POLÍTICAS PÚBLICAS PARA LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA E INFORMACIONAL:

LA ACCIÓN POLÍTICA EDUCOMUNICADORA EN EUROPA Y LATINOAMÉRICA

AUTORES:

Ignacio Aguaded
Miguel-Ángel Ortiz-Sobrino
Manuel Fandos-Igado
Natalia González-Fernández
Patricia de-Casas-Moreno
Elizabeth-Guadalupe Rojas-Estrada
Daniel Martín-Pena
Ana-María Beltrán-FIandoli
José Vólquez
Morella Alvarado

Grupo Comunicar Ediciones

AlfaMed

POLÍTICAS PÚBLICAS PARA LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA E INFORMACIONAL:

LA ACCIÓN POLÍTICA EDUCOMUNICADORA EN EUROPA Y LATINOAMÉRICA

Autores:
Ignacio Aguaded
Miguel-Ángel Ortiz-Sobrino
Manuel Fandos-Igado
Natalia González-Fernández
Patricia de-Casas-Moreno
Elizabeth-Guadalupe Rojas-Estrada
Daniel Martín-Pena
Ana-María Beltrán-FIandoli
José Vólquez
Morella Alvarado

Grupo Comunicar Ediciones
αlfaMed

POLÍTICAS PÚBLICAS PARA LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA E INFORMACIONAL:

LA ACCIÓN POLÍTICA EDUCOMUNICADORA EN EUROPA Y LATINOAMÉRICA

Colección: *Guías Alfamed, N. 1.*
Primera edición, octubre 2025

Autores:
Dr. Ignacio Aguaded (UHU-España)
Dr. Miguel-Ángel Ortiz-Sobrino (UCM-España)
Dr. Manuel Fandos-Igado (UNIR-España)
Dra. Natalia González-Fernández (UC-España)
Dra. Patricia de-Casas-Moreno (UEx-España)
Dra. Elizabeth-Guadalupe Rojas-Estrada (U. Nebrija, España)
Dr. Daniel Martín-Pena (UEx-España)
Dra. Ana-María Beltrán-Flandoli (UTPL-Ecuador)
Dr. José Vólquez (UTESA-Rep. Dominicana)
Dra. Morella Alvarado (UCV-Venezuela)

Editan:

Grupo Comunicar Ediciones
AlfaMed

Colaboran:

Universidad de Huelva

Cualquier forma de explotación de esta obra, en especial su reproducción, distribución, comunicación pública o transformación, solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar, escanear, distribuir o poner a disposición algún fragmento de esta obra (www.cedro.org; 91 702 19 70 / 93 272 04 45).

Este trabajo se ha elaborado en el marco de Alfamed (Red Interuniversitaria Euroamericana de Investigación en Competencias Mediáticas para la Ciudadanía), con el apoyo del Proyecto I+D "Investigación, diseño e implementación de una propuesta curricular de formación de profesorado en alfabetización mediática en el ámbito euroamericano" de la Convocatoria Proyectos de Generación de Conocimiento 2023 (código PID2023-146288NB-I00), financiado por MICIU (AEI) 10.13039/501100011033 y por FEDER (UE).

MINISTERIO DE CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES
UNIÓN EUROPEA
AGENCIA ESTATAL DE INVESTIGACIÓN
Educalfamed

Proyecto I+D PID2023-146288NB-I00

Depósito Legal: H 402-2025
ISBN: 978-84-19998-08-8
DOI: https://doi.org/10.3916/AMI-politicas

DERECHOS RESERVADOS © 2025 de esta edición
Grupo Comunicar Ediciones
Mail: alfamed@grupocomunicar.com
www.grupocomunicar.com/publicaciones

Impreso en Estugraf, Madrid (España), 2025
Imágenes: iStock/Pexels

ÍNDICE

1. LA URGENTE NECESIDAD DE UNA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA E INFORMACIONAL 7

Alfabetización Mediática e Informacional: El rol de la Educomunicación en el desarrollo ciudadano 11

