

COLABORACIÓN GLOBAL Y ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA: ANÁLISIS CRÍTICO DE CASOS INTERNACIONALES SOBRE LA GESTIÓN Y PARTICIPACIÓN EDUCATIVA

LIC. MÓNICA NIÑO ROMERO
<https://orcid.org/0000-0002-7409-5124>
monica.nino@alu.uhu.es
Universidad de Huelva, España

DRA. ÁGUEDA DELGADO PONCE
<https://orcid.org/0000-0003-3261-2434>
agueda.delgado@dfesp.uhu.es
Universidad de Huelva, España

Recibido: 21 de septiembre del 2024 / Aceptado: 28 de marzo del 2025
doi: <https://doi.org/10.26439/contratexto2025.n43.7406>

RESUMEN. En la sociedad actual, la alfabetización mediática se erige como la clave para la consecución de una educación eficaz y de ciudadanos críticos y participativos. Sin embargo, aún queda mucho por hacer para que la educación en medios se integre de manera efectiva y llegue a la mayor parte de las personas. El estudio tiene como objetivo evaluar cómo distintos proyectos mediáticos contribuyen a la alfabetización mediática y a la educación crítica de las audiencias en América del Norte, Latinoamérica y Europa. Para ello se realizó un análisis de contenido de iniciativas como The Learning Network del *New York Times*, USMPTV en Perú, The Economist Educational Foundation en Reino Unido, Público na Escola en Portugal, y las iniciativas de Fundación Atresmedia en España (Mentes AMI, Efecto MIL y Amibox). Los principales resultados revelan que las colaboraciones entre medios y educación fortalecen la capacidad de las personas para analizar críticamente la información mediática, ya que estos programas no solo ofrecen recursos educativos, sino que también promueven una ciudadanía informada y comprometida. La investigación resalta, finalmente, la necesidad de enfoques integrales y sostenibles que garanticen el acceso equitativo y la capacitación adecuada del personal educativo, superando limitaciones tecnológicas y socioculturales.

PALABRAS CLAVE: alfabetización mediática / pensamiento crítico / competencias digitales / colaboración educativa / innovación tecnológica

GLOBAL COLLABORATION AND MEDIA LITERACY: A CRITICAL ANALYSIS OF INTERNATIONAL CASES OF EDUCATIONAL MEDIA MANAGEMENT AND PARTICIPATION

ABSTRACT. In today's society, media literacy is the key to effective education and critical and participatory citizenship; however, much remains to be done for media education to be effectively integrated and reach the majority of people. The study aims to assess how different media projects contribute to media literacy and critical education of audiences in North America, Latin America and Europe. To this end, a content analysis was carried out of initiatives such as *The Learning Network* of the *New York Times*, USMPTV in Peru, *The Economist Educational Foundation* in the United Kingdom, *Público na Escola* in Portugal, and the initiatives of Fundación Atresmedia in Spain (Mentes AMI, Efecto MIL and Amibox). The main results reveal that collaborations between media and education strengthen people's ability to critically analyse media information, as these programmes not only offer educational resources, but also promote informed and engaged citizenship. Finally, the research highlights the need for comprehensive and sustainable approaches that ensure equitable access and adequate training of educational personnel, overcoming technological and socio-cultural limitations.

KEYWORDS: media literacy / critical thinking / digital competences / educational collaboration / technological innovation

COLABORAÇÃO GLOBAL E LITERACIA MEDIÁTICA: UMA ANÁLISE CRÍTICA DE CASOS INTERNACIONAIS DE GESTÃO E PARTICIPAÇÃO NOS MEDIA EDUCATIVOS

RESUMO. Na sociedade atual, a literacia mediática é a chave para uma educação eficaz e para uma cidadania crítica e participativa; no entanto, há ainda muito a fazer para que a educação para os media seja efetivamente integrada e chegue à maioria das pessoas. O estudo pretende avaliar a forma como diferentes projectos mediáticos contribuem para a literacia mediática e a educação crítica do público na América do Norte, na América Latina e na Europa. Para tal, foi realizada uma análise de conteúdo de iniciativas como *The Learning Network* do *New York Times*, USMPTV no Peru, *The Economist Educational Foundation* no Reino Unido, *Público na Escola* em Portugal, e as iniciativas da Fundación Atresmedia em Espanha (Mentes AMI, Efecto MIL e Amibox). Os principais resultados revelam que as colaborações entre os media e a educação reforçam a capacidade das pessoas para analisar criticamente a informação dos media, uma vez que estes programas não só oferecem recursos educativos, como também promovem uma cidadania informada e empenhada. Por fim, a investigação destaca a necessidade de abordagens abrangentes e sustentáveis que garantam um

acesso equitativo e uma formação adequada do pessoal educativo, ultrapassando as limitações tecnológicas e socioculturais.

PALAVRAS-CHAVE: literacia mediática / pensamento crítico / competências digitais / colaboração educativa / inovação tecnológica

INTRODUCCIÓN

En la sociedad contemporánea, en la que los medios son cada vez más omnipresentes, el bulo campa a sus anchas y la inteligencia artificial está poniendo a prueba los límites del ser humano. La alfabetización mediática se ha vuelto crucial para el desarrollo de habilidades críticas y reflexivas en los ciudadanos, así como para su participación activa en la esfera pública. En este contexto, el estudio tiene como objetivo evaluar cómo distintos proyectos mediáticos contribuyen a la alfabetización mediática y a la educación crítica de las audiencias. Este enfoque analiza especialmente proyectos que se centran en la comprensión de los medios de comunicación en los institutos y escuelas, así como en la creación de productos periodísticos. Estas colaboraciones entre medios de comunicación y otros actores constituyen un esfuerzo significativo destinado a fomentar una ciudadanía activa, bien informada (Vázquez-Herrero, 2022) y capacitada para enfrentar los desafíos de la sociedad contemporánea.

Importancia de la alfabetización mediática en la educación contemporánea

La educomunicación ha evolucionado dentro de un nuevo paradigma, fundamentado en las comunicaciones digitales en internet (Castells, 2002). Además, se reconoce su importancia como una herramienta educativa fundamental, que debe adaptarse a las necesidades de la sociedad en general y contribuir al bienestar individual (Celot, 2012). La alfabetización mediática ha emergido como un tema de creciente interés en el ámbito de la educomunicación, con numerosas iniciativas dirigidas a promover el pensamiento crítico y la comprensión de los medios de comunicación entre los estudiantes de manera integral (Romero-Romero et al., 2024). Como señalan Matos dos Santos (2019) y Pérez-Rodríguez et al. (2022), existe una necesidad de actualizar los enfoques tradicionales de la educación mediática para incluir competencias digitales y el análisis crítico de contenidos *online*. En este sentido, no solo amplía el espectro de habilidades que los estudiantes deben desarrollar, sino que también les permite navegar de manera más efectiva en un entorno mediático cada vez más complejo y dinámico.

Además, la innovación en contenidos mediáticos y soportes como la radio *online* (Dávila-Navarro, 2022), la televisión digital, las redes sociales, la inteligencia artificial, etcétera, constituye una característica de originalidad en los nuevos medios o espacios comunicativos que requieren de destrezas diferentes a las adquiridas en épocas anteriores.

Por otro lado, según investigaciones recientes (Matos dos Santos, 2019; Pérez-Rodríguez et al., 2024), las diferencias en los niveles de acceso a la tecnología y la diversidad de recursos disponibles son factores determinantes en la efectividad de los programas o proyectos formativos de alfabetización mediática y se deben superar esas limitaciones abriendo el espacio con formatos y soportes diversos.

Por tanto, la alfabetización mediática en la era digital no solo es una herramienta educativa fundamental, sino también un componente esencial para el desarrollo de una ciudadanía crítica y comprometida.

De ahí que, desde diversos países, se hayan desarrollado proyectos innovadores de alfabetización mediática, dirigidos a estudiantes de diferentes niveles educativos. Estos proyectos buscan capacitar a los ciudadanos y actualizar a los profesionales de la comunicación para que se adapten a un entorno digital en constante cambio (Aguaded et al., 2016; Buitrago et al., 2015). Las iniciativas suelen ofrecer actividades prácticas, que permiten a los jóvenes explorar y analizar los medios de comunicación. Muchos de estos proyectos se llevan a cabo en colaboración con medios de comunicación —que proporcionan recursos, orientación y acceso a profesionales del sector—, con órganos audiovisuales reguladores y con entidades profesionales del sector de la comunicación. Esta colaboración enriquece la experiencia educativa de los estudiantes y les brinda una comprensión más profunda del funcionamiento de los medios de comunicación en la sociedad contemporánea.

Por otro lado, las políticas públicas son fundamentales en la implementación efectiva de iniciativas mediáticas. Sobre todo, son esenciales en algunos ámbitos más desfavorecidos. El estudio se fundamenta en casos de iniciativas privadas, pero la labor pública es determinante para reducir o acabar con las brechas digitales y educativas. Como señala Fernández (2021), nos encontramos con las tres brechas digitales: brecha de acceso, brecha de competencias y brecha de aprovechamiento. La imposibilidad de acceder al espacio digital condena a las personas a la incompetencia y, posteriormente, al desaprovechamiento. Este aspecto da lugar al próximo punto sobre dichas políticas públicas y la conexión con la alfabetización mediática.

