus discursos, y las posibilidades de que conglomerados humanos operen en correspondencia con sus propósitos y prioridades.

Existen diversas perspectivas sobre la interrelación entre comunicación y educación, entre las que destaca la necesidad de superar los modelos funcionalistas y adoptar un enfoque participativo y multidireccional. Por ello la necesidad de redefinir paradigmas en la educacionalización (Aparici, 2011; Coslado, 2012), que superen la falta de originalidad y la simple traslación de modelos analógicos a entornos digitales. Ahí es resaltable la importancia de la educacionalización para la formación ciudadana (Cevallos, 2023), con ejemplos de investigaciones sobre la comprensión de la gestión sostenible del agua y los ODS en estudiantes ecuatorianos. De su lado, Molale y Fourie (2023), de una perspectiva crítica de la comunicación para el cambio social, presentan un marco estructurado de participación que revaloriza el diálogo como práctica democratizadora; inspirados en Freire

y Habermas, proponen una metodología que articula comunicación horizontal, aprendizaje colectivo y toma de decisiones compartidas.

Finalmente, Otto y Fourie (2022) sostienen que la participación no debe verse como un componente accesorio, sino como la esencia misma de la comunicación para el cambio social. Inspirados en la teoría de la acción comunicativa de Habermas, los autores sostienen que el diálogo genuino basado en la igualdad y la reciprocidad es condición necesaria para la transformación estructural en contextos de desarrollo. La conclusión es que la educomunicación, con su enfoque crítico, participativo y transformador, es una herramienta esencial para formar ciudadanos responsables e inteligentes en la era digital.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Las tendencias y urgencias en la comunicación actual demandan una respuesta educativa integral. La sociedad de la información, con su complejidad y sus desafíos, requiere una ciudadanía crítica y capaz de navegar en el océano de información. La educomunicación, con su enfoque dialógico, participativo y transformador, se presenta como una estrategia fundamental para desarrollar las competencias necesarias para una participación ciudadana responsable e inteligente. Es crucial superar las visiones reduccionistas y tecnológicas de la educación en medios, y adoptar un enfoque holístico que considere la interrelación entre comunicación, educación, tecnología y contexto sociocultural.

Según indican Hartmann y Kunter (2024), una de las vías más efectivas para superar la brecha entre la relevancia social de la información y su limitada presencia en los sistemas educativos es la creación de comunidades de práctica entre investigadores y docentes, lo que permitiría adaptar el conocimiento a contextos reales del aula. La investigación en comunicación debe ser interdisciplinaria, crítica y contextualizada, mientras que la educación debe fomentar la creatividad, el pensamiento crítico y la participación de los estudiantes en la construcción del conocimiento.

A la luz de los procesos descritos por Montero Gómez, Mora Fernández y Moscoso Carrillo (2020), se recomienda fomentar espacios de formación crítica sobre identidad digital en contextos educativos y comunitarios, que permitan a los usuarios reconocer cómo sus interacciones en línea están moldeadas por símbolos culturales, normas grupales y dinámicas de representación colectiva. La configuración de identidades virtuales no ocurre en el vacío, sino que está atravesada por discursos sociales, expectativas culturales y estructuras de poder simbólico que operan en las plataformas digitales. Por tanto, se sugiere implementar talleres de alfabetización mediática y ética digital que aborden tanto la producción como el consumo de contenidos en redes sociales, que promuevan una reflexión sobre las responsabilidades individuales y colectivas en la construcción de la identidad. Esas acciones contribuirían a una ciudadanía digital más consciente, empática y comprometida con los valores democráticos y con la pluralidad intercultural que caracteriza los espacios comunicativos contemporáneos.

Para entornos de educación informal, de acuerdo con Hoquet et al. (2025), incluir ejercicios prácticos de detección de imágenes manipuladas en programas de alfabetización mediática puede mejorar significativamente la capacidad crítica de los usuarios. Por tanto, se recomienda que las instituciones educativas y medios de comunicación promuevan talleres y campañas que desarrollen esas habilidades.