Un mundo hiperconectado que reclama una política pública 14

Europa apuesta por la AMI y la Educomunicación 17

La Educación Mediática en América: Avances regionales 20

Estrategias públicas para el nuevo ecosistema de la Inteligencia Artificial 26

2. PROPUESTA PARA UNA POLÍTICA PÚBLICA DE ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA: ESTRATEGIAS, ACCIONES Y ÁMBITOS DE APLICACIÓN 29

REFERENCIAS 41

ANEXOS 44

1 LA URGENTE NECESIDAD DE UNA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA E INFORMACIONAL

Transcurrido el primer cuarto del siglo XXI, la sociedad se encuentra inmersa en uno de los escenarios más imprevisibles a los que la humanidad se ha enfrentado en las últimas décadas. El actual entramado tecnológico propicia una estructura de redes de comunicación que requiere ciertas competencias ciudadanas, tanto para su utilización adecuada en aras de una sociedad mejor como para hacer frente a algunos peligros de los que ya se tienen conocimiento.

Términos como desinformación, *fake news* o ciberdelincuencia están a la orden del día en la conversación pública. Pero no se trata de caer en posiciones apocalípticas. Internet o la Inteligencia Artificial (IA) presentan muchos desafíos, no obstante, también ofrece vastas oportunidades.

La clave reside ahora en preparar a la ciudadanía para afrontar los retos a los que ya se enfrenta en esta telaraña tecnológica que cambia casi por minutos. Para esta razón, es necesario y urgente que, tanto las instituciones como la sociedad civil aborden estrategias públicas con un enfoque integral. Para ello, es necesario la combinación de las competencias tecnológicas con metodologías de enseñanza y aprendizajes innovadores desde una perspectiva ética y social, que hagan posible un uso seguro de las herramientas de comunicación y promuevan un uso saludable de la tecnología.

En este sentido, incorporar módulos centrados en el estudio crítico de la IA en todos los niveles educativos y en la educación no formal, ayudaría a garantizar la adquisición de habilidades y actitudes que permitan afrontar el reto de manera saludable y sostenible.

Partiendo de estas premisas, este documento propone un análisis estructurado de la situación actual, en interacción con experiencias internacionales y marcos normativos vigentes, para culminar en una propuesta de acción política fundamentada, transversal y participativa. La intención es ofrecer una hoja de ruta viable para los responsables de políticas públicas, agentes educativos, comunicadores y actores sociales comprometidos con el fortalecimiento de la **Alfabetización Mediática e Informacional (AMI)** como eje central de la transformación digital con sentido ético y democrático.

Desde hace décadas, los ciudadanos/as se han convertido en protagonistas y, a su vez, en objetivo principal de un entramado mediático que la academia ha conceptualizado como "la sociedad multipantalla". De hecho, todos los estudios sobre consumo revelan la alta exposición de la población a los contenidos que llegan a través los diferentes dispositivos y pantallas digitales (AIMC, 2025; COMSCORE, 2024). Se trata de un patrón que se repite en la mayoría de los países, aunque su intensidad varía en función de la brecha digital.

Existe un amplio consenso entre investigadores/as y responsables de instituciones públicas y privadas sobre la necesidad social global sobre una AMI específica y crítica (UNESCO,1999; 2007; 2011; Aguaded et al., 2022). En este sentido, el Foro Económico Mundial (2018) ya advirtió de que el aumento progresivo del uso de terminales de acceso a contenidos digitales en el nuevo ecosistema comunicativo y la seguridad online se estaban convirtiendo en motivos de preocupación social. Como consecuencia de este contexto tecnológico, organismos supranacionales y gobiernos de países desarrollados subrayan la importancia de implementar estrategias de Educomunicación que capaciten a la ciudadanía, y en particular a los jóvenes, para comprender y analizar de forma crítica los mensajes que reciben a través de los distintos canales informativos. En definitiva, resulta imprescindible fortalecer las competencias digitales e informacionales de la ciudadanía para desenvolverse en la red de forma segura y crítica, así como concienciar a los usuarios/as sobre los contenidos nocivos y/o sesgados, que pueden llegarles a través de las diferentes pantallas móviles y fijas que nos acompañan a diario.

