

La educación mediática como puente hacia la ciudadanía crítica: estrategias éticas y pedagógicas en la era digital

Mónica Niño Romero, **Universidad de Huelva (España)**
monica.nino@alu.uhu.es

Amor Pérez-Rodríguez, **Universidad de Huelva (España)**
amor.perez@dfesp.uhu.es

Recibido 30/10/25 • Aceptado 03/12/25 • Publicado 18/12/25

Cómo citar este artículo: Niño, M. y Pérez-Rodríguez, A. (2025). La educación mediática como puente hacia la ciudadanía crítica: Estrategias éticas y pedagógicas en la era digital. *Sphera Publica*, 25(2), 1-21. URI: <http://hdl.handle.net/10952/10540>

Resumen

La educación mediática es clave para formar una ciudadanía crítica en un entorno digital marcado por la desinformación y la polarización. Este estudio examina cómo integrar estrategias pedagógicas y éticas en la enseñanza-aprendizaje y busca promover pensamiento crítico, responsabilidad digital y participación activa. Para ello, se realiza un análisis cualitativo que incluye iniciativas de América y Europa. Entre ellas: *The Learning Network*, USMPTV, *The Economist Educational Foundation*, *Público na Escola* y Fundación Atresmedia. Los principales resultados indican que los proyectos combinan recursos tecnológicos, metodologías interactivas y valores éticos. Comparten un enfoque interdisciplinario que fortalece la competencia digital ciudadana, aunque persisten desafíos como la formación docente, las brechas tecnológicas y los marcos normativos. Se subraya el valor de la enseñanza por proyectos y el análisis crítico de contenidos digitales. El artículo propone un modelo educativo integral para afrontar los retos del ecosistema digital.

Palabras Clave: educación mediática, ética digital, estrategias pedagógicas, ciudadanía crítica, derechos digitales

Media education as a bridge to critical citizenship: ethical and pedagogical strategies in the digital age

Mónica Niño Romero, **Universidad de Huelva (España)**
monica.nino@alu.uhu.es

Amor Pérez-Rodríguez, **Universidad de Huelva (España)**
amor.perez@dfesp.uhu.es

Received 30/10/25 • Accepted 03/12/25 • Published 18/12/25

How to reference this paper: Niño, M. y Pérez-Rodríguez, A. (2025). La educación mediática como puente hacia la ciudadanía crítica: Estrategias éticas y pedagógicas en la era digital. *Sphera Publica*, 25(2), 1-21. URI: <http://hdl.handle.net/10952/10540>

Abstract

Media education is crucial for fostering critical and engaged citizenship in digital contexts marked by misinformation and polarization. This study explores how pedagogical and ethical strategies can be integrated into teaching-learning processes to strengthen media literacy. A qualitative approach was applied, analysing initiatives developed in America and Europe. Case studies include projects such as *The Learning Network*, *USMPTV*, *The Economist Educational Foundation*, *Público na Escola* and *Fundación Atresmedia*. Findings show a common commitment to interdisciplinary media literacy. These initiatives combine technological resources, interactive methodologies, and ethical values. Challenges remain, including teacher training, digital divides, and the consolidation of regulatory frameworks. Innovative strategies such as project-based learning and digital content analysis prove effective. Ethical reasoning emerges as a key dimension for critical media literacy. The article proposes a comprehensive educational model integrating pedagogical, technological, and regulatory approaches.

Keywords: media education, digital ethics, pedagogical strategies, critical citizenship, digital rights.

1. Introducción

En un mundo cada vez más interconectado y mediado digitalmente, la capacidad de interpretar, analizar y producir información mediática se ha convertido en una competencia esencial. La alfabetización mediática, entendida como el conjunto de habilidades necesarias para interactuar críticamente con los medios de comunicación, no solo responde a necesidades informativas, sino que también fomenta la participación activa en la esfera pública (Aguaded et al., 2022). Este artículo parte de la premisa de que, en un ecosistema digital en constante evolución, las instituciones educativas deben adoptar enfoques éticos y pedagógicos que no solo promuevan la adquisición de competencias técnicas, sino que también fortalezcan el pensamiento crítico y la responsabilidad ciudadana.

Sin embargo, este escenario plantea desafíos importantes, especialmente en una era digital marcada por el flujo constante de información, a menudo fragmentada y superficial. Aunque este fenómeno ha democratizado el acceso al conocimiento, también ha generado interrogantes sobre la capacidad de los ciudadanos para discernir entre información veraz y manipuladora. Por lo tanto, las estrategias pedagógicas y éticas adquieren un papel central, ya que son indispensables para formar ciudadanos que naveguen con responsabilidad y conciencia en un ecosistema digital complejo.

Además, la alfabetización mediática debe trascender la mera adquisición de habilidades técnicas para incorporar una perspectiva crítica y ética (Pérez-Rodríguez & Delgado-Ponce, 2012). Este enfoque no solo contribuye a formar ciudadanos informados, sino que también los capacita para distinguir entre hechos, opiniones y desinformación, cuestiones fundamentales en un entorno digital globalizado.

2. Aspectos teóricos

2.1. Alfabetización mediática

La alfabetización mediática se presenta como una herramienta esencial para empoderar a los individuos frente a los desafíos de la era digital, promoviendo tanto la comprensión crítica como la producción ética de contenidos (Celot, 2021). En este contexto, los valores universales, como la libertad y el respeto a los derechos humanos, son pilares fundamentales para la construcción de una ciudadanía comprometida. Desde documentos

internacionales, como la Declaración Universal de Derechos Humanos (1948) y la Convención para la Protección de los Derechos Humanos (1950), se ha destacado la relevancia de garantizar el pleno desarrollo humano mediante el acceso a la educación y la promoción de valores éticos.

