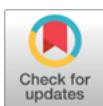


Educación mediática y ciudadanía crítica: estrategias éticas y pedagógicas en la era digital

Media education and critical citizenship: ethical and pedagogical strategies in the digital age

Educação média e cidadania crítica: estratégias éticas e pedagógicas na era digital



Mónica Niño Romero
Autora de correspondencia
Universidad de Huelva, España
<https://orcid.org/0000-0002-7409-5124>
monica.nino@alu.uhu.es

Recibido: 18/08/2025 Revisado: 04/12/2025 Aceptado: 14/12/2025 Publicado: 19/02/2026

Resumen: La educación mediática constituye un eje esencial para el desarrollo de una ciudadanía crítica y participativa en un entorno digital marcado por la desinformación y la polarización. Este artículo analiza, desde un enfoque cualitativo, cómo las estrategias pedagógicas y éticas pueden integrarse en los procesos educativos para fortalecer la alfabetización mediática. Se examinan experiencias de América y Europa, entre ellas *The Learning Network*, *The New York Times*, USMPTV, *The Economist Educational Foundation*, *Público na Escola* y Fundación Atresmedia. Los resultados muestran un compromiso común por impulsar una formación mediática interdisciplinaria que combina recursos tecnológicos, metodologías activas y valores éticos orientados a mejorar la competencia digital. No obstante, persisten desafíos relevantes: la necesidad de capacitación docente especializada, la reducción de brechas tecnológicas y el establecimiento de marcos regulatorios sólidos que respalden la alfabetización mediática crítica e inclusiva. Se subraya, finalmente, la pertinencia de estrategias innovadoras, como el aprendizaje basado en proyectos y el análisis de contenidos digitales, para consolidar un modelo integral capaz de responder a los retos del ecosistema digital global.

Palabras claves: Educación Mediática; Ciudadanía Crítica; Estrategias Pedagógicas; Ética digital; Derechos Digitales.

Abstract: Media education is essential for developing critical and participatory citizenship in a digital environment marked by misinformation and polarisation. This article takes a qualitative approach to analysing how pedagogical and ethical strategies can be integrated into educational processes to strengthen media literacy. Experiences from America and Europe are examined, including *The Learning Network*, *The New York Times*, USMPTV, *The Economist Educational Foundation*, *Público na Escola*, and Fundación Atresmedia. The results show a common commitment to promoting interdisciplinary media training that combines technological resources, active methodologies, and ethical values aimed at improving digital competence. However, significant challenges remain: the need for specialised teacher training, the reduction of technological gaps and the establishment of solid regulatory frameworks that support critical and inclusive media literacy. Finally, the relevance of innovative strategies, such as project-based learning and digital content analysis, is highlighted in order to consolidate a comprehensive model capable of responding to the challenges of the global digital ecosystem.

Keywords: Media Education; Critical Citizenship; Pedagogical Strategies; Digital Ethics; Digital Rights.

Resumo: A educação para os meios de comunicação é essencial para o desenvolvimento de uma cidadania crítica e participativa num ambiente digital marcado pela desinformação e polarização. Este artigo analisa, a partir de uma abordagem qualitativa, como as estratégias pedagógicas e éticas podem ser integradas nos processos educativos para fortalecer a literacia mediática. São examinadas experiências da América e da Europa, entre elas *The Learning Network*, *The New York Times*, USMPTV, *The Economist Educational Foundation*, *Público na Escola* e Fundación Atresmedia. Os resultados mostram um compromisso comum em promover uma formação mediática interdisciplinar que combina recursos tecnológicos, metodologias ativas e valores éticos orientados para melhorar a competência digital. No entanto, persistem desafios relevantes: a necessidade de formação especializada de professores, a redução das lacunas tecnológicas e o estabelecimento de quadros regulatórios sólidos que apoiem a literacia mediática crítica e inclusiva. Por fim, destaca-se a pertinência de estratégias inovadoras, como a aprendizagem baseada em projetos e a análise de conteúdos digitais, para consolidar um modelo integral capaz de responder aos desafios do ecossistema digital global.

Palavras-chave: Educação para os meios de comunicação; Cidadania crítica; Estratégias pedagógicas; Ética digital; Direitos digitais.

Cómo citar este artículo: Niño-Romero, M. (2026). Educación mediática y ciudadanía crítica: estrategias éticas y pedagógicas en la era digital. *Hachetetepé. Revista científica en Educación y Comunicación*, (32), 1-16. <https://doi.org/10.25267/Hachetetepe.2026.i32.1203>

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.