"La intención es ofrecer una hoja de ruta viable para los responsables de políticas públicas, agentes educativos, comunicadores y actores sociales comprometidos con el fortalecimiento de la AMI como eje central de la transformación digital con sentido ético y democrático"

La UNESCO (2018) define la AMI como un proceso de aprendizaje y enseñanza en el que se aplica el pensamiento crítico a la creación y el consumo de medios y fuentes de información. Según García-Matilla (2022) y Garro (2020), la AMI, actualmente, es un recurso fundamental actualmente para el desarrollo del pensamiento crítico, la percepción, la interpretación, el análisis y la evaluación de los mensajes mediáticos. En la misma línea, Villavicencio y Rivera (2024) plantean que la AMI abarca habilidades que las personas deben aplicar cotidianamente, cuando se enfrentan al ingente volumen de información que reciben a través de múltiples canales y plataformas de comunicación. Se trata, por lo tanto, de impulsar sociedades concienciadas con capacidad para pensar críticamente en torno a los medios de comunicación y las fuentes de información (López-González et al., 2023). Por ende, la AMI hoy es –y debe ser– una cuestión de primer orden.

Podemos definir la "Educación Mediática" como un proceso para adquirir un conjunto de competencias ciudadanas, hoy imprescindibles en la sociedad digital, que requieren de habilidades, conocimientos y actitudes específicas. Este enfoque educativo se ha vuelto esencial en una sociedad donde la información fluye constantemente a través de múltiples plataformas digitales. Buckingham (2013) señala que la educación mediática, no solo se centra en el consumo crítico de los medios, sino que también promueve la producción de contenidos, empoderando a los ciudadanos/as para que se conviertan en creadores activos en lugar de meros receptores.

De alguna manera, lo que se pretende es garantizar y consumar los derechos de libertad de expresión, el intercambio de información y la generación de opiniones y creencias que ayuden a tomar decisiones acertadas ante la desinformación (Turpo-Gebera et al., 2023); porque una sociedad bien informada, que se replantea, contrasta y verifica la información que recibe (Mango-Quispe, 2023) es capaz de tomar mejores decisiones y generar contenido veraz, desarrollando competencias de pensamiento crítico (Altamirano, 2021). Así, una de las principales aportaciones de la educación mediática es su capacidad para fomentar el pensamiento crítico. En un entorno mediático saturado, donde la desinformación y las noticias falsas son comunes, la

educación mediática proporciona herramientas para que los usuarios/as desarrollen habilidades de análisis crítico, y fortalezcan su autonomía frente a discursos dominantes.

Como señala Hobbs (2017), la educación mediática resulta fundamental para preparar a la ciudadanía en procesos de participación democrática de forma constructiva, ya que les permite discernir entre información veraz y falaz. Además, contribuye al desarrollo de competencias digitales, tema de progresiva relevancia en la educación actual, además de su contrastada influencia en la mejora de los aprendizajes (Fernández-Cruz, 2024; González-Vidal, 2021; Lee & Leung, 2020).

En la era digital, es imprescindible que la ciudadanía, niños/as y jóvenes especialmente, no solo sean consumidores de tecnología, sino que también comprendan cómo funciona y cómo pueden utilizarla de manera ética y responsable (Flores-Rueda & Sánchez-Macías, 2021). La integración de competencias digitales, pedagógicas e innovadoras en los perfiles profesionales vinculados a la didáctica y la comunicación, cada vez más demandadas tanto por los estudiantes como por la ciudadanía en general, ha motivado numerosos estudios por parte de la comunidad científica internacional que avalan su pertinencia. Además, se observa un crecimiento sostenido de iniciativas y buenas prácticas educativas centradas en el uso de recursos tecnológicos y en la aplicación de metodologías activas e innovadoras, con el objetivo de impulsar la mejora de la educación mediática (Ramos-Agudo, 2021; Santágueda et al., 2021).