En esta línea, García-Ruiz et al. (2018) enfatizan que la educación mediática debe evolucionar constantemente para responder a los cambios tecnológicos y socioculturales. Este enfoque refuerza la idea de que la alfabetización mediática no solo responde a las necesidades de adaptación a la sociedad de la información, sino que también se convierte en un vehículo para el desarrollo de ciudadanos comprometidos con los valores universales. Además, el enfoque ético en la alfabetización mediática es clave para garantizar que los ciudadanos digitales actúen con responsabilidad en sus interacciones en línea (Matos, 2019).

No obstante, aunque numerosos estudios destacan la relevancia de la alfabetización mediática como un mecanismo clave para empoderar a los ciudadanos en la era digital (Matos, 2019; Celot, 2021), persisten importantes limitaciones en su implementación. Por un lado, se ha señalado que muchos programas educativos se centran en la adquisición de habilidades técnicas, dejando en un segundo plano la dimensión crítica y ética necesaria para un análisis profundo del ecosistema mediático (García-Ruiz et al., 2018). Por otro lado, la fragmentación de iniciativas y la falta de un marco teórico común dificultan la sistematización de prácticas efectivas a nivel global (Romero-Romero et al., 2024). Estas brechas evidencian la necesidad de enfoques integrales e interdisciplinarios que combinen herramientas pedagógicas, análisis ético y estrategias tecnológicas para abordar tanto la desinformación como los retos de la polarización en entornos digitales.

2.2 Estrategias pedagógicas para el análisis crítico

En la sociedad del conocimiento, donde los flujos informativos son rápidos y muchas veces fragmentados, la alfabetización mediática requiere la implementación de estrategias pedagógicas que potencien habilidades críticas, éticas y reflexivas. Las estrategias pedagógicas para el análisis crítico se erigen como herramientas fundamentales para el desarrollo de competencias digitales que trasciendan la mera disponibilidad de recursos tecnológicos. En este sentido, del Río & Gómez Trigueros (2023) argumentan que la alfabetización digital y el fortalecimiento de estas competencias no pueden limitarse al acceso físico a las infraestructuras tecnológicas. Este enfoque, más amplio e integral,

considera dimensiones sociales, culturales, educativas y éticas que son esenciales para garantizar que la interacción con la tecnología sea tanto efectiva como transformadora. Como subraya Matos et al. (2023), estas competencias son fundamentales para interpretar y cuestionar de manera consciente los flujos informativos, desde la recepción hasta el análisis reflexivo. De acuerdo con estas premisas, las estrategias pedagógicas deben priorizar la formación en habilidades críticas y reflexivas que permitan a los estudiantes no solo consumir información digital, sino también analizarla y contextualizarla desde una perspectiva ética y culturalmente relevante. Actividades como el análisis crítico de contenidos digitales, la resolución de problemas mediante proyectos colaborativos y los debates sobre dilemas éticos asociados al entorno digital ejemplifican este enfoque transformador, alineando el aprendizaje con los desafíos de la ciudadanía global. Entre las estrategias destacadas se encuentran:

- Enfoque basado en proyectos: Integrar proyectos que involucren la investigación y el análisis de casos reales relacionados con la desinformación y las noticias falsas. Este método fomenta habilidades críticas al tiempo que promueve la responsabilidad ética.
- Análisis crítico de contenidos digitales: Emplear herramientas digitales que permitan evaluar la credibilidad de las fuentes y los contenidos. Los estudiantes deben aprender a cuestionar la intención y el contexto de las publicaciones en línea, lo cual refuerza su capacidad para diferenciar entre hechos y desinformación.
- Desarrollo del pensamiento ético: Incorporar debates y reflexiones sobre dilemas éticos en el entorno digital, vinculándolos con valores universales como la justicia, la igualdad y el respeto por la diversidad.

2.3 Promoción de valores universales

La alfabetización mediática no debe limitarse a la adquisición de habilidades técnicas, sino que también debe centrarse en el desarrollo de una ética digital basada en valores universales. Según Castells (2002), los principios de la educomunicación destacan la necesidad de estrategias pedagógicas que integren dimensiones críticas, éticas y tecnológicas, lo cual es especialmente relevante en un entorno digital dinámico. En este sentido, los proyectos revisados por Romero-Romero et al. (2024) no solo proporcionan recursos educativos innovadores, sino que también subrayan la colaboración entre los

medios de comunicación y los sistemas educativos como clave para una educación transformadora.

Así, las instituciones educativas tienen la responsabilidad de formar ciudadanos que no solo consuman información, sino que también la cuestionen y actúen conforme a principios éticos. Esto incluye la promoción activa de la libertad de expresión, el respeto por la diversidad y la lucha contra la discriminación en el entorno digital. En última instancia, esta integración ética y crítica en la educación mediática contribuye al desarrollo de ciudadanos globales capaces de enfrentar los retos de la sociedad digital con compromiso y responsabilidad.

2.4 Estrategias innovadoras y narrativas

Para Pereira et al. (2024), las narrativas personales audiovisuales pueden ser un modelo innovador siendo el eje central del aprendizaje electrónico. Este enfoque cobra especial relevancia dado el panorama actual, caracterizado por la proliferación de herramientas digitales y el auge del aprendizaje en línea.

De manera particular, las narrativas audiovisuales representan una oportunidad única para combinar la formación de competencias mediáticas con la preservación de identidades culturales y comunitarias. Gracias a la accesibilidad de tecnologías de grabación y edición, junto con la capacidad de difusión a través de redes sociales y plataformas digitales, estas herramientas pueden desempeñar un papel transformador en la enseñanza y el aprendizaje, especialmente dentro de comunidades minoritarias y en contextos de vulnerabilidad. Las estrategias innovadoras y narrativas desempeñan un papel crucial en la alfabetización mediática contemporánea, especialmente en un entorno en constante evolución tecnológica. Estas estrategias no solo facilitan la integración de herramientas digitales, sino que también fomentan la participación activa y reflexiva de los estudiantes en el proceso de aprendizaje. Como señala Scolari (2023), es fundamental considerar cómo las interpretaciones de los medios seguirán transformándose, desde las plataformas tradicionales de la web hasta los entornos digitales emergentes, reflejando cambios significativos en las representaciones de la comunicación digital e interactiva.