Políticas públicas

A nivel internacional, la alfabetización mediática ha sido reconocida como un componente esencial para la educación de la ciudadanía. La Unesco, desde 1979, definió este concepto como una herramienta para fortalecer la capacidad crítica de los ciudadanos frente a los medios (Aguaded, 2012). Esta organización ha promovido políticas que integran la educación en medios dentro de los sistemas educativos formales e informales, estableciendo estándares globales.

En Europa, la Unión Europea ha demostrado un compromiso tangible en este ámbito, adoptando la Directiva de Servicios de Medios Audiovisuales (Unión Europea, 2007), que establece directrices específicas sobre educación mediática y refuerza la responsabilidad de los Estados miembros en el diseño de políticas públicas. La inversión en desarrollo tecnológico ha sido una prioridad, con la recomendación de destinar al menos el 3 % del presupuesto nacional a la promoción de innovación tecnológica y educativa, según Turlea et al. (2010). Estos esfuerzos han permitido la creación de

un marco comunitario coherente que promueve la equidad digital y fomenta competencias mediáticas en la ciudadanía. Haciendo unión entre territorios, la Red Alfamed, red interuniversitaria euroamericana de investigación sobre competencias mediáticas, creada en 2014, es un referente colaborativo entre 19 países euroamericanos (Loaiza-Lima et al., 2024).

En contraste, en América del Norte, aunque existen iniciativas significativas en Estados Unidos, estas no han alcanzado el mismo nivel de cohesión institucional que en Europa. Tyner (2013) señala que las políticas públicas en este contexto se enfocan más en la alfabetización digital que en la mediática, lo que refleja un énfasis en el acceso técnico y menos en el desarrollo crítico frente a los medios.

En América Latina, el escenario presenta aún mayores desafíos. Las brechas digitales y educativas están marcadas por desigualdades estructurales y un acceso limitado a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Durán Becerra (2016) identifica marcos regulatorios escasos y ambiciones limitadas en cuanto a alfabetización mediática. Aunque algunos países han implementado regulaciones enfocadas en el acceso a internet y a las TIC, estas políticas tienden a centrarse exclusivamente en la alfabetización digital, ignorando el componente crítico y reflexivo de la alfabetización mediática (Katz & Callorda, 2015). Esta situación refleja una omisión clave en el diseño de políticas públicas: la falta de integración de la alfabetización mediática como un eje estratégico para cerrar las brechas educativas y digitales. En muchos casos, predomina un enfoque centrado en la regulación de contenidos y medios —conocido como modelo regulador—, el cual se orienta principalmente al control institucional de la información, más que al desarrollo de competencias críticas en los ciudadanos. En contraposición, en el contexto latinoamericano se plantea con mayor fuerza una línea orientada a empoderar al ciudadano como sujeto activo en la producción y análisis de los medios (Mateus & Quiroz, 2017). La ausencia de un enfoque estructural y de inversiones sostenidas limita la capacidad de estas políticas para escalar iniciativas mediáticas efectivas. Esto subraya la necesidad urgente de adoptar un marco de políticas públicas ambicioso y multidimensional que no solo promueva el acceso, sino también el uso crítico y reflexivo de los medios. En definitiva, existe una confusión entre tecnología educativa y educación mediática, entre enseñar con los medios y enseñar sobre los medios; por lo tanto, las políticas públicas juegan un papel determinante (Mateus, 2023). Además, cuando el impulso público no existe o es escaso, es la sociedad civil o las entidades privadas las que toman este espacio y protagonizan el papel catalizador de la educomunicación en sus ámbitos correspondientes, ya sea con iniciativas civiles (asociaciones, organizaciones profesionales, etcétera) o desde grandes grupos.

Por último, la continua evolución de los proyectos de alfabetización mediática, impulsada por la colaboración entre educadores y profesionales de los medios,

subraya la importancia de adaptar constantemente las estrategias educativas a las necesidades y desafíos del entorno mediático contemporáneo.

Innovación en proyectos de alfabetización mediática

Algunos ejemplos destacados de proyectos de alfabetización mediática desarrollados en colaboración con medios de comunicación incluyen iniciativas en el continente americano, Norteamérica (Estados Unidos) y Latinoamérica (Perú), y en el continente europeo, Reino Unido, España y Portugal.

La reinención del icónico periódico norteamericano *The New York Times* se observa en una transformación profunda en la organización, tanto en sus equipos de trabajo como en sus procesos. En opinión de Conde Melguizo (2018), destaca cómo la compañía ha adoptado nuevos enfoques y estrategias para adaptarse a los cambios del entorno mediático contemporáneo. Esta evolución ha implicado una reestructuración significativa de sus dinámicas internas, promoviendo una mayor colaboración interdisciplinaria y la incorporación de tecnologías avanzadas que optimizan la producción y difusión de contenido. Además, se han implementado innovaciones en la gestión editorial y en la interacción con la audiencia, reflejando un compromiso renovado con el periodismo de calidad en la era digital.

En este contexto, surge The Learning Network, de *The New York Times*, un proyecto norteamericano gratuito que ofrece recursos educativos y actividades para fomentar la comprensión y el pensamiento crítico entre los estudiantes. Para ello, provee a profesores y estudiantes de recursos educativos y curriculares (Caplan, 2016), concursos, foros de discusión, etcétera. Todos los recursos utilizan contenido de *The New York Times* como herramientas de enseñanza y se destinan principalmente a estudiantes de trece años en adelante, aunque pueden utilizarlos también escuelas primarias y universidades.

USMPTV, en Perú, es un canal de televisión colaborativo creado por la Universidad San Martín de Porres, que ofrece programas, talleres y actividades de producción audiovisual para promover la alfabetización mediática y el pensamiento crítico entre los estudiantes de secundaria (Danós Díaz, 2021). Incluye programas basados en el currículo nacional de educación básica y otros extracurriculares que se transmiten las 24 horas del día. Desde el canal educocomunicativo USMPTV se promueve un itinerario de refuerzo de enseñanza en materias escolares (Panta, 2020), a través de una programación educativa y entretenida.

Fundado en 1843, *The Economist* ha forjado una historia en el periodismo de calidad; aunque con episodios de dificultades financieras, se ha caracterizado por preservar la independencia editorial (Edwards, 1995). Vinculado a este baluarte del periodismo inglés, el proyecto The Economist Educational Foundation (TEEF), en el Reino Unido, proporciona materiales educativos basados en el contenido de *The*

Economist para ayudar a los estudiantes a comprender temas complejos y desarrollar habilidades críticas (Yeoman & Morris, 2024). Se trata de una organización benéfica independiente que trata de empoderar a los niños/as con los conocimientos y destrezas que requieren en estos tiempos de desinformación y polarización.

En Portugal, destaca Público na Escola, un proyecto de alfabetización mediática del diario *Público* que ofrece recursos educativos y actividades prácticas para fomentar la comprensión de la prensa entre los estudiantes portugueses (García-Ruiz et al, 2016). Tiene, por tanto, la finalidad de hacer a los jóvenes menos indefensos frente los desafíos de los medios actuales. Conseguir que sean capaces de distinguir el periodismo de la propaganda, la desinformación, notar la falta de contradicción, tomar decisiones, etcétera.

En España, la Fundación Atresmedia, de carácter privado, desempeña un papel crucial en la promoción de la alfabetización mediática para el Grupo Atresmedia. Destaca por su participación en la Alianza MIL (Media and Information Literacy) de la Unesco, que busca fomentar la cooperación global para garantizar que los ciudadanos adquieran competencias esenciales en comunicación e información (Parra & Velandia, 2021). A través de su afiliación con la Alianza MIL, la Fundación Atresmedia se compromete a implementar programas y proyectos que capaciten a la población en el análisis crítico y el uso responsable de los medios de comunicación. Este enfoque no solo promueve la comprensión de los contenidos mediáticos, sino que también enfatiza la importancia de la ética y la responsabilidad en la producción y difusión de información, asegurando que los ciudadanos estén bien equipados para participar activamente en la sociedad digital contemporánea (Aguaded et al., 2022). Este planTEAMIENTO de la alfabetización mediática se articula a través de tres planes:

- Efecto MIL, que impulsa el uso adecuado de las redes sociales entre los jóvenes, a partir de la creación de vídeos.
- Mentos AMI, que favorece la participación de niños y jóvenes a través de dos acciones complementarias: una convocatoria de premios para difundir acciones educativas y un gran encuentro educativo anual.
- Amibox, centrada en Bubuskiki, un programa audiovisual orquestado por once marionetas, dirigido a niños y niñas, que aborda temas sobre TIC, pantallas y comunicación (Martín Jiménez, 2023).

Estos proyectos representan un compromiso significativo por parte de los medios de comunicación en la educación mediática de los jóvenes y demuestran el potencial de la colaboración entre medios y educadores para promover la alfabetización mediática y el pensamiento crítico en la sociedad contemporánea. De ahí la importancia de este trabajo, que pretende analizar el desarrollo de la competencia mediática en estos proyectos educativos de los medios.