“En la era digital, es imprescindible que la ciudadanía, niños/as y jóvenes especialmente, no solo sean consumidores de tecnología, sino que también comprendan cómo funciona y cómo pueden utilizarla de manera ética y responsable”

Por otro lado, la educación mediática promueve la inclusión y la diversidad, al abordar diferentes perspectivas y voces en los medios, fomentando un ambiente de aprendizaje que valora la pluralidad y el respeto por las diferencias (Aguaded et al., 2022). En este sentido, Pérez-Torres (2019) señala que puede ser una herramienta poderosa para la promoción de la equidad, la dignidad y la justicia social, al permitir que las voces marginadas sean escuchadas y valoradas.

En suma, no cabe duda de que la educación mediática es un componente esencial en la formación de ciudadanos/as críticos, competentes y responsables en la socie-

dad contemporánea. Su implementación no solo enriquece el aprendizaje, sino que también prepara a la ciudadanía para enfrentar los retos de un mundo mediático en constante evolución. En las últimas décadas se ha generado una notable producción de investigaciones en la academia, pero también normativas, decretos y recomendaciones de los organismos internacionales en Europa, como puede observarse en el Anexo I de este trabajo. Tanto la Unión Europea como la UNESCO han desarrollado múltiples documentos de enorme valía en esta línea como la Ética de la Inteligencia Artificial (UNESCO, 2021a) o las recomendaciones de AMI dirigidas a profesores (UNESCO, 2021b).

En conjunto, estos documentos conforman un corpus normativo y pedagógico de referencia internacional, cuyo impacto trasciende las fronteras institucionales, pues orienta tanto a gobiernos como a instituciones educativas, organizaciones de la sociedad civil y actores del sector tecnológico en la tarea de diseñar políticas, currículos y prácticas que promuevan un uso consciente, responsable y equitativo de la IA y de los medios digitales.

Un mundo hiperconectado que reclama una política pública

El uso de Internet y de sus dispositivos ya no se limita a la comunicación o la interacción, sino que se ha convertido en una herramienta esencial para desarrollar competencias sociales y profesionales.

Sin ánimo de retomar el concepto de "apocalípticos e integrados", que acuñara Umberto Eco en la ya lejana década de los sesenta del siglo XX (1964), es cierto que más allá de las ventajas del nuevo panorama mediático y de las emergentes formas de circulación del conocimiento o del entretenimiento, estamos ante una estructura de redes de comunicación que requiere ciertas competencias ciudadanas, tanto para su utilización adecuada en aras de una sociedad mejor como para hacer frente a algunos riesgos digitales de los que ya se tiene conocimiento (desinformación, fraudes digitales, ciberacoso, etc.).

Ya no se trata solo de advertir de los posibles efectos nocivos para la población de estas plataformas y dispositivos móviles, que ya se han convertido en espejos virtuales donde se reflejan estereotipos, valores y contravalores sociales. Últimamente, las instituciones educativas, la ciencia y los medios de comunicación vienen alertando, igualmente, sobre los peligros de un uso torticero de la IA. Algunos de ellos están en el foco de la conversación pública desde hace algún tiempo: la producción de *deep fakes*, la clonación de voz o la propagación de bulos y *fake news* son ahora, entre otras, una amenaza real.

De igual forma, estudios recientes ponen de manifiesto que la adicción a las pantallas, a las redes sociales y la dependencia de *chatbots* generativos pueden contribuir a aflorar problemas psicológicos como la depresión, la ansiedad e, incluso, intentos de suicidio entre la ciudadanía sometida a este tipo de dieta mediática (Observatorio de la Infancia, 2024). Del mismo modo, se ha evidenciado que la exposición constante a los algoritmos de las redes sociales refuerza burbujas informativas que transmiten modelos sociales y de comportamiento, limitan el pensamiento crítico y favorecen la desinformación.

Estos desafíos subrayan la urgencia de formar a la ciudadanía en competencias que le permitan desenvolverse de manera crítica en un entorno digital complejo, a menudo saturado de mensajes poco saludables que, en muchos casos, responden a intereses espurios y promueven modelos de comportamiento contrarios a los valores democráticos, en detrimento de la dignidad humana. En este escenario, la AMI no puede concebirse como un lujo ni como un complemento, sino como un eje estratégico para la consolidación de sociedades más justas, plurales y democráticas.