Este estudio tiene como objetivos específicos:

- analizar de qué modo se integra la alfabetización algorítmica en proyectos educomunicativos vinculados al periodismo;
- identificar las competencias críticas, éticas y técnicas promovidas en dichos proyectos;
- evaluar sus aportes y limitaciones para la formación de periodistas ante la automatización informativa;
- proponer orientaciones didácticas transferibles a la formación universitaria y profesional.

Sin embargo, el escenario comentado 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 (Scolari, 2014). 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, como destacan Pérez-Rodríguez y Delgado-Ponce (2012), la alfabetización mediática debe trascender la mera adquisición de habilidades técnicas para incorporar una perspectiva crítica y ética. 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. Por ende, este trabajo analiza cómo diversas iniciativas educativas internacionales han integrado estas dimensiones. Además, propone un marco educativo orientado a fortalecer la educación mediática en contextos globales.

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) hasta 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 (Celot, 2021; Matos, 2019), 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. El presente estudio busca contribuir a este debate al proponer un modelo educativo que incorpore estas dimensiones de manera cohesionada, fomentando una alfabetización mediática inclusiva y transformadora.

1.1. 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 Riande y 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 esenciales 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 (Pérez-Escolar et al., 2021; Skipper et al., 2023).
- 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 (McGrew, 2024; Wineburg et al., 2025).
- 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 (Ott y Tiozzo, 2022; Webster, 2025).

1.2. 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.

1.3. 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 (Lambert, 2013; Campos-Céspedes y De Casas-Moreno, 2023; Fernandes-Marcos et al., 2024). 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 solo 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 (Kress, 2003; Varas y González, 2016). 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 (Smeda et al., 2014; Fernández- Fernández et al., 2022).

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.

2. METODOLOGÍA

El presente análisis se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, basado en la revisión de iniciativas educativas que integran 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). Se han analizado estas iniciativas mediáticas, tal y como se ve en la tabla 1.

Tabla 1

Proyectos investigados

Ámbito	Proyecto	Entidad	Tipos de materiales	Categoría
América	<i>The Learning Network</i>	<i>The New York Times</i>	Lecciones estructuradas, escritura reflexiva, actividades lúdicas, recursos multimedia, desafíos académicos	Textos escritos, recursos multimedia, actividades digitales
América	<i>Tiempo para aprender / Extracurricular es</i>	USMPTV	Programación audiovisual, videos educativos, documentales, reportajes	Vídeos formativos, contenidos audiovisuales
Europa	<i>The Economist Educational Foundation</i>	<i>The Economist</i>	Materiales didácticos, festivales temáticos, formación docente	Guías didácticas, artículos web, talleres y eventos presenciales
Europa	<i>Público na Escola</i>	<i>Público</i>	Periódicos escolares, actividades de análisis crítico, colaboración con periodistas	Textos escritos, unidades educativas, actividades prácticas
Europa	<i>Mentes AMI / Efecto MIL / Amibox</i>	Fundación Atresmedia	Programas educativos interactivos, periodismo escolar, talleres y píldoras visuales	Textos escritos, recursos multimedia, actividades digitales

Fuente: 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, 1986, 1991).

Asimismo, el análisis de contenido se desarrolló en estas fases:

- selección intencional de seis proyectos internacionales de alfabetización mediática con componente algorítmico;
- definición de categorías analíticas basadas en la literatura (conciencia algorítmica, evaluación crítica, competencias técnicas y ética profesional);

- codificación manual de un total de 42 materiales didácticos y comunicativos (guías, vídeos, unidades formativas y recursos web);
- triangulación teórica para reforzar la fiabilidad del análisis.

La coherencia del proceso se garantizó mediante revisión iterativa de categorías.

En este sentido, este 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 Piñuel-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.

3. RESULTADOS

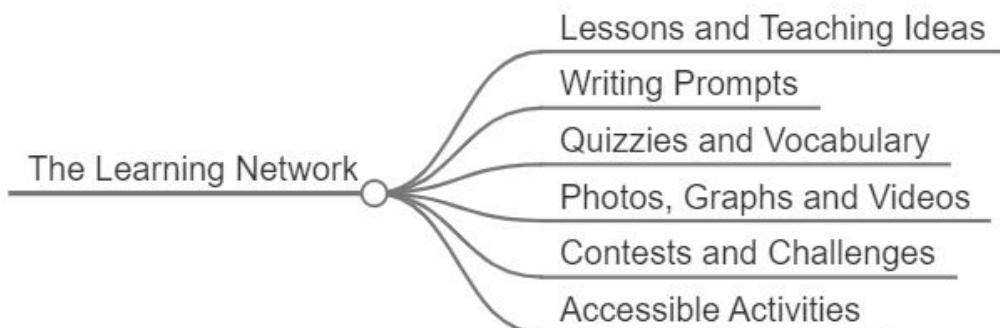
Los resultados indican que las iniciativas analizadas comparten un compromiso por integrar competencias mediáticas con valores éticos y pedagógicos.