METODOLOGÍA

El presente estudio se ha desarrollado bajo un enfoque cualitativo, fundamentado en la necesidad de comprender en profundidad los procesos involucrados en el desarrollo de la alfabetización mediática a través de diversas propuestas formativas en medios de comunicación. Como señalan Strauss y Corbin (2002), la metodología cualitativa es idónea para abordar la naturaleza compleja del fenómeno de estudio, pues permite capturar las sutilezas y dinámicas subyacentes. En concordancia con esta aproximación, se ha empleado el análisis de contenido cualitativo, una técnica ampliamente utilizada en investigaciones sociales para la interpretación de materiales comunicativos (Bardin, 1991; Berelson, 1952).

A continuación, el análisis de contenido se ha aplicado a un corpus compuesto por textos, videos y otros contenidos audiovisuales, seleccionados de una muestra intencional de cinco proyectos formativos. La elección de estos proyectos responde a su accesibilidad, su enfoque en el desarrollo de la alfabetización mediática y su representación de distintas realidades geográficas, abarcando países de Europa y América. Esta técnica permite no solo identificar patrones temáticos y simbólicos en los materiales, sino también interpretar su significado dentro de los contextos culturales y educativos en los que fueron producidos (Abarca et al., 2012; Hernández Sampieri et al., 2014).

Por otro lado, para asegurar la validez y confiabilidad de los datos obtenidos, el estudio ha seguido criterios rigurosos de selección y análisis (Levitt et al., 2017; Singh et al., 2021). La muestra ha sido seleccionada mediante un procedimiento de muestreo intencionado o teórico, el cual se basa en la relevancia de los casos para el fenómeno investigado: proyectos con contenidos textuales, visuales y sonoros (Castillo-Abdul et al., 2020; Sautu et al., 2005). Este enfoque asegura que los programas seleccionados aporten información significativa sobre el desarrollo de la alfabetización mediática en distintos contextos socioculturales. Bajo estos preceptos, se ha llevado a cabo el muestreo, deteniéndose una vez que los datos recolectados dejaron de ofrecer información novedosa.

Finalmente, el análisis de contenido se ha realizado mediante un proceso sistemático de codificación y categorización, siguiendo los procedimientos descritos por Bardin (1991) y Piñuel Raigada (2002). El análisis se ha estructurado en las fases de identificación de patrones temáticos en los textos, codificación de categorías clave mediante análisis cualitativo y comparación transversal de resultados. Las unidades de análisis (textos, videos y contenidos audiovisuales) fueron desglosadas en códigos temáticos y, posteriormente, agrupadas en categorías conceptuales que permitieran identificar patrones comunes y divergencias significativas entre los proyectos. Esta metodología no solo facilita la comparación entre los diferentes casos, sino que también permite profundizar en la comprensión de las estrategias pedagógicas empleadas en la enseñanza de la alfabetización mediática, como vemos en la Tabla 1.

Tabla 1
Categorías, definición, ejemplo de aplicación

Categoría	Definición	Ejemplo de aplicación
Accesibilidad	Facilidad con la que los usuarios pueden acceder a los recursos educativos y tecnológicos	Programas con subtítulos y lenguaje de señas
Interactividad	Grado de participación activa del usuario en el contenido mediático y educativo	Uso de foros de discusión, encuestas y concursos
Colaboración interdisciplinar	Participación de diversas disciplinas en la creación de materiales educativos	Alianzas entre periodistas, docentes y expertos en medios
Pensamiento crítico	Estrategias utilizadas para fomentar el análisis y cuestionamiento de la información mediática	Talleres de verificación de noticias falsas
Enfoque curricular	Relación del proyecto con los programas educativos oficiales	Recursos alineados con planes de estudio nacionales
Uso de tecnología	Aplicación de herramientas digitales para potenciar el aprendizaje mediático	Plataformas interactivas, inteligencia artificial en educación
Producción de contenidos	Creación de materiales propios por parte de los estudiantes o educadores	Elaboración de periódicos escolares y podcasts educativos
Impacto en la comunidad	Alcance del proyecto en la transformación social y educativa de los participantes	Formación de comunidades críticas en medios de comunicación

Adicionalmente, se ha seguido un enfoque reflexivo en la interpretación de los resultados, teniendo en cuenta la perspectiva de triangulación metodológica y el análisis crítico de los datos para fortalecer la validez interna del estudio. Esto se ha hecho bajo una fundamentación de consistencia y replicabilidad de los hallazgos (Heale & Twycross, 2015; Rose & Johnson, 2020) y con la contrastación con la literatura existente para garantizar la robustez de los resultados (Harrison et al., 2020; Hayashi et al., 2019; Hou & Aryadoust, 2021).

RESULTADOS

Una vez realizado el análisis, los resultados se presentan atendiendo a los proyectos seleccionados y considerando su estructura, la colaboración con otros organismos, la multidisciplinariedad y el desarrollo del pensamiento crítico.

En primer lugar, en el espacio norteamericano, The Learning Network (ver Figura 1) implementa varias acciones, que incluyen lecciones e ideas de aprendizaje (*lessons and teaching ideas*), consultas (*writing prompts*), pasatiempos (*quizzies and vocabulary*), fotos y videos (*photos, graphs and videos*), retos (*contests and challenges*) y actividades accesibles (*accessible activities*). Esta variedad de recursos combina contenidos educativos, lúdicos, visuales, prácticos e inclusivos, lo cual favorece un desarrollo idóneo, principalmente para la población joven (Priede, 2019).

Figura 1*The Learning Network. Proyecto*

La colaboración entre medios de comunicación y el ámbito educativo representa una estrategia efectiva para enriquecer la experiencia de aprendizaje de los estudiantes. Además, esta colaboración proporciona una comprensión más profunda del papel de los medios en la sociedad contemporánea. Ejemplos como The Learning Network destacan la importancia de integrar los medios masivos en los procesos educativos, para así facilitar tanto la alfabetización mediática como el desarrollo del pensamiento crítico.

Asimismo, aunque el planteamiento del proyecto no está estructurado en una multiplicidad de disciplinas, sí aborda aspectos y contenidos diversos relacionados con diferentes áreas. Esto se vincula a la diversidad de códigos presentes en los medios de comunicación (gráficos, videos, juegos) que requieren atención en la formación mediática. En consecuencia, la educación mediática, al integrar docentes y medios de comunicación masiva, establece de manera eficiente un modelo educativo sólidamente fundamentado. Este es precisamente el enfoque que utiliza The Learning Network, orientado a fomentar la alfabetización mediática, potenciar la capacidad de pensamiento crítico y promover el aprendizaje continuo (Yanyshyn et al., 2023). Además, la iniciativa funciona desde 1998, con un impacto en miles de adolescentes.

Por otro lado, el canal peruano USMPTV ha logrado avances significativos en la implementación de contenidos educomunicativos innovadores a través de programas como "Tiempo para Aprender" y otras líneas extracurriculares (Figura 2). Este canal de teleeducación actúa como una herramienta complementaria al currículo escolar, facilitando un aprendizaje significativo mediante el uso de lenguaje audiovisual. Además,

mantiene colaboraciones con varias organizaciones y entidades, como la Asociación de las Televisiones Educativas y Culturales Iberoamericanas (ATEI), Movistar, DirecTV, la Asociación de Sordos Región Lima (ASSORELI) y el canal TRO de Colombia. La ATEI cuenta con más de noventa instituciones afiliadas, cuyo objetivo es fomentar la producción, coproducción y difusión de programas educativos, culturales y científicos (Asociación de las Televisiones Educativas y Culturales de Iberoamérica & Unión de Universidades de América Latina y El Caribe, 2018). Movistar facilita la transmisión de los contenidos (Danós Díaz, 2021), mientras que ASSORELI se enfoca en la inclusión de personas sordas, ofreciendo interpretación en lenguaje de señas para los programas (Ángeles Hernández, 2021). Finalmente, la alianza con canal TRO de Colombia permite a USMPTV expandir su alcance y compartir contenidos informativos, educativos y culturales con un público más amplio de jóvenes (Orcasitas & Gutiérrez, 2026).

Figura 2

USMPTV. Proyecto



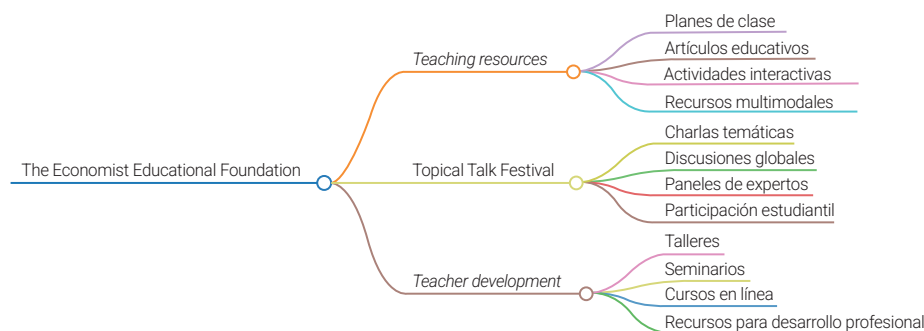
Nota. La información proviene de "Programas", por USMPTV, s. f., Universidad San Martín de Porres (<https://www.usmptv.pe/programas>).

De igual manera, USMPTV favorece la inclusión al proporcionar programación accesible y diversa, como la interpretación en lenguaje de señas, lo que expande su alcance educativo. Las actividades interactivas, como "Los chicos opinan" o "Educar +", fomentan la participación de los estudiantes en discusiones sobre temas actuales y la interacción con expertos para resolver dudas, fortaleciendo así sus habilidades de pensamiento crítico. Este programa de televisión educativa lleva en marcha desde 2011 y su objetivo es llegar a todos los hogares de Perú.