Este enfoque destaca la importancia de diseñar herramientas digitales que no sólo respondan a las necesidades actuales, sino que también anticipen las tendencias futuras en la comunicación mediada por tecnología. En este sentido, las narrativas personales audiovisuales representan un modelo pedagógico innovador que, al combinar

competencias mediáticas con el fortalecimiento de la identidad cultural, promueven una mayor interactividad y participación estudiantil. Así, el aprendizaje no solo se adapta a las nuevas dinámicas tecnológicas, sino que también se convierte en un espacio de reflexión crítica sobre los cambios en los medios y su impacto en las prácticas comunicativas.

Para explorar este potencial, se realiza una revisión exhaustiva de la literatura académica sobre narrativas personales y su contribución a la sostenibilidad cultural. Asimismo, se examinan y comparan artefactos audiovisuales contemporáneos, evaluando su impacto en la alfabetización mediática y su capacidad para servir como facilitadores del aprendizaje electrónico en la sociedad actual. El presente trabajo analiza cómo diversas iniciativas educativas internacionales han integrado estas dimensiones y propone un marco educativo orientado a fortalecer la educación mediática en contextos globales.

3. Metodología

Este análisis se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, basado en la revisión de iniciativas educativas que integran la alfabetización mediática con principios éticos y pedagógicos. Se seleccionaron proyectos representativos de medios de comunicación de América y Europa, como *The Learning Network*, del periódico *The New York Times* (Estados Unidos), *Tiempo para aprender / Extracurriculares*, de la Universidad San Martín de Porres Televisión (USMPTV) (Perú), *The Economist Educational Foundation*, de *The Economist*, *Público na Escola*, del diario *Público* (Portugal) y Fundación Atresmedia con los proyectos *Mentes AMI / Efecto MIL / Amibox* (España), utilizando criterios de relevancia, impacto educativo y acceso a recursos (Sautu et al., 2005).

Tabla 1. Proyectos investigados

Ámbito	Proyecto	Entidad
América	<i>The Learning Network</i>	<i>The New York Times</i>
América	Tiempo para aprender / Extracurriculares	USMPTV
Europa	<i>The Economist Educational Foundation</i>	<i>The Economist</i>
Europa	<i>Público na Escola</i>	<i>Público</i>
Europa	Mentes AMI / Efecto MIL / Amibox	Fundación Atresmedia

Tabla 1. Elaboración propia

El presente trabajo adoptó un enfoque cualitativo, basado en la necesidad de explorar en profundidad los procesos implicados en el desarrollo de la alfabetización mediática mediante diversas iniciativas formativas relacionadas con los medios de comunicación. Según Strauss y Corbin (2002), la metodología cualitativa es particularmente adecuada para examinar fenómenos complejos, ya que permite captar tanto las dinámicas subyacentes como las particularidades de los procesos estudiados. En este contexto, se utilizó el análisis de contenido cualitativo, una técnica ampliamente reconocida en las ciencias sociales para interpretar materiales comunicativos (Berelson, 1952; Bardin, 1991).

El análisis se aplicó a un conjunto de textos, vídeos y otros recursos audiovisuales seleccionados intencionalmente de cinco proyectos educativos. La elección de estos casos se fundamentó en su accesibilidad, su contribución al desarrollo de competencias mediáticas y su representación de realidades geográficas diversas, abarcando tanto Europa como América. Este método permitió identificar patrones temáticos y simbólicos en los materiales analizados, así como interpretar su relevancia dentro de los contextos culturales y educativos en los que fueron producidos (Abarca et al., 2012; Hernández Sampieri et al., 2014).

Para garantizar la validez y confiabilidad de los hallazgos, se emplearon criterios rigurosos tanto en la selección como en el análisis de los datos (Levitt et al., 2017; Singh et al., 2021). La muestra se definió mediante un muestreo intencionado o teórico, basado en la pertinencia de los casos para los objetivos de la investigación. Se incluyeron proyectos que abordaban contenidos textuales, visuales y sonoros, considerando su capacidad para aportar información valiosa sobre la alfabetización mediática en distintos entornos socioculturales (Sautu et al., 2005; Castillo-Abdul et al., 2020). Este proceso de selección se detuvo al alcanzar la saturación teórica, es decir, cuando los datos recopilados dejaron de aportar nueva información.

El análisis de contenido se llevó a cabo siguiendo un procedimiento sistemático de codificación y categorización, conforme a las directrices establecidas por Bardin (1991) y Pinuel-Raigada (2002). Las unidades de análisis —que incluyeron textos, vídeos y otros materiales audiovisuales— se desglosaron en códigos temáticos y, posteriormente, se agruparon en categorías conceptuales que facilitaron la identificación de patrones comunes y divergencias relevantes entre los proyectos analizados. Este enfoque no solo permitió una comparación exhaustiva entre los diferentes casos, sino que también

profundizó en la comprensión de las estrategias pedagógicas utilizadas para promover la alfabetización mediática.

4. Resultados

Los resultados indican que las iniciativas analizadas comparten un compromiso por integrar competencias mediáticas con valores éticos y pedagógicos. Por ejemplo, *The Learning Network*, destaca por sus recursos educativos basados en contenidos periodísticos, los cuales fomentan el pensamiento crítico y la participación en debates informados (Caplan, 2016). Asimismo, *The Learning Network* ejemplifica cómo la colaboración con entidades internacionales y la inclusión de lenguajes accesibles pueden expandir el alcance de los proyectos educativos, garantizando una mayor equidad (Panta, 2020). En el contexto norteamericano, este proyecto, tal como muestra la Figura 1, destaca por la implementación de una amplia gama de actividades diseñadas para fomentar el aprendizaje y el pensamiento crítico entre los estudiantes.