A la luz de los planteamientos de Díaz Ruiz (2025), se recomienda repensar las estrategias comunicacionales desde una lógica que priorice la formación crítica y el reconocimiento del entorno mediático como un ecosistema dinámico e interconectado. Es recomendable desarrollar políticas educativas y comunicativas que enfrenten la desinformación no solo desde la verificación de datos, sino además mediante la comprensión de las lógicas de mercado y monetización que favorecen la circulación de contenidos falsos o irrelevantes. Como advierte Díaz Ruiz (2025), el modelo económico de las plataformas digitales premia lo viral por encima de lo veraz, lo que demanda la alfabetización mediática como una herramienta ciudadana urgente.

En el caso de los esfuerzos orientados a generar desarrollo territorial sostenible y sustentable, como el trabajo de tesis doctoral sobre la gestión de la comunicación por parte del Consejo para el Desarrollo Estratégico de Santiago, se recomienda implementar metodologías participativas que garanticen la presencia real de los actores involucrados en todas las fases del proceso. En algunos casos de aplicación amplia y en otros que tienen ciertas especificidades, he aquí algunas pistas orientadas a formar ciudadanos capaces de construir un mundo mejor a través de una comunicación responsable y transformadora.

REFERENCIAS

- Aguaded, J. I. (2007). La edu-comunicación: una necesidad sentida, una apuesta urgente. *Linhas Críticas*, 13(24), 5-19.
- Álvarez, A. (2025). [Apuntes de clase sobre tendencias en investigación en comunicación] Doctorado en Comunicación. Universidad APEC.
- Aparici, R. (2011). *Educomunicación: más allá del 2.0*. Editorial Gedisa.
- Cevallos, J. T. (2023). Educomunicación y educación para la ciudadanía, *Comhumanitas*, 14(2), 3-18. <https://doi.org/10.31207/rch.v14i2.410>
- Coslado, Á. B. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de Educación*, 10(14), 157-175.
- Díaz Ruiz, C. A. (2025). *Market-Oriented Disinformation Research: Digital Advertising, Disinformation and Fake News on Social Media*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003476284>
- Freire, P. (1973). *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI.
- Fumagalli, E.; Shrum, L. J. y Lowrey, T. M. (2023). The Effects of Social Media Consumption on Adolescent Psychological Well-Being. *Journal Of The Association For Consumer Research*, 9(2), 119-130. <https://doi.org/10.1086/728739>
- Hartmann, M. y Kunter, M. (2024). *Bridging the research-practice gap in education*. OECD Education Working Papers, No. 14. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9c6631c5-en>
- Hoquet, A.; Facciani, M. J. y Weninger, T. (2025). Feedback and education improve human detection of image manipulation on social media. *Misinformation Review*. <https://doi.org/10.1037/mis0000049>
- Matamoros Dávalos, Á.; Avilés Pazmiño, M. I. y Urgilés Pineda, M. W. (2025). Educomunicación y la narrativa transmedia en el desarrollo del pensamiento crítico digital. *Scripta Mundi*, 4(1), 56-79. <https://doi.org/10.47212/sm.vi1.186>
- Molale, T. y Fourie, L. (2023). A six-step framework for participatory communication and institutionalised participation in South Africa's municipal IDP processes. *Development in Practice*, 33(6), 675-686. <https://doi.org/10.1080/09614524.2023.2174078>
- Montero Gómez, A.; Mora Fernández, J. y Moscoso Carrillo, H. (2020). Comunicación y ética en la cultura digital: las identidades virtuales en las redes sociales e internet. *Comunicación, ética y cultura digital* (pp. 9-44). Universidad Nacional de Chimborazo. <https://www.researchgate.net/publication/349396248>
- Otto, H. y Fourie, L. (2022). Theorising participation as communicative action for development and social change. *Communicare Journal For Communication Studies In Africa*, 35(1), 21-39. <https://doi.org/10.36615/jcsa.v35i1.1600>
- Reuters Institute (2025). *Digital News Report 2025: Fatiga informativa y desinformación en Europa*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025>
- Vidales, C. (2025). [Apuntes de clase sobre: ¿qué investigamos cuando investigamos la comunicación?]. Doctorado en Comunicación. Universidad APEC.
- Xu, H.; Weninger, C. y Chen, D.-T. V. (2024). *Microcelebrities' identity construction on social media: A systematic review and synthesis* (Preprint). ResearchGate. <https://www.researchgate.net/publication/378489299>