En el entorno europeo, The Economist Educational Foundation se distingue por proporcionar materiales educativos (*teaching resources*), que permiten a los estudiantes abordar temas complejos y desarrollar habilidades críticas de pensamiento. Este enfoque fomenta debates (Topical Talk Festival) y reflexiones profundas, con el fin de facilitar su participación en cuestiones relevantes de la actualidad, así como la formación docente (*teacher development*) (véase la Figura 3).

Figura 3

The Economist Educational Foundation. Proyecto



Nota. La información proviene de "Powering the passionate in education", por The Economist Educational Foundation, s. f. (<https://economistfoundation.org/>).

The Economist Educational Foundation colabora con entidades como Ashurt, British Council, Clifford Chance, Infosys, KPMG, Meta, Morgan Stanley, Ove Arup Foundation, PA Foundation, Portal Trust, Rank Foundation, The Economist Group y The 29th May 1961 Charitable Trust, además de la Fundación Eranda Rothschild. Además, tiene alianzas con Fair Education Alliance, News Literacy Network y Skills Builder Partnership. Este proyecto se caracteriza por su enfoque multidisciplinario, pues aborda temáticas diversas que provienen de diferentes áreas. Esto permite profundizar en esos temas con la ayuda de recursos y expertos, lo cual facilita que los jóvenes participen en debates profundos sobre cuestiones relevantes en la actualidad. Así, se fomenta el pensamiento crítico y la participación, tanto a través de los recursos innovadores aportados a la educación (*teaching resources*), como desde el Topical Talk Festival, en el que los niños participan en debates internacionales en línea, interactuando con expertos en temas globales y esforzándose por publicar sus opiniones por escrito, además de fomentar concursos y premios (Topical Talk Prizes). El proyecto alcanza los 231 320 estudiantes en 100 países y fue creado en 2013 (Figura 4) en colegios públicos y desde entonces enseña a los alumnos de colegios públicos a cuestionar la información y los argumentos de las noticias a través de cursos presenciales y recursos *online* gratuitos (Herrero-Diz et al., 2021).

Figura 4

The Economist Educational Foundation. Impacto



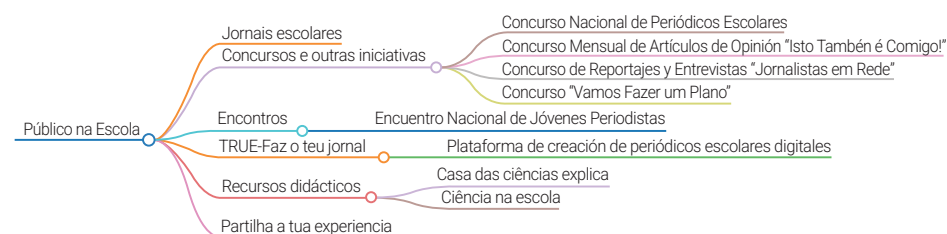
Nota. La información proviene de "Powering the passionate in education", por The Economist Educational Foundation, s. f. (<https://economistfoundation.org/>).

Por su parte, el proyecto Público na Escola se centra en fomentar la reflexión y la conciencia crítica entre los alumnos. Este enfoque les proporciona las habilidades necesarias para identificar información veraz, diferenciar entre periodismo y propaganda, y participar de manera responsable en la esfera pública. Estas habilidades son esenciales para desarrollar una ciudadanía bien informada y comprometida, capaz de contribuir al debate democrático y a la toma de decisiones informadas.

De esta forma, la iniciativa (Figura 5) se materializa en varios materiales: periódicos escolares, concursos, encuentros, periódicos escolares digitales, recursos didácticos y experiencias compartidas. Para ello, ha articulado numerosas colaboraciones y alianzas: los concursos Isto Também é Comigo! y Jornalistas em Rede se desarrollan en colaboración con la Red de Bibliotecas Escolares y el de Vamos Fazer um Plano, con el Plan Nacional de las Artes; asimismo, la Dirección General de Educación participa en el Encuentro Nacional de Jóvenes Periodistas, la Universidad de Aveiro y MOG Technologies cooperan en la plataforma TRUE y, por último, la Casa das Ciências colabora en la implementación de los recursos didácticos.

Figura 5

Público na Escola. Proyecto



Nota. La información procede de *Público Na Scola. Um projeto de literacia mediática*, por Público Na Scola, s. f. (<https://www.publico.pt/publico-na-escola>).

Los valores fundamentales de esta iniciativa radican en su eficacia en la promoción de la alfabetización mediática, mediante la provisión de recursos educativos que fomentan la reflexión crítica, la conciencia cívica y la capacidad de los estudiantes para participar activamente en la esfera pública con un pensamiento crítico y una comprensión informada de los medios de comunicación. En este sentido, se establece que

- Dota a la población estudiantil de recursos educomunicativos que facilitan la lectura e interpretación crítica del mundo que les rodea.
- Acerca los medios de comunicación a los colegios a través de la elaboración de periódicos escolares, según lo indicado por Hernández (2015). Se fomenta así la proximidad de los estudiantes a la actualidad informativa, promoviendo la decodificación del lenguaje mediático y potenciando una visión más dinámica y crítica.
- Fomenta la reflexión y la conciencia crítica entre el alumnado, sin limitarse a enseñar los aspectos técnicos del uso de tecnologías, sino más bien enfatizando el aprendizaje consciente del uso de los medios. Esto habilita a los estudiantes para reconocer fuentes de información fiables, distinguir entre periodismo y propaganda y comprender la importancia del periodismo responsable.
- Capacita a los estudiantes en el desarrollo de habilidades críticas esenciales, tales como plantear preguntas relevantes, evaluar la fiabilidad de las fuentes informativas y ejercer una responsabilidad cívica exigente. Estas competencias son fundamentales para la participación activa en el debate democrático y la toma de decisiones informadas.
- articula los indicadores lingüísticos, interactivos e ideológicos. A través del lenguaje, se enseña a los estudiantes a utilizar conscientemente los medios de comunicación, promoviendo la reflexión y el reconocimiento de información veraz. La interacción facilita la comunicación y participación entre la escuela, los alumnos y los medios de comunicación; y la ideología sirve para la capacidad de búsqueda de información, comprensión lectora y aplicación crítica, evaluando la fiabilidad de las fuentes informativas y la interacción con los mensajes mediáticos.

Por último, el proyecto portugués funciona desde el año 1990 y alcanza a miles de estudiantes con sus actividades.

En España, los proyectos Mentos AMI, Efecto MIL y Amibox (Figura 6) son desarrollados por la Fundación Atresmedia, parte del grupo mediático privado Atresmedia. Estos proyectos implementan actividades de alfabetización mediática y desarrollan diversos programas para abordar la problemática de la desinformación.

Figura 6

Fundación Atresmedia. Proyectos



Nota. Los datos proceden de "Nuestros proyectos", por Fundación Atresmedia, s. f (<https://fundacion.atresmedia.com/proyectos/>).

Para el desarrollo de la AMI, la Fundación Atresmedia se centra en la colaboración con escuelas y centros educativos, así como con entidades patrocinadoras: Platino Educa, UNIE Universidad y Fundación La Caixa. En relación con la multidisciplinariedad, estos proyectos abordan los peligros y retos de las tecnologías y los medios desde distintos ámbitos en los que pueden manifestarse. En concreto, se promueve especialmente la producción y creación de videos cortos en Efecto MIL.

Finalmente, estos programas de la Fundación Atresmedia contribuyen significativamente a la innovación en recursos mediáticos educativos. Mentes AMI, Efecto MIL y Amibox, en sus respectivos enfoques, logran desarrollar en los jóvenes una comprensión crítica de los medios, pues fomentan el pensamiento crítico, la creatividad responsable y los valores de convivencia. A través de estas iniciativas, se potencian las habilidades necesarias para navegar y participar de manera efectiva y ética en el entorno mediático contemporáneo, ayudando a los estudiantes a convertirse en consumidores y productores de medios informados y críticos. Los proyectos de Atresmedia llevan en curso desde 2005 y han logrado impactar en millones de usuarios, lo que se ilustra en la Figura 7.

Figura 7*Fundación Atresmedia. Impacto*

Nota. Los datos proceden de *Memoria anual 2023*, por Fundación Atresmedia, 2023 (https://fundacion.atresmedia.com/documents/2024/06/19/81D89EB8-34FC-4E37-9418-7094341328B6/memoria_fundacion_atresmedia_2023.pdf).

En definitiva, los proyectos se desarrollan bajo unas categorizaciones que explicamos y visualizamos en la Tabla 2: debilidades en color claro y fortalezas en color oscuro.

The Learning Network fundamenta su labor con la colaboración de su matriz *The New York Times*. Es multifacético en su desarrollo al ofrecer materiales variados, como gráficos, juegos, fotos y videos, que abordan temas educativos desde múltiples perspectivas. La iniciativa utiliza plataformas digitales y herramientas interactivas que estimulan la reflexión crítica, cumpliendo parcialmente este postulado. Aborda los retos de enfrentarse a la dificultad de integrar el análisis crítico de noticias en entornos escolares diversos.