Entre sus propuestas se encuentran:

- lecciones estructuradas y sugerencias pedagógicas (*Lessons and Teaching Ideas*),
- ejercicios de escritura reflexiva (*Writing Prompts*),
- actividades recreativas como cuestionarios y vocabulario (*Quizzies and Vocabulary*), así como el uso de recursos multimedia, incluyendo fotografías, gráficos y vídeos (*Photos, Graphs and Videos*).

Además, este proyecto incorpora:

- desafíos académicos (*Contests and Challenges*) y
- actividades adaptadas a diversas necesidades (*Accessible Activities*).

La diversidad de estos recursos combina enfoques educativos, interactivos y accesibles, lo que los convierte en herramientas especialmente valiosas para captar el interés de los jóvenes y promover su aprendizaje integral (Priede, 2019). Un caso comparable es la iniciativa "En Casa y Aprende", de la Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador), un programa que combina educación y comunicación para optimizar los procesos de enseñanza-aprendizaje de los niños. Este proyecto establece un vínculo efectivo entre la educación y el entretenimiento, con el objetivo de evitar que los recursos pedagógicos

resulten monótonos, promoviendo así la motivación estudiantil y un aprendizaje más significativo (Carrión-Salinas et al., 2023).

Figura 1. The Learning Network, proyecto

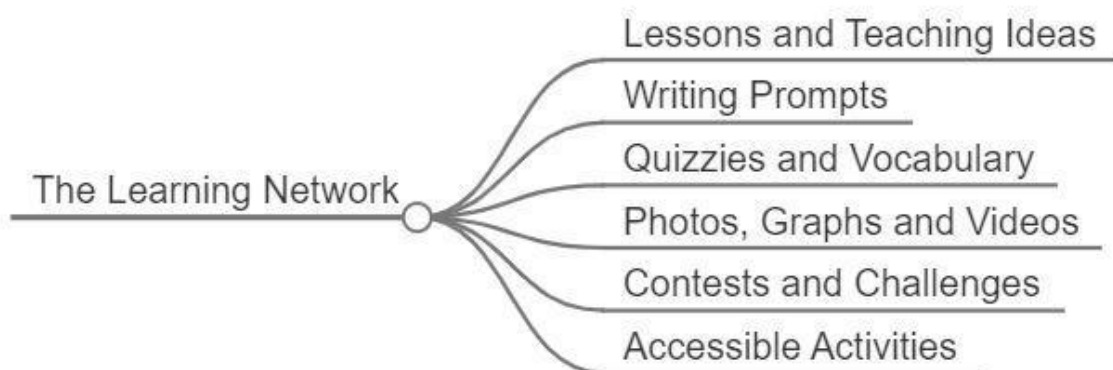


Figura 1. Elaboración propia

Un ejemplo que presenta similitudes es *The Economist Educational Foundation* -en Europa ya-, cuyo proyecto se estructura en torno a tres pilares fundamentales: la provisión de materiales didácticos dirigidos a estudiantes (*Teaching resources*), la organización de festivales temáticos de debate (*Topical Talk Festival*) y la formación específica para el desarrollo profesional del profesorado (*Teacher development*). Estas acciones se complementan mediante actividades que fomentan la discusión crítica, la comprensión de temas complejos y la participación activa de los jóvenes en conversaciones globales, tal como se ilustra en la Figura 2.

Esta iniciativa destaca por su enfoque interdisciplinario, integrando temas actuales y relevantes provenientes de diversas áreas, lo que permite a los estudiantes profundizar en cuestiones esenciales para la ciudadanía global. Además, a través de colaboraciones estratégicas con organizaciones como Ashurst, British Council, y KPMG, entre otras, el proyecto logra fortalecer su impacto educativo y ampliar su alcance (Yeoman & Morris, 2024). El desarrollo multidisciplinar en la alfabetización mediática es esencial para abordar los complejos desafíos que enfrenta la comunicación en la era digital, especialmente en contextos marcados por la desinformación y la polarización. Estos problemas no solo afectan la calidad del debate público, sino que también intensifican los conflictos sociales y políticos. En este sentido, se requiere una aproximación multidisciplinaria que integre medidas regulatorias, educativas y tecnológicas, tal como

señalan Lewandowsky et al. (2020), para mitigar los efectos negativos de la desinformación.

Desde la perspectiva educativa, los programas interdisciplinarios pueden incluir el análisis crítico de contenidos mediáticos, el uso responsable de las tecnologías digitales y la promoción de valores éticos como pilares fundamentales para contrarrestar la desinformación. Asimismo, el diseño de iniciativas pedagógicas que involucren diversas disciplinas, como la comunicación, la tecnología y las ciencias sociales, permite un entendimiento integral de los mecanismos de desinformación y fomenta la ciudadanía digital responsable. Por lo tanto, la colaboración entre sectores, como la educación, la tecnología y los marcos regulatorios, se convierte en una herramienta indispensable para desarrollar estrategias sostenibles frente a los desafíos globales. Así, *The Economist Educational Foundation* no solo proporciona recursos innovadores y dinámicos, sino que también fomenta competencias críticas necesarias para el análisis reflexivo de los medios y la participación responsable en la esfera pública.