Sin embargo, este avance requiere decisiones firmes, sostenidas y políticamente valientes. Es imprescindible que los tomadores de decisiones –legisladores, autoridades educativas, organismos reguladores y líderes sociales– asuman su papel como agentes clave en la construcción de políticas públicas coherentes con las necesidades y tensiones del siglo XXI. Dichas políticas deben ser transversales, intersectoriales y sostenidas en el tiempo, de modo que integren el ámbito educativo, cultural, tecnológico y comunitario, con la finalidad de garantizar una ciudadanía empoderada, resiliente y capaz de defender los principios democráticos en un ecosistema digital complejo en constante transformación.

"En este sentido, resulta fundamental que las políticas incorporen mecanismos de gobernanza participativa, que incluyan a la sociedad civil y a los actores del ecosistema digital"

En este sentido, resulta fundamental que las políticas incorporen mecanismos de gobernanza participativa, que incluyan a la sociedad civil y a los actores del ecosistema digital en los procesos de diseño, implementación y evaluación. De igual manera, es necesario que se establezcan regulaciones claras para las plataformas digitales y los conglomerados mediáticos, de modo que se garantice la transparencia en los algoritmos, la rendición de cuentas en la moderación de contenidos y la protección efectiva de los derechos digitales. Una política de esta naturaleza no solo respondería a los desafíos inmediatos de la desinformación y la manipulación mediática, sino que también contribuiría a sentar las bases de una cultura digital democrática, donde la información sea un bien público.

Europa apuesta por la AMI y la Educomunicación

En Europa, el interés y la preocupación institucional por la AMI es ya clásica, tanto en políticas nacionales –especialmente en algunos países nórdicos– como el de las instituciones europeas con políticas transnacionales. La Unión Europea (UE) señala que es necesario trabajar la AMI en todos los estratos sociales. En esta línea puede enmarcarse la iniciativa política de la Unión Europea denominada "Plan de acción de Educación Digital (2021/2027)" en el que vienen recogidas una serie de propuestas encaminadas a estudiar las directrices éticas sobre IA y el uso de datos en la educación y la comunicación, así como otras directrices comunes para profesores y educadores para fomentar la AMI y la lucha contra la desinformación a través de la educación y la formación (Comisión Europea, 2020).

No obstante, ha sido a partir de 2018 cuando desde la UE han ido sucediéndose iniciativas y recomendaciones encaminadas al fomento de la Educomunicación y la lucha contra la desinformación. Una política europea, en definitiva, que pone de relieve la importancia de este tipo de acciones institucionales encaminadas a fomentar el buen uso de los medios y el fomento de una ciudadanía crítica.

La cuestión no es baladí si se tiene en cuenta que la sobrexposición a las pantallas y su carácter transversal es común a todos los países de la Unión Europea. En el caso de España, según una información del Instituto Nacional de Estadística (2025), más del 99% de los jóvenes españoles con edades comprendidas entre los 16 y 34 años habían usado Internet en los últimos tres meses.

Las cifras difieren en el caso de las personas mayores, pero no por ello son menos importantes. Instituciones como la Fundación Atresmedia (2025) elevan a 11 millones el número de usuarios de Internet que superan los 55 años. Para casi la mitad de este colectivo social de personas con mayor edad, Internet es la forma más habitual para informarse, mientras que aproximadamente el 40% lo utiliza también para realizar operaciones bancarias.

La casuística del uso de las redes sociales en España es especialmente relevante. Un informe de "We Are Social" (2025) reflejaba que casi cuarenta millones de espa-

ñoles (en concreto, 39,7) utilizaban alguna red social como vía de acceso a contenidos y como herramienta de comunicación. También, los últimos informes de la Fundación Atresmedia (2025), recogen que muchas de las personas mayores son usuarias de YouTube (69%), de WhatsApp (64%) y de Facebook (62%), entre otras redes sociales.