En el caso de USMPTV, lleva a cabo su labor integrando disciplinas como educación, enseñanza formal, inclusión social y participación cívica, mediante una programación audiovisual variada. Promueve la alfabetización mediática con el uso de herramientas tecnológicas como lenguaje de señas y actividades interactivas. En cuanto a los desafíos, la USMPTV aborda la expansión tecnológica, que enfrenta obstáculos en regiones con conectividad limitada.

Con respecto a The Economist Educational Foundation, aborda temas complejos desde varias disciplinas mediante actividades como debates, charlas temáticas, recursos educativos, premios y conferencias con expertos. En el aspecto tecnológico y crítico, *TEEF* utiliza plataformas digitales para facilitar debates globales y fomentar el análisis crítico en temas de actualidad a través recursos educomunicativos. Es un proyecto con un desarrollo digital amplio y con posibles limitaciones en la accesibilidad para estudiantes de contextos socioeconómicos desfavorecidos.

En relación con Público na Escola, es diverso en la utilización de recursos didácticos y actividades para abordar diversas áreas temáticas: periódicos escolares y digitales, materiales educativos, concursos y modos de compartir estas experiencias. Para fomentar la alfabetización mediática, principalmente incorpora herramientas digitales como la plataforma TRUE. Afronta retos como la formación docente en alfabetización mediática y el mantenimiento de sus iniciativas a lo largo de los años.

Acerca de la Fundación Atresmedia, colabora con entidades como Platino Educa, UNIE Universidad y Fundación La Caixa. Desarrolla proyectos pluridisciplinares como Efecto MIL y Amibox, que integran áreas como tecnología, creatividad, y análisis mediático. Promueve el uso de los recursos generados sobre tecnología, la aplicación de herramientas y la reflexión crítica sobre los medios mediante plataformas digitales. La cobertura de sus programas podría ser limitada a contextos privilegiados.

Tabla 2
Resultados de los proyectos

	Colaboración y alianzas	Multidisciplinariedad en los proyectos y materiales	Desarrollo tecnológico y pensamiento crítico	Desafíos y limitaciones
The Learning Network www.nytimes.com/section/learning	The New York Times	Lessons and teaching Ideas Writing prompts Quizzes and vocabulary Photos, graphs and videos Contests and challenges Accessible activities	Plataformas digitales Herramientas interactivas Tecnologías emergentes	Integración y diversidad de entornos
USMPTV www.usmptv.pe/quienes-somos	ATEI Movistar DirecTV ASSORELI Canal TRO	Tiempo para aprender Extraescolares	Herramientas tecnológicas Actividades interactivas	Expansión tecnológica en regiones con poca conectividad limitada
The Economist Educational Foundation www.economistfoundation.org/about/about-team/	Ashurt British Council Clifford Chance Infosys KPMG Meta Morgan Stanley	Teaching resource Topical Talk Festival Teacher development	Plataformas digitales Debates globales Análisis crítico Recursos de alfabetización mediática	Accesibilidad digital y limitación en contextos desfavorecidos

(continúa)

(continuación)

	Colaboración y alianzas	Multidisciplinariedad en los proyectos y materiales	Desarrollo tecnológico y pensamiento crítico	Desafíos y limitaciones
Público na Escola www.publico.pt/publico-na-escola	Red de Bibliotecas Escolares Plan Nacional de las Artes Dirección General de Educación Universidade de Aveiro MOGTechnologies Casa das Ciências	Jornais escolares Recursos educativos Concursos e outras iniciativas TRUE – Faz o teu jornal Partilha a tua experiência	Herramientas digitales (TRUE) Análisis crítico Recursos de alfabetización mediática	Formación docente y mantenimiento en el tiempo
Fundación Atresmedia https://fundacion.atresmedia.com/	Platino Educa UNIE Universidad Fundación La Caixa	Mentes AMI Efecto MIL Amibox	Herramientas digitales Creatividad responsable Recursos de alfabetización mediática	Limitación a contextos desfavorecidos
Leyenda	Debilidad			
	Fortaleza			

Por último, el impacto alcanzado en todos los proyectos se puede explicar como el cambio generado, ya sea en estudiantes y público objetivo, en comunidades educativas o sistemas, a través de actividades o intervenciones específicas. Los resultados muestran un alcance en miles de usuarios para todas las iniciativas, si bien cada una visualiza los resultados de formas heterogéneas.

DISCUSIÓN

La investigación realizada ha explorado diversas iniciativas de alfabetización mediática desarrolladas en colaboración con medios de comunicación en diferentes países, cuyos objetivos giran en torno a promover el pensamiento crítico y la comprensión del ecosistema mediático entre los estudiantes. Por lo tanto, los hallazgos obtenidos tras analizar estos proyectos transversales en los medios de comunicación ofrecen una visión amplia sobre el papel de estos proyectos en la educación mediática y su impacto en el desarrollo de habilidades cognitivas y ciudadanas entre los jóvenes.

Colaboración y alianzas

La variedad de proyectos analizados, que abarcan desde talleres prácticos hasta plataformas educativas en línea, demuestra la diversidad de enfoques y metodologías utilizados para abordar la alfabetización mediática en diferentes contextos culturales y educativos.

En este sentido, las alianzas entre medios de comunicación y el sector educativo son esenciales para fomentar la alfabetización mediática. The Learning Network ofrece recursos educativos y actividades que permiten a los estudiantes comprender y analizar críticamente las noticias y la información. Los resultados obtenidos coinciden con lo señalado por autores como Aguaded et al. (2022), quienes destacan que la alfabetización mediática no solo promueve la capacidad crítica de análisis, sino que también fortalece la interacción entre el ámbito educativo y los medios de comunicación. Además, Matos dos Santos y Aguaded (2023) refieren que estas colaboraciones son esenciales para integrar enfoques multidisciplinarios, lo que resulta evidente en proyectos como The Learning Network y Público na Escola. Al mismo tiempo, USMPTV ejemplifica esta colaboración al utilizar la televisión como herramienta educativa, complementando el currículum escolar y facilitando un aprendizaje significativo y práctico, especialmente en regiones con escasos recursos (Panta, 2020). Esta naturaleza supranacional del proyecto asegura su accesibilidad en varios países de la región, como Colombia, Argentina y México, que tienen acceso completo a la programación a través de la aplicación Movistar Play de pago.

En resumen, todos los proyectos analizados tejen redes colaborativas más allá de sus espacios institucionales. En contraste, The Learning Network opera principalmente desde su grupo originario vinculado al periódico, integrando recursos educativos en un entorno mediático propio, lo cual podría representar una limitación en términos de apertura colaborativa. Las demás iniciativas tienen la fortaleza de ofrecer programación inclusiva y recursos educomunicativos, potenciar su alcance internacional, ampliar el alcance en otros contextos externos y fortalecer su implementación.

Multidisciplinariedad en los proyectos y materiales

La multidisciplinariedad en los proyectos analizados también merece atención. En el ámbito americano, The Learning Network abarca contenidos variados, ya que ayuda a los estudiantes a leer, comprender, diseñar y redactar, centrándose en la experiencia del lector (Caetano, 2021). Por su parte, USMPTV utiliza la televisión como herramienta educativa, incorporando elementos de cultura, investigación y otros temas de interés, lo que permite a los estudiantes acceder a una amplia gama de conocimientos de forma práctica y visual. Este enfoque incluye la programación en lenguaje de señas, lo cual promueve la inclusión de personas sordas y amplía el alcance educativo a diversas audiencias (Ángeles Hernández, 2021).

The Economist Educational Foundation desarrolla un enfoque que se complementa con la creación de debates y charlas temáticas, lo que integra diferentes disciplinas y fomenta una formación más completa. Asimismo, el proyecto Público na Escola se enfoca en la elaboración de periódicos escolares y en el desarrollo del espíritu crítico y creativo de los estudiantes.

Los resultados obtenidos coinciden con lo señalado por autores como Aguaded et al. (2022), quienes destacan que la alfabetización mediática no solo promueve la capacidad crítica de análisis, sino que también fortalece la interacción entre el ámbito educativo y los medios de comunicación.

En este sentido, todas las iniciativas presentan un enfoque multifacético al combinar actividades visuales, prácticas y teóricas que potencian el aprendizaje integral. A través del uso de televisión y medios digitales, se facilitan debates y el análisis de temas complejos, enriqueciendo la experiencia educativa con una formación integral que fomenta la creatividad, el pensamiento crítico y la capacidad de afrontar los retos contemporáneos desde diversas perspectivas.

Desarrollo tecnológico y pensamiento crítico

Además de la multidisciplinariedad, es fundamental resaltar la importancia del desarrollo de habilidades técnicas y del pensamiento crítico. Los proyectos no solo deben centrarse en la capacitación técnica, sino que también deben fomentar el pensamiento crítico y la conciencia cívica entre los estudiantes (Aguaded et al., 2022). La capacidad de los jóvenes para analizar de manera reflexiva la información mediática y distinguir entre hechos y opiniones es crucial para su participación activa en la sociedad.

Por otro lado, es esencial promover un enfoque integral que amplíe la capacidad de análisis de los individuos, fomentando una producción mediática consciente y ética. Esto implica que la formación debe orientarse hacia la creación de mensajes que no solo informen, sino que también promuevan el respeto y la comprensión mutua (Matos dos Santos & Aguaded, 2023).