Figura 2. *The Economist Educational Foundation*, proyecto



Figura 2. Elaboración propia

En Europa, como vemos en la Figura 3, *Público na Escola* se centra en la creación de periódicos escolares y en actividades que promueven la reflexión crítica sobre el papel de los medios, además de ejemplificar cómo la cooperación entre instituciones educativas, periodistas y otros especialistas del ámbito mediático favorece el desarrollo de una comprensión crítica y consciente del contenido informativo, tal como señalan Friesem et al. (2022); mientras que Fundación Atresmedia resalta por sus iniciativas innovadoras, como Efecto MIL y Mentos AML, que combinan creatividad con aprendizaje ético (Martín, 2023). El proyecto destaca su capacidad para utilizar el periodismo escolar como una herramienta eficaz de alfabetización mediática dirigida a la población joven, quienes representan un grupo altamente expuesto al consumo de información digital, tal como muestra la Figura 4. Este programa, impulsado por un medio de comunicación con gran

relevancia en su país, ha sido señalado como una de las iniciativas más importantes en educación mediática, promoviendo el análisis crítico de la información desde edades tempranas (García-Ruiz et al., 2016).

Figura 3. Público na Escola, proyecto

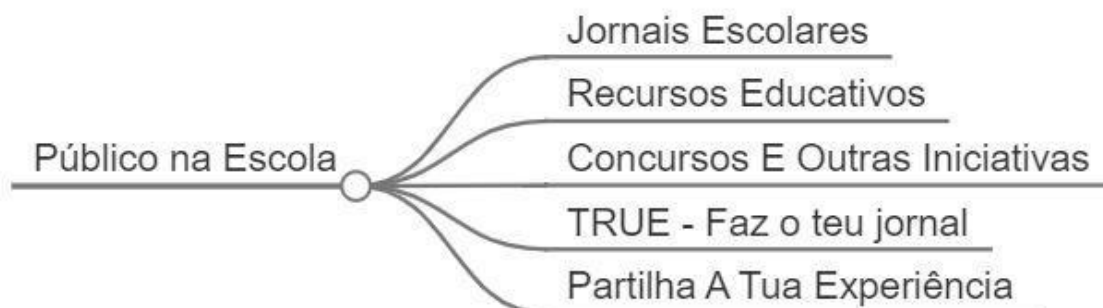


Figura 3. Elaboración propia

Figura 4. Fundación Atresmedia, proyecto

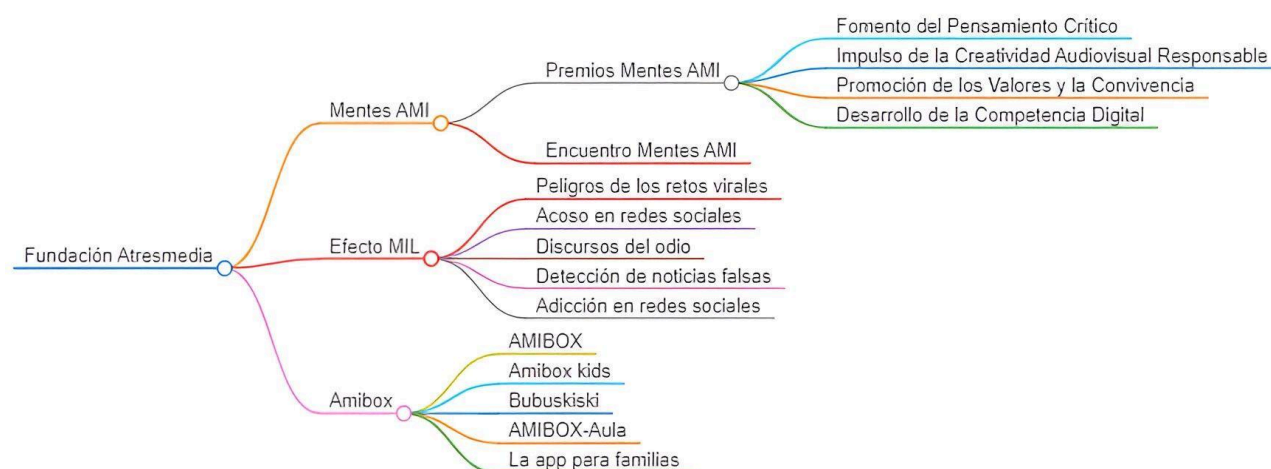


Figura 4. Elaboración propia

Asimismo, iniciativas como las desarrolladas por Fundación Atresmedia o USMPTV han recurrido de manera destacada al uso de recursos audiovisuales, como vídeos o programas, que se distribuyen a través de plataformas digitales como YouTube. Además, estas estrategias no solo permiten comunicar sus contenidos de manera atractiva, sino que también logran captar el interés del público joven, aprovechando su afinidad con los dispositivos y las pantallas. En este sentido, los programas diseñados para ser breves y

visualmente impactantes terminan actuando como "píldoras visuales" que refuerzan su capacidad de llegada y accesibilidad (Rivera et al., 2022).

En este sentido, el contenido de USMPTV se estructura en dos grandes categorías: "Tiempo para aprender" y "Extracurriculares", que a su vez se subdividen en diversas áreas temáticas, como se evidencia en la Figura 5.

- Tiempo para aprender: esta sección parece estar enfocada en contenidos educativos formales que abarcan distintas áreas del currículo académico. Las subcategorías incluyen:
 - Ciencia y Tecnología: contenidos destinados a fomentar el pensamiento científico, el análisis y la resolución de problemas tecnológicos.
 - Comunicación: enfocados en habilidades lingüísticas, lectura crítica y expresión escrita/oral.
 - Historia, Geografía y Economía: temas relacionados con la comprensión histórica, territorial y económica, promoviendo una visión integral del mundo.
 - Matemática: recursos para el aprendizaje de conceptos matemáticos y el desarrollo del pensamiento lógico.
- Extracurriculares, categoría con ofrecer contenidos complementarios, que buscan enriquecer la experiencia educativa de los estudiantes con actividades prácticas, creativas y reflexivas. Las subcategorías incluyen:
 - Leer para contarla: probablemente promueve el hábito de lectura con actividades relacionadas con la narrativa y la escritura creativa.
 - Educar+: podría tratarse de programas enfocados en valores, habilidades socioemocionales o temas interdisciplinarios.
 - Documentales: espacios para explorar diversos temas a través de materiales audiovisuales que estimulan la curiosidad y el pensamiento crítico.
 - Buenas noticias: contenidos que refuercen una perspectiva positiva de los eventos actuales o locales.
 - Los chicos opinan: espacios para dar voz a los estudiantes, fomentando su capacidad de argumentación y análisis crítico.
 - En nuestras manos: podría referirse a actividades o proyectos sobre responsabilidad ambiental, social o comunitaria.
 - Déjame que te cuente - Ópera: posiblemente un programa relacionado con la promoción del arte y la cultura, específicamente la ópera.