En relación con los más jóvenes, los datos de UNICEF (2025), en un informe sobre el uso de redes entre los adolescentes, ponen de manifiesto que alrededor del 80% de los usuarios/as accede a redes sociales de forma diaria o casi diaria, siendo TikTok, YouTube e Instagram las plataformas preferidas. El uso de estas redes tiende a incrementarse con la edad, aunque incluso entre los niños/as de 9 a 11 años, un 58% afirma usarlas a diario. Por otro lado, un 83% recurre a aplicaciones de mensajería con la misma frecuencia para mantenerse en contacto.

La situación se agrava si su uso se hace con escasa supervisión, tanto familiar como de su entorno educativo, de tal forma que puede tener consecuencias no deseables en su desarrollo académico, en sus relaciones sociales y también en su salud (sedentarismo, sobrepeso, malas posturas, alteración del sueño, etc.).

Todo apunta, por tanto, a que estamos ante un escenario comunicativo y educacional que nada tiene que ver con los parámetros y modelos de hace apenas dos décadas. Ahora la ciudadanía utiliza Internet y los dispositivos digitales para acceder a la información y el entretenimiento. En términos comunicativos, la digitalización ha cambiado las lógicas de socialización y de transmisión cultural. Las redes sociales se han convertido en espacios centrales para la construcción de identidad, para la expresión de opiniones y para la organización de movimientos sociales, pero también en escenarios donde proliferan la desinformación, los discursos polarizados y la exposición a dinámicas de presión social.

Atendiendo a los retos y oportunidades a los que se enfrente Europa en esta materia de estudio, en el caso de España, se ha decidido abogar por la AMI a través de diferentes proyectos y acciones para el desarrollo ciudadano y la formación del docente. Por ejemplo, la Declaración “La Educomunicación en España: Un reto urgente para la sociedad digital. La alfabetización mediática sigue siendo una materia pendiente en el sistema educativo español tras casi 50 años de democracia”, impulsada por más de 50 catedráticos/as de las Universidades españolas en 2021, coordinadas por Javier Marzal

(UJI) e Ignacio Aguaded (UHU) (www.edu-comunicacion.es). También la Red Alfamed, referente internacional de investigadores/as euroamericanos en Educomunicación (bit.ly/3J0RDDn), articula investigaciones sobre competencia mediática en Iberoamérica, desarrollando estudios sobre el uso crítico de medios, el análisis de redes sociales y el pensamiento crítico en entornos digitales. Además, ha diseñado, basándose en el currículo previo de la UNESCO, un currículo de formación para docentes en competencias mediáticas (Aguaded et al., 2021). Otras iniciativas basadas en la temática son "Transalfabetismos" de la Universidad Pompeu Fabra, que analizan la alfabetización transmedia en jóvenes. Plataformas como "EducaInternet", perteneciente a Fundación Telefónica y Orange, o "PantallasAmigas" facilitan recursos de AMI a familias y docentes. Medios como Radio y Televisión Española (RTVE) y Fundación Atresmedia promueven acciones, material audiovisual y eventos formación para el desarrollo del pensamiento crítico, como "Impulsa Visión" (RTVE) o el macroproyecto "AMIBox", de la Fundación Atresmedia, con concursos, jornadas, premios y una amplia plataforma de contenidos audiovisuales (clips), adaptados a las diferentes edades de niños/a y jóvenes para una comprensión crítica y creativa de los medios y redes.

Otro país con fuerte implicación con la AMI es Portugal, donde el desarrollo de la AMI de los ciudadanos/as es objeto de una atención creciente, tanto en el ámbito de las políticas públicas como en las iniciativas de asociaciones y organizaciones de la sociedad civil, universidades y bibliotecas. Cabe destacar el Plan Nacional de AMI 2025-2029, a cargo de #PortugalMediaLab, cuyo objetivo es promover la AMI de todos los ciudadanos/as y una "ciudadanía más informada y participativa". Asimismo, el Grupo Informal sobre Literacia Mediática (GILM) desarrolla varias iniciativas con el objetivo de promover la educación en medios, como el Congreso bienal "Literacia, Media e Cidadania" y la "Operación 7 Días con los Medios". El portal RTP "Ensina", de la Rádio e Televisão Portuguesa, pone a disposición un repertorio amplio de contenidos sobre AMI, destinados a apoyar la enseñanza básica y secundaria. También es importante señalar las iniciativas de otras entidades, que diseñan y ponen a disposición recursos, y desarrollan proyectos de investigación e intervención dirigidos a la formación de docentes, estudiantes, familias, periodistas, y del público en general; por ejemplo, "Medialab", "Público na Escola", "CriaA.On", "MILOBS", "COMEDIG", "bYou"

