



El desarrollo mediático implica la aportación de los medios de comunicación, tradicionales y digitales, al desarrollo personal y humano de las audiencias o de los usuarios. A partir de criterios o indicadores establecidos por la UNESCO se puede evaluar el desempeño de los medios para abonar a construir sociedades justas, equitativas y democráticas; por ejemplo, qué tanto los medios de comunicación son plataformas para la conversación entre los diferentes sectores sociales, si hacen uso de todas las posibilidades tecnológicas o qué tanto las personas aprovechan los medios digitales en su vida diaria. El desarrollo mediático ha sido objeto de estudio por la academia de la UAA desde diversos enfoques. La investigación “Análisis de las desigualdades en las prácticas mediáticas de mujeres” de la doctora Rebeca Padilla de la Torre, profesora e investigadora del Departamento de Comunicación del Centro de Ciencias Sociales y Humanidades, aporta con la historia de vida de 27 mujeres, sus procesos de reflexividad y la creatividad con la que usan las tecnologías para cumplir sus proyectos de vida en el ámbito de los emprendimientos, la educación familiar y el bienestar personal. Los resultados muestran que las mujeres son muy creativas al momento de utilizar las tecnologías de comunicación y están usando las plataformas digitales para concretar sus proyectos de vida. Por ejemplo, mujeres en el ámbito rural y zonas marginadas han adaptado el esquema de abonos para sus negocios además de aprovechar otras plataformas de comercio electrónico de bajo costo; otras historias muestran el aprendizaje del trabajo en línea a partir de la pandemia y los negocios virtuales que se han generado; así como las redes de acompañamiento que han creado mujeres adultas mayores que se encuentran solas, utilizando la telefonía móvil. “Lo que hicimos fue detonar las narrativas de sus historias de vida, para recuperar esa reflexividad en las mujeres y lo que la investigación encuentra es que la reflexividad en las mujeres es intensísima. Esas reflexividades son muy interesantes y se deben de compartir con otras mujeres, porque son experiencias de vida que hablan de cómo se confrontan con las estructuras y todos los obstáculos que les impidieron desarrollar su potencial o sus intereses o proyectos de vida; pero a la vez son historias hermosísimas de resiliencia y como a pesar de todo, lograron sus metas”. Sobre el impacto de la investigación, la doctora Rebeca Padilla de la Torre, quien forma parte del Consejo Ciudadano de Tecnologías de la Información y Comunicación de SIPINNA, mencionó que este trabajo culminado en diciembre de 2023, contribuye a mejorar programas y propuestas de alfabetización mediática informacional para enseñar y ofrecer cursos tomando en cuenta las necesidades de las mujeres. De esta forma, agregó que se estuvo trabajando con el Gobierno del Estado de Aguascalientes para apoyar con la generación de conocimiento para políticas públicas. Por otra parte, en el ámbito universitario, los alumnos de las carreras de comunicación de la UAA han desarrollado cursos de alfabetización mediática con mujeres de la tercera edad, niños, niñas y adolescentes de comunidades como Carboneras, en el municipio de Tepezalá. Uno de ellos, es el Taller de comunicación para el desarrollo y el cambio social. Para esta investigación se tomaron en cuenta estadísticas que señalan que el consumo y manejo de medios de comunicación y medios digitales es un poco más alto en las mujeres así como el contexto de inequidades que tienen las mujeres en su vida; por lo que el interés

fue conocer cómo se traducen esas desigualdades en el escenario mediático. Además, se implementó una metodología cualitativa, es decir, se entrevistaron 27 perfiles de mujeres seleccionadas por edad; estrato socioeconómico, tanto mujeres en situaciones de marginalidad y exclusión extrema como mujeres privilegiadas; por ocupación y nivel de habilitación; así como mujeres periodistas y activistas. La investigación logró recuperar la historia de vida y toda su biografía mediática, es decir, conocer con qué medios se relacionaban las mujeres desde su infancia y de qué manera les contribuyeron. La académica universitaria comentó que era fundamental aplicar metodologías desarrolladas por mujeres, de tal forma que se implementó la teoría de la reflexividad de la socióloga inglesa Margaret Archer, que define que todas las personas siempre están pensando consigo mismo. “Siempre estamos pensando: por qué esto, si hago esto y si hago esto otro... entonces, es una fuerza muy poderosa que en las Ciencias Sociales no la investigamos. Indagamos qué se hace pero no toda esa actividad mental que hay atrás de las acciones y gran parte de esa actividad mental tiene que ver con nuestras luchas con el sistema”, explicó la doctora Rebeca Padilla de la Torre. [gallery link="none" columns="1" size="large" ids="56263"] **Estudiantes de la UAA desarrollan cursos de Alfabetización Mediática e Informacional** De la mano de la academia, los estudiantes de la licenciatura de Comunicación e Información realizan diagnósticos en las comunidades y posteriormente desarrollar los talleres, pues a pesar de ser comunidades marginadas, sí cuentan con acceso a telefonía celular pero tienen poco conocimiento del uso de los dispositivos y la tecnología a su alcance. Por ejemplo, con grupos de adolescentes lo que hacen es exponerlos a contenidos desfavorecedores como la pornografía, y luego refuerzan con cursos sobre educación sexual y otros contenidos, pero también se les enseña el ABC del video y del cine comunitario para que puedan crear sus propios contenidos. En los cursos dirigidos a las mujeres adultas mayores, los jóvenes universitarios enseñan a usar el celular, desde ingresar teléfonos de ayuda para darles más seguridad, a usar las aplicaciones de audio y video con sus contactos, organizar fotografías, hasta usar sus dispositivos para aprender manualidades y acompañarse de otras personas. La doctora Rebeca Padilla resaltó que el concepto de alfabetización mediática informacional es muy amplio, y debería ser una materia que se imparta desde el nivel preescolar debido a que ser y estar como audiencia o usuarios de los medios es una condición per sé de nuestra época, por lo que todos debemos tener un continuo aprendizaje. “La alfabetización mediática e información demanda dar mejores contenidos, ofrecer un amplio panorama de plataformas que respondan a sus necesidades, tener mayor claridad sobre la infodemia y las noticias falsas, ser más responsables sobre el manejo de las redes sociales y digitales; además de eliminar los discursos de odio”. En este sentido, la doctora Rebeca Padilla de la Torre, quien recientemente fue elegida como miembro de la International Association for Media and Communication Research (IAMCR), dijo que la investigación tuvo como objetivo trabajar a fondo con las mujeres y sistematizar lo que las mujeres requieren:

- Las niñas necesitan contenidos de autoestima y de género, aquellos en los que no se impongan

estereotipos discriminatorios o cánones de belleza inalcanzables.

- Las jóvenes deben aprender a usar los medios para estar seguras ante el riesgo del acoso en el espacio público y en el espacio digital, y adquirir herramientas de seguridad digital.
- En el caso de las mujeres adultas, requieren mucho de la tecnología como apoyo financiero y enfrentar las necesidades económicas; lo digital debe apoyar a la economía familiar.
- Mientras que en las adultas mayores la tecnología adquiere otros sentidos, pues hay tantas plataformas de lectura, de manualidades, para apoyar su salud y sobre todo, generar redes para que no estén solas, porque es una etapa caracterizada por la soledad y la enfermedad, y en estos casos las tecnologías pueden apoyar mucho.

[gallery columns="1" size="large" link="none" ids="56264"]