- La idea ganadora: promoción de la innovación y el emprendimiento juvenil.
- Historias en el tiempo: contenidos históricos narrados de forma interactiva o audiovisual.
- Reportaje especial: programas que profundizan en temas de interés particular.
- Especiales: espacios temáticos que varían según las necesidades o intereses del público.
- Héroes: podría estar relacionado con historias inspiradoras de personas que han hecho contribuciones significativas en sus comunidades o en el ámbito global.

Figura 5. USMPTV, proyecto



Figura 5. Elaboración propia

5. Discusión

En este sentido, desde el punto de vista de Rodríguez-Hidalgo et al. (2023), a pesar de los avances observados en las iniciativas analizadas, persisten retos significativos en la promoción de un uso crítico de las tecnologías por parte de los jóvenes. Por ejemplo, aunque los adolescentes muestran un elevado dominio instrumental de las TIC, eligen estas herramientas principalmente por la sensación de seguridad que les brindan. Sin embargo, se identifican carencias importantes en cuanto al análisis crítico de la información, tanto para su consumo como para la creación de contenidos. Menos del 40%

de los jóvenes muestra interés en verificar la información antes de compartirla, y, aunque perciben las redes sociales como fuentes poco confiables, las utilizan como su principal medio de información, relegando a espacios tradicionales como la televisión. Estos hallazgos subrayan la necesidad de integrar la alfabetización mediática en los currículos escolares, no solo para enseñar competencias técnicas, sino también para fomentar una actitud reflexiva hacia los contenidos digitales, aportando así una base sólida para futuros estudios en esta línea.

Sin embargo, se identificaron desafíos significativos, como la necesidad de formación docente especializada y la superación de barreras tecnológicas en contextos desfavorecidos. Estos obstáculos subrayan la importancia de enfoques integrales y sostenibles que combinen la ética digital con estrategias pedagógicas adaptativas (Danós Díaz, 2021).

Un aspecto destacado en los proyectos revisados es la capacidad de los docentes para integrar los medios y la tecnología en las actividades pedagógicas, lo que evidencia un nivel prometedor de competencia mediática en la planificación educativa. No obstante, persisten variabilidades en los enfoques pedagógicos y en la implementación de recursos mediáticos, particularmente en áreas como el manejo emocional frente a los medios, la ética mediática y la promoción de una ciudadanía digital responsable. Estas dimensiones requieren mayor atención para consolidar un marco educativo integral que no solo capacite técnicamente a los estudiantes, sino que también les permita actuar de forma ética y crítica en el ecosistema digital, en opinión de Andrade et al. (2024). Además, la innovación periodística no debe ser valorada únicamente desde perspectivas tecnológicas o estéticas, sino que también requiere una evaluación integral que considere su impacto en la responsabilidad social, la calidad informativa, la ética profesional y su capacidad transformadora dentro del entorno social y cultural en el que se desarrolla (García-Avilés et al., 2023).

Asimismo, se detecta que hay una demanda creciente de programas formativos regulares, específicos y éticamente fundamentados, que no solo capaciten al profesorado en el análisis de contenidos audiovisuales, sino que también habiliten al alumnado para identificar y enfrentar la desinformación en su vida cotidiana. Además, resulta imprescindible avanzar hacia una alfabetización emancipadora, orientada a fomentar una ciudadanía digital participativa y responsable, lo que se erige como una de las principales urgencias socioculturales del siglo XXI (Munguía et al., 2024).

En definitiva, los resultados se estructuran en estas partes y podemos analizarlos más en profundidad en la Tabla 2:

- Innovaciones en alfabetización mediática: enfocadas en las estrategias novedosas implementadas por los proyectos, como el uso de recursos interactivos y la promoción del pensamiento crítico mediante actividades participativas.
- Desafíos identificados: incluyen barreras como la falta de formación docente especializada, la superación de desigualdades tecnológicas y las dificultades en el análisis crítico de la información por parte de los jóvenes.
- Recomendaciones prácticas: propuestas para optimizar los programas educativos y fomentar una alfabetización mediática sostenible, con énfasis en la integración de valores éticos y herramientas digitales accesibles.

Tabla 2. Resultados

Proyecto	Resultados	Características
<i>The Learning Network</i> (América)	Integración de competencias mediáticas con valores éticos y pedagógicos Desafíos planteados	Lecciones estructuradas Escritura reflexiva Uso de recursos multimedia Actividades adaptadas Desafíos académicos interactivos
USMPTV (América)	Educación formal y extracurricular mediante recursos digitales accesibles Desafíos planteados	Estructuración en categorías como “Tiempo para aprender” y “Extracurriculares”
<i>The Economist Educational Foundation</i> (Europa)	Fomento de ciudadanía global mediante estrategias interdisciplinarias Enfoque innovador Desafíos planteados	Materiales didácticos Festivales de debate Formación docente Colaboración con organizaciones internacionales
<i>Público na Escola</i> (Europa)	Alfabetización mediática a través de la creación de periódicos escolares	Promoción de análisis crítico desde edades tempranas Énfasis en la reflexión sobre el papel de los medios
Fundación Atresmedia (Europa)	Creatividad y aprendizaje ético en educación mediática Enfoque innovador Desafíos planteados	Iniciativas como Efecto MIL y Mentes AMI Uso de periodismo escolar para desarrollar pensamiento crítico y habilidades mediáticas

Tabla 2. Elaboración propia

6. Conclusiones

La educación mediática debe ser entendida como un componente esencial para la formación de una ciudadanía crítica y comprometida. Este estudio pone de manifiesto que las estrategias pedagógicas y éticas son fundamentales para garantizar que los estudiantes no sólo comprendan los medios, sino que también actúen de manera responsable en sus interacciones digitales.