United States
Washington
Mexico
Colombia
Ecuador
Peru
Lima
Brazil
Brasilia
Bolivia
Sucre
Paraguay
Uruguay
Buenos Aires
OCEAN
OCEANIA

La Educación Mediática en América: Avances regionales

En América Latina, el interés por la AMI ha ido en aumento en los últimos años, como respuesta a los retos comunicativos de la sociedad digital y a la necesidad de formar una ciudadanía crítica, participativa e informada. El continente enfrenta desafíos estructurales como las desigualdades en el acceso a Internet, la escasa capacitación docente en competencias digitales y la fragmentación de políticas públicas en materia de Educomunicación. Sin embargo, diversos países están promoviendo iniciativas prometedoras que comienzan a consolidar un enfoque integral y sistemático en torno a la AMI en distintos sectores.

Se están identificando diversas estrategias en algunos países orientadas a fortalecer la AMI desde un enfoque participativo e inclusivo. Uno de los pilares fundamentales es la incorporación de la competencia mediática como eje transversal en el currículo educativo formal, tanto en la educación básica como en los modelos de educación intercultural y bilingüe. Esta medida debe ser impulsada desde los ministerios de Educación en coordinación con organizaciones representativas del magisterio, entidades reguladoras de las telecomunicaciones, asociaciones civiles, la industria mediática, colectivos indígenas como la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE), a fin de garantizar su pertinencia cultural.

Para ampliar el impacto de estas políticas en sectores populares y poblaciones que se encuentran fuera del sistema de educación formal, se han fomentado el desarrollo de talleres itinerantes de AMI. Estos espacios permitirán acercar contenidos y herramientas fundamentales para el pensamiento crítico, la ciudadanía digital y la lucha contra la desinformación a comunidades tradicionalmente excluidas del ecosistema informacional. El papel del Ministerio de Bienestar Social en ciertos países, junto con universidades y organizaciones de la sociedad civil, está siendo clave en la ejecución y sostenibilidad de estas acciones. Estas iniciativas ofrecen una base replicable para otros países de la región que deseen avanzar en la construcción de políticas públicas sólidas en materia de AMI.

El enfoque multinivel, intercultural y comunitario que aquí se plantea es indispensable para garantizar una ciudadanía crítica, informada y comprometida con los valores democráticos en el entorno digital.

Entre los esfuerzos más destacados en 2023, en Ecuador, la Universidad Técnica Particular de Loja, en colaboración con la UNESCO y la Red Alfamed, impulsó en este país andino un ambicioso proyecto de implementación de AMI. Se avanzó en la estructuración de una política pública nacional sobre este tema con mesas de diálogo multisectoriales y una encuesta nacional a docentes. Entre las oportunidades se destacó la agenda educativa actualizada y la Ley de Transformación Digital, mientras que las limitaciones incluyeron la brecha digital y la escasa formación docente. Se priorizó la inclusión progresiva de la AMI en el currículo, capacitación docente y producción de contenidos.

"El enfoque multinivel, intercultural y comunitario que aquí se plantea es indispensable para garantizar una ciudadanía crítica, informada y comprometida con los valores democráticos en el entorno digital"

De forma complementaria, Colombia ha iniciado también acciones relevantes en materia de Educomunicación. Uno de los proyectos más innovadores es "Digital.IA" –Innovación en Educomunicación para la Paz, impulsado por la Oficina de Fomento Regional del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), en articulación con la Red Alfamed. Este programa, de acceso público y gratuito, busca formar ciudadanos en el uso crítico de los medios y en el fortalecimiento de la democracia mediante la Educomunicación. Estructurado en cinco módulos —Co-laboratorios, Acade-MIA, En Línea, Ready y Total Transmedia—, ya ha iniciado la implementación de dos de ellos, promoviendo la alfabetización digital con especial enfásis en la construcción de paz, la ética comunicativa y la lucha contra los desórdenes informativos.