En el contexto norteamericano, *The Learning Network* destaca por sus recursos educativos basados en contenidos periodísticos, que fomentan el pensamiento crítico y la participación en debates informados (Caplan, 2016). Además, resalta su colaboración internacional y la inclusión de lenguajes accesibles, lo que amplía el alcance del proyecto y garantiza mayor equidad (Panta, 2020). Como se muestra en la figura 1, este programa ofrece una amplia gama de actividades que incluyen lecciones estructuradas, escritura reflexiva, actividades lúdicas, recursos multimedia, desafíos académicos y actividades adaptadas a diversas necesidades (Priede, 2019).

En los materiales analizados de *The Learning Network* se identificaron actividades de escritura reflexiva orientadas a la evaluación crítica de noticias actuales, donde se solicita al alumnado justificar la credibilidad de las fuentes y contrastar informaciones procedentes de distintos medios. Estas dinámicas evidencian una integración explícita de competencias de verificación informativa y pensamiento crítico.

Figura 1

The Learning Network. proyecto



Fuente: elaboración propia.

En América Latina, la iniciativa En Casa y Aprende (UTPL, Ecuador) combina educación y comunicación para optimizar los procesos de enseñanza-aprendizaje de los niños, vinculando educación y entretenimiento para evitar la monotonía y motivar un aprendizaje más significativo (Carrión-Salinas et al., 2023).

En Europa, *The Economist Educational Foundation* se estructura en torno a tres ejes —Figura 2—: materiales didácticos, festivales temáticos de debate y formación docente. Estos recursos promueven la discusión crítica, la comprensión de temas complejos y la participación en conversaciones globales (Yeoman y Morris, 2024). La colaboración con organismos internacionales (Ashurst, British Council, KPMG, entre otros) refuerza su alcance y sostenibilidad.

Figura 2

The Economist Educational Foundation, proyecto



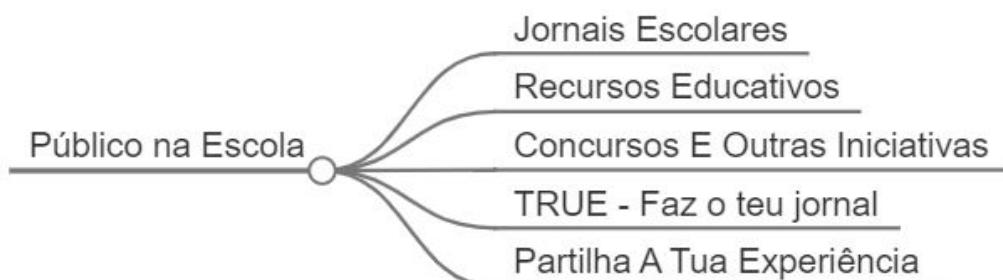
Fuente: elaboración propia.

Asimismo, el proyecto *Público na Escola* fomenta la alfabetización mediática a través de periódicos escolares y actividades críticas sobre el papel de los medios, en cooperación con periodistas y especialistas (Friesem et al., 2022), tal como vemos en la figura 3. Por su parte, Fundación Atresmedia —Figura 4— impulsa programas innovadores como Efecto MIL y Mentes AMI, que combinan creatividad con aprendizaje ético (Martín-Jiménez, 2023; García-Ruiz et al., 2016). También forma parte de este desarrollo educativo Amibox.

En iniciativas como Efecto MIL y Mentes AMI, los contenidos audiovisuales presentan situaciones simuladas de consumo mediático que invitan a reflexionar sobre la ética informativa y la responsabilidad digital. El análisis de estos materiales permitió

codificar categorías vinculadas a valores éticos, uso responsable de redes sociales y prevención de la desinformación.

Figura 3
Público na Escola, proyecto



Fuente: elaboración propia.

Figura 4
Fundación Atresmedia, proyecto



Fuente: elaboración propia.

