Mhjournal
MIGUEL HERNÁNDEZ COMMUNICATION JOURNAL
ISSN: 1989-8681

Pensamiento crítico en un contexto digital: audiencias, narrativas gráficas y memoria cultural

Critical thinking in a digital context: audiences, graphic narratives and cultural memory

Montserrat Jurado Martín | mjurado@umh.es | https://orcid.org/0000-0002-0918-2328
Universidad Miguel Hernández de Elche (España)

Cómo citar este artículo: Jurado-Martin M. (2025): Pensamiento crítico en un contexto digital: audiencias, narrativas gráficas y memoria cultural, en *Miguel Hernández Communication Journal*, Vol. 16 (2), pp. 7 a11. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). DOI: 10.21134/5rg69g34

How to cite this text: Jurado-Martin M. (2025): Critical thinking in a digital context: audiences, graphic narratives and cultural memory, en *Miguel Hernández Communication Journal*, Vol. 16 (2), pp. 7 a 11. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). DOI: 10.21134/5rg69g34

Resumen
La revista Miguel Hernández Communication Journal (MHJournal) presenta su número 16 apostando por el conocimiento frente al mecanicismo artificial. En sus manos tienen un total de 27 textos, tres monográficos, una sección de Miscelánea con tres textos, una reseña, dos prólogos y esta reflexión a modo de editorial. Los científicos de todos los ámbitos apelamos cada día con los resultados de nuestras investigaciones a la necesidad de un método de trabajo fiel a criterios éticos y responsables. Sin embargo, el entorno social nos supera y nos eclipsa. MHJournal quiere aportar su granito de arena para dar luz a los trabajos de investigación que ponen de relieve temas necesarios y claves para el estudio de audiencias y consumos en el contexto digital, la narrativa gráfica en el periodismo cómic y el expresionismo alemán cinematográfico. Abarcamos así la esfera del periodismo, de la comunicación —gráfica, en este caso— y del cine.

Palabras clave
"Periodismo cómic"; "comunicación gráfica"; "cine"; "Weimar"; "inteligencia artificial"; "pensamiento crítico"; "alfabetización mediática"

Abstract
Miguel Hernández Communication Journal (MHJournal) presents its 16th issue, focusing on knowledge versus artificial mechanism. In your hands you have a total of 27 texts, three monographs, a Miscellaneous section with three texts, a review, two prologues and this reflection in the form of an editorial. Scientists from all fields appeal every day, with the results of our research, to the need for a working method that is faithful to ethical and responsible criteria. However, in the social environment, we are overwhelmed and overshadowed. MHJournal wants to do its bit to shed light on research work that highlights necessary and key issues for the study of audiences and consumption in the digital context, graphic narrative in comic journalism and German cinematic expressionism. We thus cover the spheres of journalism, communication —graphic, in this case— and cinema.

Keywords
"Comic journalism"; "graphic communication"; "cinema"; "Weimar"; "artificial intelligence"; "critical thinking"; "media literacy"

La revista Miguel Hernández Communication Journal (MHJournal) presenta su número 16 apostando por el conocimiento frente al mecanicismo artificial. A partir de este punto que lo resume todo, desgranamos el contenido recogido en las siguientes páginas. En sus manos tienen un total de 27 textos, tres monográficos, una sección de Miscelánea con tres textos, una reseña, dos prólogos y esta reflexión a modo de editorial.

Los científicos de todos los ámbitos apelamos cada día con los resultados de nuestras investigaciones a la necesidad de un método de trabajo fiel a criterios éticos y responsables. Sin embargo, el entorno nos supera y nos eclipsa. El uso de la inteligencia artificial lo invade todo: no se entiende el trabajo de algunos sectores profesionales sin ella, y nadie duda de su valor. Lo que se nos olvida quizás es que no está para sustituir nuestro trabajo, sino para mejorarlo, es decir, usarlo para nuestro enriquecimiento y crecimiento, no para dejar de hacerlo nosotros.

Pero este mensaje llega al mundo con nuestra voz. Las voces de los periodistas, de los comunicadores, de los fotógrafos gráficos, de los creadores audiovisuales, de los periodistas. Si existen sectores sociales que bajo el argumento de que pueden hacerlo ellos mismos no necesitan a los comunicadores como mediadores, ¿dónde está el profesional? Por muchos tutoriales que veamos para arreglar el motor de un coche, cambiar el sistema de la cisterna del váter, verificar el buen funcionamiento de las turbinas de un avión o de una presa, preferimos al experto que hay detrás de la máquina. Es la persona que nos da la confianza de un buen trabajo.