En este sentido, de acuerdo con Beltrán & Samaniego (2023), la educación mediática debe concebirse como un componente indispensable para la formación de una ciudadanía crítica y ética. En este sentido, es esencial establecer un punto de encuentro entre las alfabetizaciones mediática y digital, enmarcado en una alfabetización digital crítica (CDL). Este enfoque resulta especialmente adecuado para responder a los desafíos educativos, políticos y cívicos de la era digital, ya que subraya tanto los aspectos materiales como los discursivos inherentes a las nuevas tecnologías y los medios digitales.

Además, la integración de la CDL en los currículos educativos permite abordar no solo las competencias técnicas, sino también los valores éticos que los estudiantes necesitan para participar activamente en una sociedad interconectada. Este marco, centrado en la reflexión crítica y la ética digital, complementa los hallazgos de este estudio y refuerza la necesidad de políticas públicas que garanticen una implementación inclusiva y sostenible. A pesar de los aportes realizados, este estudio presenta algunas limitaciones que deben ser consideradas. En primer lugar, las iniciativas analizadas proceden de contextos socioculturales, educativos y mediáticos muy diversos, lo que dificulta la comparación directa y la generalización de los resultados. Si bien esta diversidad enriquece el análisis cualitativo y permite identificar buenas prácticas transferibles, también implica que las estrategias descritas responden a marcos normativos, recursos tecnológicos y tradiciones pedagógicas específicas de cada país o región.

Asimismo, el carácter intencionado del muestreo, propio de los estudios cualitativos, no persigue la representatividad estadística, sino la profundidad analítica. Por ello, los resultados deben interpretarse como orientaciones conceptuales y pedagógicas más que como modelos universalmente aplicables. Futuras investigaciones podrían ampliar el número de casos, incorporar otras regiones geográficas o combinar enfoques cualitativos y cuantitativos para reforzar la comparabilidad y el alcance de los hallazgos.

Por ende, se concluye que las colaboraciones entre medios y educación son efectivas para promover competencias críticas y éticas, aunque requieren de políticas públicas que apoyen su implementación equitativa. Por ello, se insta a la integración de marcos educativos interdisciplinarios que respondan a los retos actuales del ecosistema mediático global, destacando la importancia de una alfabetización mediática inclusiva y sostenible.

Bibliografía

- Abarca, A., Sibaja, G., Alpízar, F., y Rojas, C.M. (2012). *Técnicas cualitativas de investigación*. Universidad de Costa Rica. San José.
- Aguaded, I., Pérez-Rodríguez, A., y Delgado-Ponce, Á. (2022). El reto de la alfabetización mediática en la sociedad líquida. En G.S. Pérez-Postigo, C. Torres-Fernández, O.W. Turpo, I. Aguaded, y G. Alvarado (Eds.), *Investigación, desarrollo tecnológico e innovación en educación universitaria* (pp. 17-30). Octaedro.
- Andrade, L., Renés-Arellano, P. y Martínez, V. (2024) Competencia mediática en profesores de Educación Básica de República Dominicana. En *Redes sociales y ciudadanía: el reto de la formación del profesorado en educación mediática* (pp. 191–195). Grupo Comunicar. <https://doi.org/10.3916/Alfamed2024>
- Bardin, L. (1991). *Análisis de contenido* (Vol. 89). Ediciones Akal.
- Beltrán, A. M., & Samaniego, J. M. (2021, junio). Media and digital literacy: From particularities to encounters and possibilities. En *2021 16th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)* (pp. 1-6). IEEE. <https://doi.org/10.23919/CISTI52073.2021.9476428>
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Free Press.
- Caplan, R. (2016, 22 de noviembre). Facebook must acknowledge and change its financial incentives. *The New York Times*. <https://bit.ly/4e7FCH9>
- Carrión-Salinas, G. A., Rivera-Rogel, D. E., Beltrán-Flandoli, A. M., Valdez-Pardo, G. L. (2023). En Casa y Aprende, un programa educomunicativo para mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje de niños. En N. Callaos, J. Horne, B. Sánchez, A. Tremante (Eds.), *Memorias de la Vigésima Segunda Conferencia Iberoamericana en Sistemas, Cibernética e Informática: CISCi 2023* (pp. 306-309). International Institute of Informatics and Cybernetics. <https://doi.org/10.54808/CISCi2023.01.306>
- Castells, M. (2002, 10 de abril). La dimensión cultural de Internet. *Universitat Oberta de Catalunya*. <https://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articles/castells0502/castells0502.html>
- Castillo-Abdul, B., Romero-Rodríguez, L. M., y Larrea-Ayala, A. (2020). Kid influencers in Spain: understanding the themes they address and preteens' engagement with their YouTube channels. *Heliyon*, 6(9), e05056. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05056>