Otro ejemplo es USMPTV, que utiliza recursos audiovisuales distribuidos en YouTube para captar la atención juvenil con contenidos breves e impactantes (Rivera-Rogel et al., 2022). Su programación se organiza en dos áreas, lo vemos en la figura 5:

- Tiempo para aprender (ciencias, comunicación, historia, economía y matemáticas) y
- Extracurriculares (lectura, valores, documentales, noticias, arte, emprendimiento y reportajes especiales).

En el caso de USMPTV, los vídeos educativos analizados priorizan formatos breves y narrativas visuales dinámicas, lo que favorece la accesibilidad y la motivación juvenil. No obstante, el análisis de contenido muestra una presencia limitada de actividades orientadas a la reflexión crítica profunda, predominando un enfoque informativo frente a uno analítico.

Figura 5
USMPTV, proyecto



Fuente: elaboración propia.

Los hallazgos muestran avances significativos en el desarrollo de competencias mediáticas, pero también retos persistentes: formación docente insuficiente, desigualdades tecnológicas y carencias en el análisis crítico de la información (Rodríguez-Hidalgo et al., 2023).

En conjunto, los resultados presentados en la tabla 2 se derivan del análisis de contenido cualitativo de materiales didácticos y comunicativos, seleccionados de manera intencional en función de su relevancia pedagógica y mediática. La codificación se realizó a partir de categorías analíticas previamente definidas —pensamiento crítico, ética digital, competencias mediáticas y enfoque pedagógico—, lo que permitió identificar patrones comunes y diferencias significativas entre los proyectos. Esta sistematización facilita una lectura comparativa de los resultados y refuerza su consistencia empírica. Los hallazgos se fundamentan en la comparación sistemática de materiales educativos, audiovisuales y digitales, permitiendo identificar regularidades y divergencias en las estrategias de alfabetización mediática implementadas por cada iniciativa.

Tabla 2

Síntesis comparativa de resultados por proyecto

Proyecto	Estrategias de alfabetización mediática	Competencias promovidas	Principales desafíos
<i>The Learning Network</i> (América)	Lecciones estructuradas, escritura reflexiva, análisis de noticias reales, actividades interactivas	Pensamiento crítico, verificación de fuentes, argumentación ética	Necesidad de profundizar alfabetización algorítmica
USMPTV (América)	Contenidos audiovisuales breves, educación formal y extracurricular vía plataformas digitales	Comprensión mediática, acceso equitativo, motivación juvenil	Limitada profundización crítica y ética
<i>The Economist Educational Foundation</i> (Europa)	Materiales didácticos, festivales de debate, formación docente	Ciudadanía global, análisis interdisciplinar, debate informado	Dependencia de recursos institucionales
<i>Público na Escola</i> (Europa)	Periódicos escolares, análisis crítico con periodistas	Lectura crítica, producción informativa responsable	Escalabilidad del modelo
Fundación Atresmedia (Europa)	Periodismo escolar, talleres interactivos, píldoras audiovisuales	Creatividad, ética mediática, competencia digital	Requiere mayor acompañamiento pedagógico

Fuente: elaboración propia.

4. DISCUSIONES

Los resultados evidencian que los proyectos analizados responden a un objetivo común: formar una ciudadanía crítica, ética y participativa en la era digital. Sin embargo, su impacto varía en función de los contextos y los recursos disponibles.

En el caso de *The Learning Network* y USMPTV, la clave está en la diversidad de formatos y recursos que atraen a los jóvenes mediante la combinación de pedagogía, entretenimiento y tecnología. Estos enfoques confirman que la interactividad y la accesibilidad son determinantes para consolidar aprendizajes significativos, pero también muestran que los jóvenes priorizan el uso instrumental de las TIC por la seguridad que les ofrecen, dejando en segundo plano la verificación y el análisis crítico de la información (Rodríguez-Hidalgo et al., 2023).

Los proyectos europeos, como *The Economist Educational Foundation* o *Público na Escola*, subrayan la importancia de los enfoques interdisciplinarios y colaborativos. Coinciden con lo señalado por Lewandowsky et al. (2020) sobre la necesidad de estrategias combinadas —regulatorias, educativas y tecnológicas— para contrarrestar los efectos de la desinformación. Estos programas muestran que la alfabetización mediática no puede abordarse desde una sola disciplina, sino que debe integrar la comunicación, la educación, las ciencias sociales y la tecnología.