¿Haremos caso a la IA cuando nos dice que ante un dolor agudo acudamos a un médico o nos quedaremos con el tutorial para auto medicarnos… o autointervenirnos quirúrgicamente? ¿Cómo es posible que haya voces que con los megáfonos más potentes osen desprestigiar la profesión hasta el punto de que la describan como innecesaria? Y todavía más grave, ¿cómo puede haber personas que se lo crean? La respuesta es fácil: no piensan. Vienen a hacer lo que hace la IA: hacen eco de las voces que exponen sus ideas en voz alta y las repiten incansablemente, pero no reflexionan acerca de su significado. Asumen los axiomas que les rodean sin valorarlos, porque supone un esfuerzo extra y es más fácil seguir a otros que marcar la senda.

El pensamiento crítico es hoy más necesario que nunca, alcanzable en nuestra sociedad mediante la alfabetización mediática. En un mundo donde la información circula a un ritmo vertiginoso y las noticias falsas se propagan con facilidad, la alfabetización mediática se ha convertido en una competencia esencial para la ciudadanía del siglo XXI. El desarrollo del pensamiento crítico resulta clave, ya que capacita para cuestionar las narrativas dominantes, detectar sesgos informativos y diferenciar la información rigurosa de aquella que busca manipular la opinión pública (Gutiérrez & Torrego, 2018, p. 22).

En este contexto, la desinformación no solo influye en el consumo de noticias, sino que también afecta a la toma de decisiones en ámbitos como la política, la salud y la vida cotidiana (Naranjo, 2022). La desinformación ha ido en aumento poniendo en riesgo la credibilidad informativa (Moral, 2020). La sensibilización ante ella debe partir de la comprensión profunda de los mecanismos de producción de los medios (Oliver, 2023).

Las noticias falsas y su fácil difusión son una problemática que se debe afrontar en la era digital, ya que puede influir en la toma de decisiones a todos los niveles (Orbegozo *et al.*, 2020). Se genera y se crea un mayor contenido que cada vez llega a nuevas audiencias en un entorno online debido a la fácil transmisión de informaciones, pero con el riesgo de la dudosa veracidad de estos contenidos (Ochoa y Barragán, 2022). En el panorama

informativo, la desinformación se ha consolidado como una de las amenazas más significativas para la construcción de una ciudadanía crítica. Las noticias falsas se propagan con una rapidez sin precedentes, que afecta a la percepción de la realidad y a la toma de decisiones individuales y colectivas (Sádaba y Salaverría, 2022).

Existe una necesidad de desarrollar la alfabetización mediática orientada hacia los desafíos que afectan a la sociedad para formar ciudadanos responsables digitalmente y preparados para combatir bulos. La educación desempeña un papel determinante en la formación del pensamiento crítico, una competencia esencial para que los ciudadanos sean capaces de evaluar la información y resistir la manipulación mediática.

MHJournal quiere aportar su granito de arena para dar luz a los trabajos de investigación que ponen de relieve temas necesarios y claves para el estudio de audiencias y consumos en el contexto digital, la narrativa gráfica en el periodismo cómic y el expresionismo alemán cinematográfico. Abarcamos así la esfera del periodismo, de la comunicación —gráfica, en este caso— y del cine. Estos tres monográficos comparten una inquietud común: comprender la evolución de las formas de narrar y consumir contenidos. Las cuestiones planteadas invitan a la reflexión, ya que, más que nunca, necesitamos de esta reflexión, de este pensamiento crítico.

El primer monográfico, *Audiencias y nuevos consumos de contenidos periodísticos en la era digital,* está coordinado por María Luisa Humanes y Enric Saperas. Su prólogo ofrece las claves para entender el modo en que las personas acceden, seleccionan y confían en los contenidos periodísticos en plena era digital. En esta línea coge el testigo el estudio de María Inmaculada Montes Rodríguez, Manuel García Borrego y Natalia Meléndez Malavé, que analiza los pódcast españoles liderados por mujeres. En ellos se habla de política, trabajo, familia y emociones desde una perspectiva íntima.