- Celot, P. (2021). *Media coach. How to become a media literacy coach*. EAVI. <https://bit.ly/3MVKaEB>
- Consejo de Europa. (1950). *Convención para la Protección de los Derechos Humanos y de las Libertades Fundamentales*.
- Danós Díaz, P. (2021). *Desarrollo de una propuesta metodológica para la elaboración de un programa televisivo sobre biología para jóvenes de secundaria*. [TFG, Universidad Nacional Agraria La Molina (UNALM)]. Lima.
- Del Río Riande, G., y Gomez Trigueros, I. (2023). ¿Sabemos enseñar humanidades digitales? Una propuesta de investigación y formación con TPACK en Argentina. En *Nuevas Tecnologías, Didáctica y Literatura*. Sial. <https://doi.org/10.14679/2130>
- Friesem, Y., Raman, U., Kanižaj, I., y Choi, G. Y. (2022). *The Routledge Handbook of Media Education Futures PostPandemic*. Taylor & Francis. <https://doi.org/10.4324/9781003283737>
- García-Avilés, J. A.; Herrera Damas, S.; Meier, K. (2023). Innovación periodística: Ampliar el campo de la investigación [Presentación del monográfico] / Innovation in Journalism. Expanding the field of research [Monograph presentation]. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 37, pp. 333-339. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n37a1947>
- García-Ruiz, R., Matos, A., y Borges, G. (2016). Media literacy as a responsibility of families and teachers. *The Journal of Media Literacy*, 63(1), 82-91.
- García-Ruiz, R., Pérez-Rodríguez, A., Torres, Á., Delgado-Ponce, Á., Contreras Pulido, P., Pérez Escoda, A., ... & del Pino, M. S. (2018). *Educación para los nuevos medios. Claves para el desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital*. Universidad Politécnica Salesiana. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/17049>
- Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). Mc Graw-Hill: México.
- Levitt, H. M., Motulsky, S. L., Wertz, F. J., Morrow, S. L. y Ponterotto, J. G. (2017). Recommendations for designing and reviewing qualitative research in psychology: Promoting methodological integrity. *Qualitative Psychology*, 4(1), 2. <https://doi.org/10.1037/qup0000082>
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., y Cook, J. (2020). Beyond misinformation: understanding and coping with the “post-truth” Era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 9(4), 367-376. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2020.08.006>

- Martín Jiménez, M. (2023). *La implementación de “Los Bubuskiski”; guía para educación primaria* [Master's thesis, Universidad Internacional de Andalucía].
- Matos, V. (2019). Estilos de aprendizagem no Ensino Superior: enfrentando a evasão e a retenção. *Práxis Educativa*, 13(2), 578-595. <https://doi.org/10.5212/PraxEduc.v.13i2.0018>
- Matos, A. P. M.; A., Seixas, A. y Festas, I. (2023). Literacia digital e midiática e o papel de variáveis contextuais—um estudo com alunos do ensino básico. *VI Congresso Literacia, Media e Cidadania: Transição Digital e Políticas Públicas*.
- Munguía, P. P., Arellano, P. R., & Serrano, M. H. (2024). Critical and Civic Digital Citizenship: Teachers Perceptions on disinformation. En *EDULEARN24 Proceedings* (pp. 3548-3558). IATED. <https://doi.org/10.21125/edulearn.2024.0923>
- Naciones Unidas. (1948). *Declaración Universal de los Derechos Humanos*.
- Panta, M. (2020). USMP TV: la historia del canal educativo en el que “nadie creía” y que hoy provee a “Aprendo en casa.” *El Comercio*. <https://bit.ly/3MVKIdD>
- Pereira, S. E., Maneira, A., y Fernandes-Marcos, A. (2024). Personal digital narratives as an e-learning tool: from cultural sustainability to a virtual pedagogical model. En *EDULEARN24 Proceedings* IATED. <https://doi.org/10.21125/edulearn.2024.1764>
- Pérez-Rodríguez, M.A., y Delgado-Ponce, Á. (2012). De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática: dimensiones e indicadores. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 20 (39), 25-34. <https://doi.org/10.3916/C39-2012-02-02>
- Pinuel-Raigada, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Sociolinguistic Studies*, 3(1), 1-42. <https://doi.org/10.1558/sols.v3i1.1>
- Priede, J. (2019). Towards the Development of Inclusive Strategies for Enhancing Cultural Literacy among Young People. En *ICERI2019 Proceedings* (pp. 1711-1711). IATED <https://doi.org/10.21125/iceri.2019.0487>
- Rivera-Rogel, D., Rodríguez-Hidalgo, C., Beltrán-Flandoli, A. M., y Córdova-Tapia, R. (2022). Narrative of young youtubers from the andean community and their media competence. *Media and Communication*, 10(1), 272-285. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4771>
- Rodríguez-Hidalgo, C., Rivera-Rogel, D., Flandoli, A. M. B., Tapia, R. C., y Vargas, L. A. (2023, junio). Teens facing fake news. Media literacy needs in the classroom. En *2023 18th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)* (pp. 1-7). IEEE. <https://doi.org/10.23919/CISTI58278.2023.10211591>

- Romero-Romero, J.E., Hernando Gómez, Á., & Islas, O. (2024). Referentes iberoamericanos en la Alfabetización Mediática Informativa (AMI). *Alteridad*, 19(1), 72-83. <https://doi.org/10.17163/alt.v19n1.2024.06>
- Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P., y Elbert, R. (2005). *Manual de metodología construcción del marco teórico, formulación de objetivos y elección de la metodología*. CLACSO.
- Scolari, C. A. (2023). In media(tization) studies we love metaphors. *Matrizes*, 17(1), 37-56. doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v17i1p37-56
- Singh, N., Benmamoun, M., Meyr, E., y Arikan, R. H. (2021). Verifying rigor: analyzing qualitative research in international marketing. *International Marketing Review*, 38(6), 1289-1307. <https://doi.org/10.1108/IMR-03-2020-0040>
- Strauss, A.R., y Corbin, J.M. (2002). *Bases de la investigación cualitativa: Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría*. Universidad de Antioquía.
- Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K., y Cheung, C. K. (2012). *Alfabetización mediática e informativa: Curriculum para profesores*. UNESCO.
- Yeoman, F., y Morris, K. (2024). The place of media organisations in the drive for post-pandemic news literacy. *Journalism Practice*, 18(1), 158-180. <https://doi.org/10.1080/17512786.2023.2169186>