Un desafío transversal es la formación docente especializada, señalada como condición indispensable para garantizar la sostenibilidad de los programas (Danós Díaz, 2021). La capacidad de los profesores para integrar medios y tecnologías en sus planificaciones pedagógicas resulta prometedora, aunque aún persisten vacíos en dimensiones como la ética mediática, la gestión emocional frente a los medios y la promoción de ciudadanía digital responsable (Andrade et al., 2024).

De igual modo, la innovación en alfabetización mediática no debería medirse solo en términos tecnológicos, sino también en función de su impacto en la responsabilidad social, la ética y la calidad informativa (García-Avilés et al., 2023). En este sentido, programas como Fundación Atresmedia o USMPTV, al recurrir a contenidos audiovisuales breves y dinámicos, se posicionan como ejemplos de “píldoras visuales” que mejoran el acceso y la comprensión, pero requieren mayor acompañamiento pedagógico para profundizar en la reflexión crítica (Rivera-Rogel et al., 2022).

Finalmente, los resultados respaldan lo planteado por Munguía et al. (2024): avanzar hacia una alfabetización emancipadora que no solo desarrolle competencias técnicas, sino que también forme en ética digital y participación ciudadana. Esto es especialmente relevante en un ecosistema informativo donde las redes sociales son fuente predominante de información, pese a su baja credibilidad percibida.

5. 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 solo comprendan los medios, sino que también actúen de manera responsable en sus interacciones digitales.

En este sentido, de acuerdo con Beltrán y Samaniego (2021), 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.

Entre las principales limitaciones del estudio se encuentra el tamaño reducido y no probabilístico de la muestra, así como el predominio de proyectos de contexto occidental. Futuras investigaciones podrían ampliar el corpus empírico, incorporar estudios comparativos longitudinales y analizar la implementación directa de la alfabetización algorítmica en redacciones periodísticas. 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.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abarca, A., Sibaja, G., Alpízar, F., y Rojas, C.M. (2012). *Técnicas cualitativas de investigación*. Universidad de Costa Rica.
- 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 & Red Alfamed. <https://doi.org/10.3916/Alfamed2024>.
- Bardin, L. (1986). *Análisis de contenido*. Ediciones Akal.
- Bardin, L. (1991). *Análisis de contenido* (Vol. 89). Ediciones Akal.
- Beltrán, A. M., y Samaniego, J. M. (2021). Media and digital literacy: from particularities to encounters and possibilities. En *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.
- Campos Céspedes, J. y de Casas Moreno, P. (2023). Nuevas narrativas para la ciberciudadanía: estrategias y experiencias educomunicativas. *Rotura-Revista de Comunicação, Cultura e Artes*, (Especial), 8-11.
- Caplan, R. (2016, 22 de noviembre). Facebook must acknowledge and change its financial incentives. *The New York Times*. <https://bit.ly/4e7FCH9>
- Carolyn, W., Alton, G., Ramon, T., Kwame, A., y Chi Kim, C. (2012). *Alfabetización mediática e informacional: Curriculm para profesores*. UNESCO.
- 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*. Uoc.edu <https://bit.ly/417QSiA>