Maialen Goirizelaia, Edorta Arana y Bea Narbaiza ponen el foco en los jóvenes, quienes ya no se informan como lo hacían generaciones anteriores. Sus propuestas nos ayudan a entender un nuevo paradigma en torno a los telediarios. También centradas en el ámbito de la televisión, Luz María López Espada y Azahara Cañedo estudian *CMMPlay*, una plataforma de televisión autonómica, que intenta responder a una nueva lógica que combina vocación de servicio público e innovación tecnológica.

Facundo Cain Sagarnaga Giles amplía el horizonte con un análisis de estudios iberoamericanos sobre el comportamiento de los usuarios del periodismo digital. Ofrece una panorámica de cómo se configuran las audiencias en distintos contextos socioculturales y sus particularidades locales. Cierra el monográfico el artículo de Dario Russo, que analiza la confianza de marca en diarios locales frente a medios nativos digitales y ponen en evidencia la tensión entre periodismo y marketing.

El segundo monográfico, *La narrativa gráfica en el contexto tecnológico actual: de las tiras cómicas al periodismo cómic*, está coordinador por Eduard Baile y José Rovira-Collado. Nos invita a detenernos en la imagen a través del cómic y la narrativa gráfica. Los textos que componen este bloque nos muestran cómo el dibujo puede contar la verdad, cuestionar el poder o enseñar a mirar el mundo con otros ojos.

El artículo de Diego Matos Agudo nos guía por la historia del periodismo desde las viñetas caricaturescas del pasado hasta su consolidación como una vía expresiva con valor documental. El cómic periodístico se presenta como una poderosa herramienta para interpretar la realidad. Continúa el texto de María Samper Cerdán, que analiza la obra de Victoria Lomasko. Explica cómo el dibujo es testimonio, crítica, arte y política. Le da la

vuelta al análisis tradicional y de esta forma nos explica cómo lo marginal se vuelve centro y lo invisible adquiere forma.

Sebastián Miras y Pedro Coiro profundizan en dos biografías gráficas dedicadas a Salvador Allende y José Mujica. El relato gráfico les permite explorar los hechos históricos, las emociones y las luchas personales que marcaron a estos líderes latinoamericanos. Por su parte, Ana Isabel Ontenient Lledó lleva la narrativa gráfica al aula y analiza cómo el cómic digital puede convertirse en un recurso educativo eficaz y creativo. Su investigación muestra cómo los estudiantes aprenden a leer de otra manera, también a pensar y a representar lo que ven.

Álex Fernández Muerza y Daniel Rodrigo Cano estudian el papel del humor gráfico en la comunicación del cambio climático, comparando su uso en español e inglés y rastreando su presencia en Google. Finalmente, Miguel Ángel Pérez-Gómez lleva a cabo un estudio sobre el cómic de viajes.

El tercer y último monográfico, *Cien años del cine de Weimar: el legado del expresionismo alemán, vanguardias y otras miradas experimentales*, está coordinado por Luis N. Sanguinet García y Marcos Jiménez González. Los autores invitan en su prólogo a viajar en el tiempo y mirar atrás, a un siglo de distancia, para comprender cómo el cine expresionista alemán de la República de Weimar sigue iluminando —y ensombreciendo— el cine contemporáneo.

Rafael Morato Zanatto nos sitúa en los años 20 del siglo pasado con el análisis de la recepción de *El gabinete del Dr. Caligari*, obra esencial del expresionismo cinematográfico. Sus juegos de luces y sombras siguen siendo un espejo de nuestras ansiedades colectivas. Emeterio Díez Puertas continúa esta línea al explorar el pensamiento de Manuel Villegas López y cómo éste ayudó a entender la transición del cine de Pabst al nazismo, revelando una relación compleja entre vanguardia y propaganda política.

Miguel Salmerón Infante se adentra en *Faust* de Murnau, un film que parece hablarnos desde otro tiempo y nos cautiva con su forma oscura de contar el conflicto entre el bien, el mal y el deseo humano. Iván Gómez García centra su análisis en Fritz Lang y su manera de retratar el populismo y la violencia en películas como *M* o *Furia*, alertándonos sobre cómo la estética puede ser también una forma de crítica social. Satoru Yamada cruza fronteras y nos lleva a Japón, donde encuentra la huella del expresionismo alemán en la obra de Mizoguchi. La influencia visual se transforma generando un diálogo cultural inesperado.