En suma, se aprecia que hay un enfoque con debilidades en esta premisa. The Learning Network y USMPTV ponen el foco en alfabetización informacional y pensamiento crítico, respectivamente, aunque en ambos casos se evidencian limitaciones en cuanto a la innovación tecnológica. En el caso de The Learning Network, si bien se observa un esfuerzo incipiente por introducir contenidos sobre inteligencia artificial (IA) —como en su sección Lessons and Teaching Ideas—, este aún resulta insuficiente frente a los desafíos actuales de la alfabetización tecnológica. Por su parte, USMPTV no contempla explicaciones sobre tecnologías emergentes como la IA o los algoritmos. Los otros tres casos analizados refuerzan la capacidad de reflexión mediante el uso de recursos interactivos, contenidos actualizados, el desarrollo de materiales sobre tecnología y análisis crítico, y la combinación de competencias digitales y mediáticas.

En el caso de TEEF, en cambio, sí se contempla la explicación sobre las tecnologías emergentes en Topical Talks: IA, robots, bots, ventajas, desventajas, etcétera. Un caso similar es el de Público na Escola, que dedica parte de su espacio a la IA, al igual que la Fundación Atresmedia.

Desafíos y limitaciones

Es fundamental considerar que muchos de los desafíos y limitaciones presentados no solo reflejan los aspectos del análisis realizado, sino que también emergen como resultados clave al evaluar el impacto de los proyectos en el aprendizaje y la participación de los estudiantes. Entre estos desafíos, destaca la necesidad de recursos adecuados y la capacitación de docentes y profesionales de los medios, lo que constituye un resultado directo de las iniciativas observadas. Además, la evaluación constante del impacto de estas iniciativas es crucial para comprender su efectividad en el fomento del pensamiento crítico, la participación activa y la capacidad de los jóvenes para analizar los medios de manera reflexiva. Estos aspectos, al ser gestionados de manera eficaz, refuerzan el éxito de los proyectos en la implementación de una alfabetización mediática integral (Danós Díaz, 2021).-

Por una parte, se identifican diversas debilidades y limitaciones en los proyectos de gran envergadura o con un desarrollo extenso de materiales, como The Learning Network, TEEF y la Fundación Atresmedia. Estas iniciativas están dirigidas principalmente a públicos con acceso a tecnología, lo que puede restringir su impacto en sectores o regiones desfavorecidas, en las que las brechas digitales y la falta de familiaridad con los medios dificultan la participación efectiva.

No obstante, todos estos proyectos comparten ciertas características clave: la colaboración con instituciones educativas o medios de comunicación, un enfoque en la alfabetización mediática y la formación crítica de las audiencias, así como el uso de recursos interactivos, como videos, materiales didácticos y actividades prácticas. Sin embargo, mientras que The Learning Network y USMPTV tienen un enfoque educativo y curricular, los demás proyectos se centran específicamente en la alfabetización mediática.

Por otra parte, las diferencias entre estas experiencias educativas se identifican en el enfoque educativo, en el alcance geográfico, en el formato principal y en el público objetivo. Así se explica a continuación:

- Enfoque educativo: es curricular en los casos de The Learning Network y USMPTV, y mediático en Público na Escola, Fundación Atresmedia y The Economist Educational Foundation.
- Alcance geográfico: son proyectos nacionales USMPTV (América, Perú) o Público na Escola (Europa, Portugal), frente a las iniciativas globales como The Economist Educational Foundation.

- **Formato principal:** desarrollo en medios audiovisuales (USMPTV y Fundación Atresmedia), al contrario de los casos basados en recursos escritos y debates (The Learning Network, Público na Escola y The Economist Educational Foundation).
- **Público objetivo:** adolescentes y niños con edades tempranas y comunidad educativa en los casos de la Fundación Atresmedia y The Economist Educational Foundation); colegiales y estudiantes en USMPTV y Público na Escola; y estudiantes y universitarios en la iniciativa The Learning Network).

Por último, deliberamos en la Tabla 3 los componentes de la totalidad de los proyectos con las aplicaciones llevadas a cabo y los enfoques desarrollados. Tenemos en cuenta que la estructura de estas iniciativas son plataformas, canales de televisión o páginas web vinculadas a medios de comunicación. Los contenidos desarrollados se aplican por tipología: lecciones, juegos, didácticas, curriculares o por tipos de públicos. El enfoque materializado se tiene en cuenta en su aspecto crítico, audiovisual, curricular, etcétera.

Tabla 3
Aplicaciones y enfoques

Proyecto	Aplicación	Enfoques
The Learning Network	Lecciones, actividades interactivas, foros, concursos, fotos, videos, retos educativos	Educativo curricular, centrado en la enseñanza de materias curriculares a través del contenido del periódico
USMPTV	Programación audiovisual basada en el currículo escolar, talleres extracurriculares, inclusión social	Educativo curricular Refuerzo de materias escolares Promoción del pensamiento crítico mediante producción audiovisual
The Economist Educational Foundation	Materiales educativos sobre temas complejos, charlas temáticas, festivales de debate, formación docente	Alfabetización mediática Desarrollo de habilidades críticas Participación en debates globales mediante contenidos multidisciplinares
Público na Escola	Creación de periódicos escolares, concursos, recursos didácticos, encuentros nacionales	Alfabetización mediática Educación mediática para distinguir propaganda de periodismo Fomento de la conciencia crítica
Fundación Atresmedia	Producción de videos, maratones educativos, encuentros educativos	Alfabetización mediática Fomento de la alfabetización mediática, pensamiento crítico, creatividad responsable y competencias digitales

Políticas públicas

La inclusión de un enfoque integral que contemple la formulación de políticas públicas alineadas con las necesidades locales y regionales representa un elemento esencial para potenciar la alfabetización mediática en América Latina. En esta región, las brechas digitales y educativas han generado desigualdades estructurales significativas que limitan la implementación y sostenibilidad de iniciativas mediáticas. La creación de políticas públicas que combinen acceso tecnológico, capacitación docente y fomento del pensamiento crítico se presenta como una estrategia indispensable para superar estos desafíos.

Hemos visto que hay ejemplos internacionales, que pueden servir como referencia para la región. La Unesco ya desarrolla esta labor (que, sin embargo, puede ser demasiado global en el territorio), así como en Europa la Directiva de Servicios de Medios Audiovisuales de la Unión Europea establece estándares que promueven la equidad digital y fomentan competencias mediáticas. En contraste, América Latina carece de un marco regional cohesivo que integre estos principios, lo que subraya la urgencia de desarrollar políticas públicas ambiciosas y adaptadas a sus particularidades. Algunas iniciativas muestran el potencial de la colaboración entre los sectores público y privado para reducir las desigualdades digitales; por ejemplo, el Programa Conectar Igualdad en Argentina, que representó la política más importante de las últimas décadas en materia de inclusión digital (Marchetti & Porta, 2023), el Programa Municipal Educativo Imprensa Jovem de la alcaldía de São Paulo (Brasil), la ciudad más poblada de América del Sur, con doce millones de habitantes (Mendes et al., 2022) y programas de acceso universal a internet en Brasil, con la referencia de la Estrategia Brasileña de Educación Mediática que asume la educomunicación reconocida por la legislación (De Oliveira-Soares, 2024). En América del Norte, tenemos el ejemplo de Media Literacy Now, agrupación en defensa de incluir la alfabetización mediática en el sistema público de educación (de los Santos & Smith, 2024), que a su vez colabora con Media Education Lab, un espacio referente para promover la educomunicación en la enseñanza obligatoria (Hobbs, 2020).

En la Unión Europea también existen ejemplos:

- European Association for Viewers Interests (EAVI), organización civil referente para la Comisión Europea sobre el concepto de alfabetización mediática y con veinte años de experiencia (Celot, 2012).
- Irlanda, Media Literacy Ireland, una plataforma de alianzas público-privadas (Media Literacy Ireland, 2022) impulsada por el Broadcasting Authority of Ireland - BAI (Russell, 2019).
- Francia, el Centre de Liaison de l'Enseignement et des Médias d'Information (CLEMI), agente clave en la educación en medios en este país (Gonnet & Féroc Dumez, 2022).

- Portugal, la Rede de Bibliotecas Escolares y Direção Geral da Educação (Ministerio de Educação, Ciência e Inovação) son impulsores de la estrategia de alfabetización mediática en el país a través de varios proyectos vinculados a entidades públicas:
 - la Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) con el proyecto EduMediaTest, amparado por la Unión Europea
 - universidades
 - medios de comunicación, como *Público* con la iniciativa *Público na Escola* (Alves et al., 2023), Rádio e Televisão de Portugal, etcétera
- España, el Consejo Audiovisual de Cataluña, desarrolla también EduMediaTest, que es una herramienta para estudiantes de entre 14 y 18 años (Ferrés et al. 2022);

Por último, incorporar este análisis fortalecería la capacidad de las iniciativas mediáticas para escalar y generar impacto sostenido. Además, permitiría evaluar cómo las políticas públicas pueden consolidar esfuerzos privados y aumentar su alcance, garantizando un enfoque inclusivo y sostenible para el desarrollo de la alfabetización mediática en contextos diversos.

Para concluir, la educación contemporánea se enfrenta al reto de ofrecer una formación completa en el uso de los medios de comunicación. Esta formación debe adoptar un enfoque estructurado y holístico que integre competencias de manera coherente en el currículo educativo.