- 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), 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05056>
- Celot, P. (2021). Media coach. *How to become a media Literacy Coach*. Eavi.eu <https://bit.ly/3MVKaEB>
- Consejo de Europa. (1950). *Convención para la Protección de los Derechos Humanos y de las Libertades Fundamentales*. Consejo de Europa.
- 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 Gómez 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>
- Fernandes-Marcos, A., Maneira, A., y Pereira, S. E. (2024, diciembre). The contribution of personal digital narratives in e-learning environments: towards a sustainable virtual pedagogical model. En *9th International Conference on Social Sciences and Humanities (ICSSH2024)*. Science Publishing Group.
- Fernández-Fernández, Á., Andaluz-Antón, L., y Sacaluga-Rodríguez, I. (2022). El papel de las narraciones digitales interactivas en los procesos de alfabetización mediática y comunicacional. *Etic@ net: Revista Científica Electrónica de Educación y Comunicación en la Sociedad del Conocimiento*, 22(1), 70-89. <https://doi.org/10.30827/eticanet.v22i1.24065>
- Friesem, Y., Raman, U., Kanižaj, I., y Choi, G. Y. (2022). *The Routledge handbook of media education futures post-pandemic*. Taylor & Francis. <https://doi.org/10.4324/9781003283737>
- García-Avilés, J. A.; Herrera, S. y Meier, K. (2023). Innovación periodística: ampliar el campo de la investigación [Presentación del monográfico]. *Doxa Comunicación*, 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). *Educar para los nuevos Medios. Claves para el desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital*. Editorial ABYA-YALA. <https://bit.ly/4oCyYyl>
- Hernández-Sampieri, R.; Fernández-Collado, C., y Baptista-Lucio, P. (2014) *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Kress, G. (2003). *Literacy in the new media age*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203299234>
- Lambert, J. (2013). *Digital storytelling: capturing lives, creating community*. Routledge.
- 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), 2–22. <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* [Tesis de máster, 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., Seixas, A., Festas, I., y Bobrowicz-Campos, E. (2023). Literacia digital e mediática e o papel de variáveis contextuais—um estudo com alunos do ensino básico. *VI Congresso Literacia, Media e Cidadania: Transição Digital e Políticas Públicas*. Ciência Iscte.
- McGrew, S. (2024). Teaching lateral reading: interventions to help people read like fact checkers. Current Opinion in Psychology, 55, 101-737.
<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2023.101737>
- Munguía, P. P., Arellano, P. R., y Serrano, M. H. (2024). Critical and civic digital citizenship: teachers' perceptions on disinformation. In *Edulearn24 Proceedings* (pp. 3548-3558). IATED. <https://doi.org/10.21125/edulearn.2024.0923>
- Naciones Unidas. (1948). *Declaración Universal de los Derechos Humanos*. Naciones Unidas.
- Ott, T., y Tiozzo, M. (2022). Digital media ethics: benefits and challenges in school education. *International Journal of Mobile and Blended Learning (IJMBL)*, 14(2), 1-8. <https://doi.org/10.4018/IJMBL.304459>
- 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., Maneira, A. y Fernandes-Marcos, A. (2024). Narrativas digitales personales como herramienta de e-learning: de la sostenibilidad cultural a un modelo pedagógico virtual. En *Actas de EDULEARN24* (p. 7520).
<https://doi.org/10.21125/edulearn.2024>
- Pérez-Escolar, M., Ordóñez-Olmedo, E., y Alcaide-Pulido, P. (2021). Fact-checking skills and project-based learning about infodemic and disinformation. *Thinking Skills and Creativity*, 41. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2021.100887>
- 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>
- Piñuel-Rraigada, 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*. 12th International Conference of Education, Research and Innovation (Iceri 2019). 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.

- In 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., e Islas, O. (2024). Referentes iberoamericanos en la Alfabetización Mediática Informacional (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. (2014). Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. *Anuario AC/E de cultura digital*, pp. 71-81. Acción Cultural Española (AC/E).
- Scolari, C. A. (2023). In media(tization) studies we love metaphors. *Matrizes*, 17(1), 37-56. <https://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>
- Skipper, Y., Jolley, D., y Reddington, J. (2023). 'But wait, that isn't real': A proof-of-concept study evaluating 'Project Real', a co-created intervention that helps young people to spot fake news online. *British Journal of Developmental Psychology*, 41(4), 371-384. <https://doi.org/10.1111/bjdp.12456>
- Smeda, N., Dakich, E., y Sharda, N. (2014). The effectiveness of digital storytelling in the classrooms: a comprehensive study. *Smart Learning Environments*, 1(1), 6, 1-21. <https://doi.org/10.1186/s40561-014-0006-3>
- Strauss, A.R., y Corbin, J.M. (2002). *Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría*. Universidad de Antioquia.
- Varas, M. y González, C. (2016). Interactividad en sitios web de medios: buscando nuevas formas de diálogo con sus usuarios. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 22(1), 549-566. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2016.v22.n1.52613
- Webster, J. (2025). Defining digital citizenship and digital citizenship education: a Delphi study. *Journal of Research on Technology in Education*, 1-16. <https://doi.org/10.1080/15391523.2025.2536564>
- Wineburg, S., Smith, M., Breakstone, J., y Evans, M. (2025). From scrolling to scrutiny: incorporating online source evaluation into an introductory university course. SSRN. <https://doi.org/10.2139/ssrn.5242038>
- 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>

Declaración de conflicto de intereses: Los autores declaran no tener conflictos de intereses

Uso de la Inteligencia Artificial: Los autores declaran que han utilizado la inteligencia artificial para [mejora del estilo] ChatGPT.

Financiación. Esta investigación no recibió ninguna financiación externa

Disponibilidad de los datos: Datos incluidos en el propio artículo o material suplementario