

Call for papers

Revista Mediterránea de Comunicación/ Mediterranean Journal of Communication V16N1 (enero 2025)

Fecha tope envíos: 1 de julio de 2024

Envíos [aquí](#).

Revista Mediterránea de Comunicación / Mediterranean Journal of Communication invita al envío de textos para el monográfico ***Niños, adolescentes y dispositivos móviles. Retos y tendencias de las pantallas omnipresentes***, coordinado por la Dra. Beatriz Feijoo (Universidad Internacional de la Rioja, España), la Dra. Erika Fernández-Gómez (Universidad Internacional de la Rioja, España), la Dra. Isabel Pavez (Universidad de Los Andes, Chile) y la Dra. Cristina Ponte (Universidade Nova de Lisboa, Portugal) que se publicará en enero de 2025 (V64N1). **Fecha tope de recepción de artículos: 1 de julio de 2024.** See details in [English](#).

Niños, adolescentes y dispositivos móviles. Retos y tendencias de las pantallas *omnipresentes*

La presencia de los móviles en la vida cotidiana se ha generalizado en las sociedades occidentales (ITU, 2022). La mejora y el aumento de las conexiones móviles a internet ha convertido a estas pantallas personales en el punto principal de acceso, comunicación y consumo de contenidos digitales para los usuarios (IAB Spain, 2021), incluidos los menores de edad.

El carácter personal del móvil y su presencia ubicua (Ohme et al., 2020) genera con este dispositivo un tipo de relación que, como sugiere Beer (2012) excede al de un mero portal al mundo digital. Efectivamente, estamos ante una pantalla que por sus características particulares de movilidad, autonomía y universalidad ya no puede ser significada solamente como un medio de acceso a las tecnologías. De esta manera, los móviles se han posicionado como metamedios (Humphreys et al., 2018) que han introducido cambios trascendentales en la forma de consumir contenidos: su omnipresencia permite a los individuos comunicarse, informarse o entretenerse prácticamente en cualquier lugar y en cualquier momento (Ohme et al., 2020). Asimismo, y dadas sus características, la percepción de intrusión e invasión de la esfera privada es mayor a través del móvil que, por ejemplo, cuando se compara con otros canales como el del uso del ordenador (Pavez & Correa, 2020). Es por ello, que, entre otras razones, la literatura previa lo ha considerado como la extensión comunicacional más personal del ser humano (Gómez-Tinoco, 2010; Ross & Bayer, 2021). Más aún, la adopción generalizada de los smartphones, y su importancia en los hábitos de consumo y estilos de vida de los internautas, explica que se haya consolidado su importancia como medio publicitario (Feijoo et al., 2020; Garmendia et al., 2016).

Dada la alta penetración de los móviles en niños, niñas y jóvenes, en la última década han sido numerosas las investigaciones centradas en el análisis de su adopción y uso (ver Goggin, 2013;

Livingstone & Haddon, 2009; Mascheroni & Ólafsson, 2014; Mascheroni et al., 2018, entre otras). Sin embargo, los avances en tanto la importancia que han alcanzado en la vida diaria, como el contexto dinámico donde se inserta el binomio menor – dispositivos móviles, hace necesario abordar esta temática desde variadas perspectivas teóricas y metodológicas. Por tanto, en este monográfico se invita a investigadores e investigadoras de distintas áreas de las ciencias sociales a reflexionar, bajo un enfoque multidisciplinar, sobre las tendencias y retos que implica la presencia del teléfono móvil en la vida de los y las menores, convocando manuscritos (no excluyentes) sobre temáticas relacionadas a:

- Niños y adolescentes como consumidores de contenidos persuasivos e informativos a través de los dispositivos móviles
- Alfabetización mediática y publicitaria de los menores ante el dispositivo móvil.
- Desafíos y oportunidades del uso del dispositivo móvil en centros educativos.
- Adopción y/o consumo del móvil y salud mental en niños y adolescentes.
- Acceso, penetración y consumo de las tecnologías móviles en poblaciones infantiles y/o juveniles.
- Rutinas, ocio y dispositivos móviles en menores de edad.
- Mediación parental y dispositivos móviles.

Este monográfico se enmarca en los proyectos de I+D+i “La alfabetización publicitaria ante el teléfono móvil. Análisis de la capacidad del público infantil para enfrentarse a los contenidos persuasivos. ADKIDS MOBILE”, con referencia PID2020-116841RA-I00 y financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España (septiembre 2021 – Julio 2024; Universidad Internacional de la Rioja) y “Niñas y adolescentes rurales beneficiadas por Becas TIC: el rol del contexto educacional y familiar en su desarrollo de habilidades digitales y desempeño escolar”, financiado por la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo (Fondecyt N.11200039 del Gobierno de Chile).