CONCLUSIONES

En conclusión, los proyectos de alfabetización mediática desarrollados en colaboración con medios de comunicación son esenciales para fomentar el pensamiento crítico y la conciencia cívica entre los jóvenes, facilitando el acceso a la información y promoviendo una comprensión reflexiva de los mensajes mediáticos. Sin embargo, su efectividad podría maximizarse mediante la adopción de enfoques integrales y sostenibles que garanticen el acceso equitativo a estas oportunidades educativas.

Se identifican varias acciones clave para replicar o escalar estos proyectos:

- Es fundamental integrar estas iniciativas en políticas públicas que aseguren su continuidad y acceso amplio, especialmente en comunidades marginadas.
- La colaboración entre sectores público, privado y educativo debe fortalecerse para ampliar los recursos disponibles, incluir tecnologías emergentes y garantizar la capacitación del personal docente.

- Se deben crear modelos escalables y adaptables que permitan la implementación de programas mediáticos en distintos contextos culturales y socioeconómicos.

Además, es prioritario desarrollar indicadores claros de impacto que permitan evaluar los resultados de estas iniciativas, promoviendo así una mejora continua. La combinación de competencias mediáticas con el aprendizaje sobre lo audiovisual sigue siendo una necesidad fundamental, como lo señalan Pérez-Rodríguez y Delgado-Ponce (2012).

En definitiva, esta investigación no solo resalta la importancia de estas iniciativas, sino que también ofrece una base práctica para futuros estudios y aplicaciones en el campo de la educomunicación. La adopción de estas propuestas contribuirá significativamente al avance del conocimiento y al desarrollo de una ciudadanía informada y participativa en la sociedad contemporánea.

CONFLICTO DE INTERESES

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

CONTRIBUCIÓN DE AUTORES

Conceptualización, M. N.; curación de datos, M. N. y A. D.; análisis formal, M. N. y A. D.; investigación, M. N. y A. D.; metodología, M. N. y A. D.; administración del proyecto, M. N.; recursos, M. N.; supervisión, M. N. y A. D.; validación, A. D.; visualización, M. N. y A. D.; escritura (preparación del borrador original), M. N.; escritura (revisión y edición), M. N. y A. D.

REFERENCIAS

- Abarca, A., Sibaja, G., Alpízar, F., & Rojas, C. M. (2012). *Técnicas cualitativas de investigación*. Universidad de Costa Rica.
- Aguaded, I. (2012). Apuesta de la ONU por una educación y alfabetización mediáticas. *Comunicar*, 19(38), 7-8. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-01-01>
- Aguaded, I., Sandoval Romero, Y., & Rodríguez Rosell, M. M. (2016). Media literacy from international organizations in Europe and Latin America. *The Journal of Media Literacy*, 63(1-2), 10-17. <https://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/5869/Doc1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Aguaded, I., Pérez-Rodríguez, A., & 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 & G. Alvarado (Coords.), *Investigación, desarrollo*

- tecnológico e innovación en educación universitaria* (pp. 17-30). Octaedro. <https://octaedro.com/wp-content/uploads/2022/07/9788419312556.pdf>
- Alves, M., Júlio, L., Teixeira, A., & Silva, T. (2023). Avaliação em ambiente real de utilização de uma plataforma de criação de jornais escolares. *RISTI. Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, (51), 5-20. <https://doi.org/10.17013/risti.51.5-20>
- Ángeles Hernández, S. M. (2021). *Diseño de videos educativos sobre lengua de señas para ayudar a la comunicación entre las personas con discapacidad auditiva y la comunidad en general* [Tesis de bachillerato, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio Institucional Universidad San Ignacio de Loyola. <https://hdl.handle.net/20.500.14005/12137>
- Asociación de las Televisiones Educativas y Culturales de Iberoamérica & Unión de Universidades de América Latina y El Caribe. (2018, 6 de agosto). *Convenio general de colaboración entre la Asociación de las Televisiones Educativas y Culturales de Iberoamérica (ATEI) y la Unión de Universidades de América Latina y el Caribe*. <http://dspaceudual.org/handle/Rep-UDUAL/1822>
- Bardin, L. (1991). *Análisis de contenido* (Vol. 89). Ediciones Akal.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. The Free Press.
- Buitrago, Á., Canga Sosa, M. Á., & García Matilla, A. (2015). La competencia mediática en el contexto de la educomunicación. En Á. Buitrago, E. Navarro Martínez & A. García Matilla (Dirs.), *La educación mediática y los profesionales de la comunicación* (pp. 19-36). Gedisa Editorial.
- Caetano, K. E. (2021). Extensiveness of victims and perceptual intensity of COVID-19 in visual experiences of *The New York Times* and *Folha De S. Paulo*. *Brazilian Journalism Research*, 17(1), 152-177. <https://doi.org/10.25200/BJR.v17n1.2021.1339>
- Caplan, R. (2016, November 22). Facebook must acknowledge and change its financial incentives. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/roomfordebate/2016/11/22/how-to-stop-the-spread-of-fake-news/facebook-must-acknowledge-and-change-its-financial-incentives>
- Castells, M. (2002, 10 de abril). *La dimensión cultural de Internet*. Uoc.edu. <https://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articles/castells0502/castells0502.html>
- Castillo-Abdul, B., Romero-Rodríguez, L. M., & 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. (2012). EAVI studies on media literacy in Europe. *Medijske Studije*, 3(6), 76-82. <https://doaj.org/article/1342bf192594400acd9107cb006e9b2>
- Conde Melguizo R. (2018). Ismael Nafría. *La reinención del New York Times. Cómo la dama gris del periodismo se está adaptando (con éxito) a la era móvil*. Austin (Texas). KnightCenter, 2017 [Reseña del libro *La reinención del New York Times. Cómo la dama gris del periodismo se está adaptando (con éxito) a la era móvil*]. *Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 12, 165-166. <https://doi.org/10.5209/PEPU.60927>
- Danós Díaz, P. (2021). *Desarrollo de una propuesta metodológica para la elaboración de un programa televisivo sobre biología para jóvenes de secundaria* [Trabajo de Suficiencia Profesional, Universidad Nacional Agraria La Molina]. Repositorio institucional UNALM. <https://hdl.handle.net/20.500.12996/4916>
- Dávila-Navarro, E. G. (2022). Vigencia de la radio online en pandemia: Un espacio conquistado por jóvenes. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (151), 163-176. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i151.4750>
- De los Santos, T., & Smith, E. (2024). Almost two decades in: Young people and News literacy education research. *Communication Research Trends*, 43(3), 4-13.
- De Oliveira-Soares, I. (2024). Educomunicación: la dialéctica de la participación. En M. A. Pérez Rodríguez, P. de Casas Moreno & E. G. Rojas-Estrada (Eds.), *Redes sociales y ciudadanía. El reto de la formación del profesorado en educación mediática* (pp. 359-363). Grupo Comunicar Ediciones. <https://www.grupocomunicar.com/redes-sociales-y-ciudadania-2024/>
- Directiva 2007/65/CE [Parlamento Europeo]. Por la que se modifica la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva. 11 de diciembre del 2007. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32007L0065>
- Durán Becerra, T. (2016). *AMI en Latinoamérica Aproximación, análisis y propuesta de medición sobre el contexto de la alfabetización mediática e informacional en América Latina* [Tesis de doctorado, Universitat Autònoma de Barcelona]. Repositorio institucional Universitat Autònoma de Barcelona. <http://hdl.handle.net/10803/399344>
- Edwards, R. D. (1995). *The pursuit of reason: The Economist 1843-1993*. Harvard Business Review Press.
- Fernández, J. S. (2021, 22 de octubre). *Participación ciudadana y uso de las redes sociales entre los jóvenes universitarios: una visión desde España* [Diapositivas

- de PowerPoint]. Universidad de Almería. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.23319.29601>
- Ferrés, J., Figueras, M., & Ambròs, A. (2022). EduMediaTest, una eina al servei de la competència mediàtica. Informe sobre el projecte, els resultats i les recomanacions. *Quaderns del CAC*, 25(48), 79-84.
- Fundación Atresmedia. (s. f.). *Nuestros proyectos*. <https://fundacion.atresmedia.com/proyectos/>
- Fundación Atresmedia. (2023). *Memoria anual 2023*. https://fundacion.atresmedia.com/documents/2024/06/19/81D89EB8-34FC-4E37-9418-7094341328B6/memoria_fundacion_atresmedia_2023.pdf
- García-Ruiz, R., Matos, A., & Borges, G. (2016). Media Literacy as a responsibility of families and teachers. *The Journal of Media Literacy*, 63(1-2), 82-91.
- Gonnet, J., & Féroc Dumez, I. (2022). Le CLEMI Histoire militante et enjeux institutionnels. En É. Delamotte (Dir.), *Recherches francophones sur les éducations aux médias, à l'information et au numérique. Points de vue et dialogues*. Presses de l'enssib. <https://doi.org/10.4000/books.pressesenssib.17214>
- Harrison, R. L., Reilly, T. M., & Creswell, J. W. (2020). Methodological rigor in mixed methods: An application in management studies. *Journal of Mixed Methods Research*, 14(4), 473-495. <https://doi.org/10.1177/1558689819900585>
- Hayashi, P., Abib, G., & Hoppen, N. (2019). Validity in qualitative research: A processual approach. *The Qualitative Report*, 24(1), 98-112. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2019.3443>
- Heale, R., & Twycross, A. (2015). Validity and reliability in quantitative studies. *Evidence-Based Nursing*, 18(3), 66-67. <https://doi.org/10.1136/eb-2015-102129>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Vol. 6). McGraw Hill.
- Hernández, J. M. (2015). La prensa de los escolares y estudiantes y otra prensa pedagógica: introducción. En J. M. Hernández (Coord.), *La prensa de los escolares y estudiantes: su contribución al patrimonio histórico educativo* (pp. 13-18). Ediciones Universidad de Salamanca. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1ht4vt5>
- Herrero-Diz, P., Conde-Jiménez, J., & Reyes-De-Cózar, S. (2021). Spanish adolescents and fake news: level of awareness and credibility of information. *Culture and Education*, 33(1), 1-27. <https://doi.org/10.1080/11356405.2020.1859739>
- Hobbs, R. (2020). *Mind over media: Propaganda education for a digital age*. W. W. Norton & Company.