Noé Sotelo Herrera examina cómo los guionistas de hoy heredan el lenguaje expresionista y lo trasladan a nuevas narrativas visuales. Marco Aurelio García-Torres conecta el cine con la música y la cultura post-punk, en un estudio sobre *Atmosphere*, de Joy Division, y su puesta en escena fílmica. Dolores Cabrera Carreón estudia el cuerpo como escenario del malestar en *Las manos de Orlac* y *Dans ma peau*, dos películas que, a su manera, muestran cómo lo físico puede expresar lo que las palabras no alcanzan. Finalmente, Alfonso Freire-Sánchez nos lleva al universo del videojuego con *Bloodborne*, donde lo siniestro hereda el imaginario de Weimar, convertido en experiencia inmersiva y lúdica.

Nuestra sección Miscelánea recoge en este número tres artículos. Estos textos abordan temas como la inteligencia artificial en la educación, un trabajo de investigación de Pedro Campillo Herrero y Rocío Antón Espada; el papel de Instagram en la salud mental, por María Cruz López-de-Ayala y Antonio Díaz-Lucena; y el uso de la realidad virtual y aumentada en la enseñanza artística, de María de Fátima Reyes Barba.

La reseña final, a cargo de Roberto Rodríguez Gálvez, nos invita a reflexionar sobre el papel del fotoperiodismo en la construcción de la memoria democrática durante la Transición española.

Sin lugar a dudas este número traza un itinerario que entrelaza el periodismo, la comunicación y el cine. Desde los pódcast hasta el cómic, del cine mudo a los videojuegos, estas páginas revelan que lo mediático ya no se puede pensar de forma aislada. En medio de tanto cambio queda patente que lo importante no es tener respuestas, sino seguir haciéndonos preguntas. Sólo puede hacerse preguntas aquel que piensa, lo que a su vez implica tener tiempo para la reflexión, para la crítica, para el pensamiento crítico. Y sólo puede pensar aquel que siente, que se inspira en lo que le rodea, le atrae, le repele, que vive con pasión.

Una vez más, dejamos en manos de nuestros lectores un número hecho con cariño y trabajo, pero sobre todo con pasión. La misma que depositan nuestros autores en sus textos y en la confianza que dan a MHJournal para compartir con los lectores los resultados de sus investigaciones.

Bibliografía

Gutiérrez, A., & Torrego, A. (2018). Educación mediática y su didáctica: una propuesta para la formación del profesorado en TIC y medios. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado, 91*(1), 15-27. https://doi.org/10.47553/rifop.v32i1

Moral, P. (2024). *Hasta que la desinformación nos separe*. El Orden Mundial. https://shorturl.at/Ck49F

Naranjo, C. B. (2022). *La alfabetización mediática en el aula desde la asignatura de lengua castellana y literatura.* Trabajo Fin de Máster. Universidad de Zaragoza. https://zaguan.unizar.es/record/119174/files/TAZ-TFM-2022-493.pdf

Ochoa Quispe, F. Z., & Barragán Condori, M.(2022).El uso en exceso de las redes sociales en medio de la pandemia. *ACADEMO Revista de Investigación en Ciencias SocialesyHumanidades*, *9*(1),85-92. https://doi.org/10.30545/academo.2022.ene.8

Oliver Klawitter, C. G. (2023). *¿Cómo sensibilizar a los jóvenes en la recepción de la desinformación y educar una competencia mediática en aula?* Dykinson. http://bit.ly/4idb6wI

Orbegozo-Terradillos, J., Morales-i-Gras, J., & Larrondo-Ureta, A. (2020). Desinformación en redes sociales: ¿compartimentos estancos o espacios dialécticos? El caso Luther King, Quim Torra y El Confidencial. *Revista Mediterránea de Comunicación*, *11*(2), 55. https://doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.2.2

Sádaba, C., & Salaverría, R. (2022). Combatir la desinformación con alfabetización mediática: análisis de las tendencias en la Unión Europea. *Revista Latina de Comunicación Social, 81*, 17-33. https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1552

Licencia Creative Commons

Miguel Hernández Communication Journal

mhjournal.org