- Hou, Z., & Aryadoust, V. (2021). A review of the methodological quality of quantitative mobile-assisted language learning research. *System*, 100, 102568 <https://doi.org/10.1016/j.system.2021.102568>
- Katz, R.L. & Callorda, F. M. (2015). Impact of institutional arrangements in the digitization and economic development in Latin America. En J. Mariscal (Ed.), *Proceedings of the 9th CPRLatam Conference*, Cancun, July 13-14th, 2015. <https://ssrn.com/abstract=2713990>
- Levitt, H. M., Motulsky, S. L., Wertz, F. J., Morrow, S. L., & 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>
- Loaiza-Lima, E., Hernando, Á., & Velásquez, A. (2024). Media skills and lifestyle of older adults in Ecuador. En M. A. Pérez Rodríguez, P. de Casas Moreno & E. G. Rojas-Estrada (Eds.), *Redes sociales y ciudadanía. El reto de la formación del profesorado en educación mediática* (pp. 115-119). Grupo Comunicar Ediciones. <https://www.grupocomunicar.com/redes-sociales-y-ciudadania-2024/>
- Marchetti, B., & Porta, L. (2023). Programa Conectar Igualdad en Argentina desde las voces de sus protagonistas. Un análisis de su estructura de gestión y su trama decisional. *Revista Educación*, 47(1), 332-350. <https://doi.org/10.15517/revedu.v47i1.49953>
- Martín Jiménez, M. (2023). *La implementación de "Los Bubuskiski"; guía para educación primaria* [Tesis de maestría, Universidad Internacional de Andalucía]. Repositorio institucional Universidad Internacional de Andalucía. <http://hdl.handle.net/10334/8646>
- Mateus, J. C., & Quiroz, M. T. (2017). Educommunication: A theoretical approach of studying media in school environments. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 14(26), 152-163. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/4883>
- Mateus, J. C. (2023). The evolution of media education: From protection to critical and creative promotion. En F. Chibás Ortiz & S. Novomisky (Eds.), *Navigating the infodemic with MIL. Media and Information Literacy* (pp.149-156). Unesco; Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000385748>
- Matos dos Santos, 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.v13i2.0018>
- Matos dos Santos, V., & Aguaded, I. (2023). Currículo Alfamed para la formación de profesores en educación mediática: por una resignificación del currículo de

- la Unesco. *Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação*, 18, e023154. <https://doi.org/10.21723/riaee.v18i00.17648>
- Media Literacy Ireland. (2022). *Welcome to Media Literacy Ireland*. June 14, 2022. <https://www.medialiteracyireland.ie/>
- Mendes, C. A., Pereira dos Santos, I., & Soares, M. S. (2022). El programa Imprensa Jovem de la Alcaldía de São Paulo: una política pública educocomunicativa. En T. Durán Becerra & G. Machuca Téllez (Eds.), *Construcción de ciudadanías críticas y fortalecimiento de las democracias en contextos de hiperconexión* (pp. 71-94). Corporación Universitaria Minuto de Dios. <https://doi.org/10.26620/uniminuto/978-958-819-180-5>
- Orcasitas, L. J., & Gutiérrez, L. F. (2016). Televisión digital terrestre. Perspectivas para la integración, la apropiación y la inclusión. En S. Novomisky & M. Américo (Eds.), *Convergencia: medios, tecnologías y educación en la era digital* (pp. 111-146). Universidad Nacional de La Plata, Fondo Editorial.
- Panta, M. (2020, 10 de abril). USMP TV: la historia del canal educativo en el que "nadie creía" y que hoy provee a "Aprendo en casa". *El Comercio*. <https://elcomercio.pe/tvmas/television/coronavirus-peru-aprendo-en-casa-usmp-tv-la-historia-del-canal-educativo-en-el-que-nadie-creia-y-que-hoy-provee-de-contenidos-al-ministerio-de-educacion-covid-19-nndc-noticia/>
- Parra, S., & Velandia, P. (2021). *Ciudadanía activa, pensamiento crítico y participación social desde la escuela. Orientaciones para la Alfabetización Mediática e Informacional*. Secretaría de Educación del Distrito; Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe. <https://repositorios.educacionbogota.edu.co/entities/publication/3a4aad8c-436f-4934-9a67-7446b329f6fb>
- Pérez-Rodríguez, M. A., Delgado-Ponce, Á., & Bonilla-del-Río, M. (2024). Educación literaria y redes sociales: análisis de la producción científica en español. *Ocnos. Revista De Estudios Sobre Lectura*, 23(1).
- Pérez-Rodríguez, M. A., & Delgado-Ponce, Á. (2012). De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática: dimensiones e indicadores. *Comunicar. Revista Científica de Educomunicación*, 20(39), 25-34. <https://doi.org/10.3916/C39-2012-02-02>
- Pérez-Rodríguez, M. A., Jaramillo-Dent, D., & Paz Alencar, A. (2022). Culturas digitales en las redes sociales. Nuevos modelos de creatividad, (auto)representación y participación. *ICONO 14. Revista de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 20(2). <https://doi.org/10.7195/ri14.v20i2.1928>

- Piñuel Raigada, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Sociolinguistic Studies*, 3(1), 1-42.
- Priede, J. (2019, 11-13 de noviembre). Towards the development of inclusive strategies for enhancing cultural literacy among young people. En L. Gómez Chova, A. López Martínez & I. Candel Torres (Eds.). *ICERI 2019 Proceedings. 12th International Conference of Education, Research and Innovation*. IATED Academy. <https://doi.org/10.21125/iceri.2019.0487>
- Público Na Scola. (s. f.). *Um projeto de literacia mediática*. <https://www.publico.pt/publico-na-escola>
- Romero-Romero, J. E., Hernando Gómez, Á., & Islas, O. (2024). Referentes iberoamericanos en la alfabetización mediática informacional (AMI). *Alteridad. Revista de Educación*, 19(1), 72-83. <https://doi.org/10.17163/alt.v19n1.2024.06>
- Rose, J., & Johnson, C. W. (2020). Contextualizing reliability and validity in qualitative research: toward more rigorous and trustworthy qualitative social science in leisure research. *Journal of Leisure Research*, 51(4). <https://doi.org/10.1080/00222216.2020.1722042>
- Russell, P. (2019). Be media smart: A national media literacy campaign for Ireland. *Journal of Information Literacy*, 13(2), 275-278. <https://doi.org/10.11645/13.2.2715>
- Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P., & Elbert, R. (2005). *Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de objetivos y elección de la metodología*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. <https://biblioteca-repositorio.clacso.edu.ar/handle/CLACSO/14733>
- Singh, N., Benmamoun, M., Meyr, E., & 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., & Corbin, J. M. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Editorial Universidad de Antioquía.
- The Economist Educational Foundation. (s. f.). *Powering the passionate in education*. <https://economistfoundation.org/>
- The New York Times. (s. f.). *The Learning Network. Teach and learn with The Times: Resources for bringing the world into your classroom*. <https://www.nytimes.com/section/learning>
- Turlea, G., Nepelski, D., de Prato, G., de Panizza, A, Picci, L., Desruelle, P., & Broster, D. (2010). *The 2010 report on R&D in ICT in the European Union*. JRC European Commission. <https://data.europa.eu/doi/10.2791/40202>

- Tyner, K. (2013, 14 y 15 de noviembre). Blended learning: Connecting media analysis and practice. En D. Aranda Juárez & J. Sánchez Navarro (Eds.), *Actas del II congreso internacional educación mediática y competencia digital. Ludoliteracy, creación colectiva y aprendizajes* (p. 51). Editorial UOC.
- USMPTV. (s. f.). *Programas*. Universidad San Martín de Porres. <https://www.usmptv.pe/programas>
- Vázquez-Herrero, J. (2022). Medios nativos digitales de referencia. En R. Salaverría & M. P. Martínez-Costa (Coords.), *Medios nativos digitales en España* (pp. 83-94). Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. <https://doi.org/10.52495/c5.emcs.7.p92>
- Yanyshyn, O., Stakhmych, Y., & Romanenko, N. (2023). Russian-Ukrainian war in the context of international media education (based on the materials of The New York Times Learning Network). *European Humanities Studies: State and Society*, 1(1), 121-138. <https://doi.org/10.38014/ehs-ss.2023.1.08>