Por su parte, en Perú se han desarrollado diversas iniciativas para fortalecer la AMI. Por ejemplo, la asociación "A Mí No Me La Hacen" capacita a estudiantes y docentes contra la desinformación. El Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV), con apoyo de UNESCO y UNICEF, promueve talleres y diagnósticos para incluir la AMI en el currículo nacional. Proyectos como "Docuperú" impulsan el análisis crítico mediante el audiovisual en comunidades, y la red "Ama Llulla" combate noti-

cias falsas en lenguas originarias. Además, se han desarrollado eventos como el IV Simposio AMI 2024 y el programa "Reto por la Educación Mediática" con la finalidad de fortalecer la formación docente, así como fomentar una ciudadanía crítica, creativa e informada.

En lo que respecta a México, se trabaja en el fortalecimiento de la AMI mediante proyectos de investigación y formación. Se ha desarrollado la iniciativa "Competencias Mediáticas en profesores de México" para analizar percepciones y experiencias docentes en torno a la AMI en distintos niveles educativos. Asimismo, ha participado en la propuesta "Educomunicación para la paz" en comunidades de Yucatán, dirigida a adolescentes, jóvenes y adultos mayores mediante recursos audiovisuales en español y maya. También se ha impulsado el proyecto "Competencias mediáticas en profesores del nivel medio superior en Yucatán", actualmente en pausa, con el fin de identificar necesidades formativas. Estas acciones buscan articular investigación, docencia y acción comunitaria para fortalecer la AMI en el país.

En Paraguay, la Educomunicación ha estado ausente en el currículum educativo de este país, aunque se han desarrollado actividades fuera del ámbito formal, como radios populares y comunitarias que aportaron espacios de formación crítica. En la actualidad, se encuentran en marcha tres proyectos de investigación financiados por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de Paraguay (CONACYT) y adjudicados a la Universidad Autónoma de Encarnación (UNAE), orientados a diagnosticar y fortalecer la AMI en distintos sectores del país: uno centrado en la AMI para la formación docente; otro enfocado en la competencia mediática del profesorado no universitario en Encarnación; y otro, dirigido a adultos jóvenes para fomentar una ciudadanía crítica y el empoderamiento social.

En República Dominicana, el Ministerio de Educación (MINERD) ha implementado acciones para mejorar la calidad educativa y la formación docente, especialmente en Educación Primaria, con posibilidad de aplicarse en Secundaria. Además, ha participado en una Iniciativa de Cooperación Triangular cofinanciada por la Unión Europea (Adelante2). Esta iniciativa impulsó la AMI mediante un plan de formación para docentes del subsistema de Educación de Jóvenes y Adultos sin escolarizar. El objetivo fue fortalecer las distintas dimensiones de la competencia mediática mediante prácticas transformadoras en el aula.

Como países más avanzados en políticas públicas relacionadas con AMI, hay que hacer referencia a Brasil y Uruguay. El primero, Brasil, lanzó la Estrategia Brasileña de Educación en Medios (EBEM), una política pública coordinada desde la Secretaría de Comunicación Social, que busca fortalecer la formación de ciudadanos críticos frente a la desinformación y el uso de medios digitales (Governo Federal Brasil, 2023). La estrategia tiene un enfoque transversal e intersectorial, que incluye la formación docente, la colaboración con la sociedad civil, la promoción del uso responsable de pantallas en niños y adolescentes, y la ampliación de la participación social en la formulación de políticas públicas. A pesar de su ambiciosa estructura y la incorporación de estos cinco ejes principales —inclusión en el currículo, capacitación de educadores, alianzas multisectoriales, promoción del uso consciente de tecnología y participación ciudadana—, la EBEM enfrenta retos significativos.

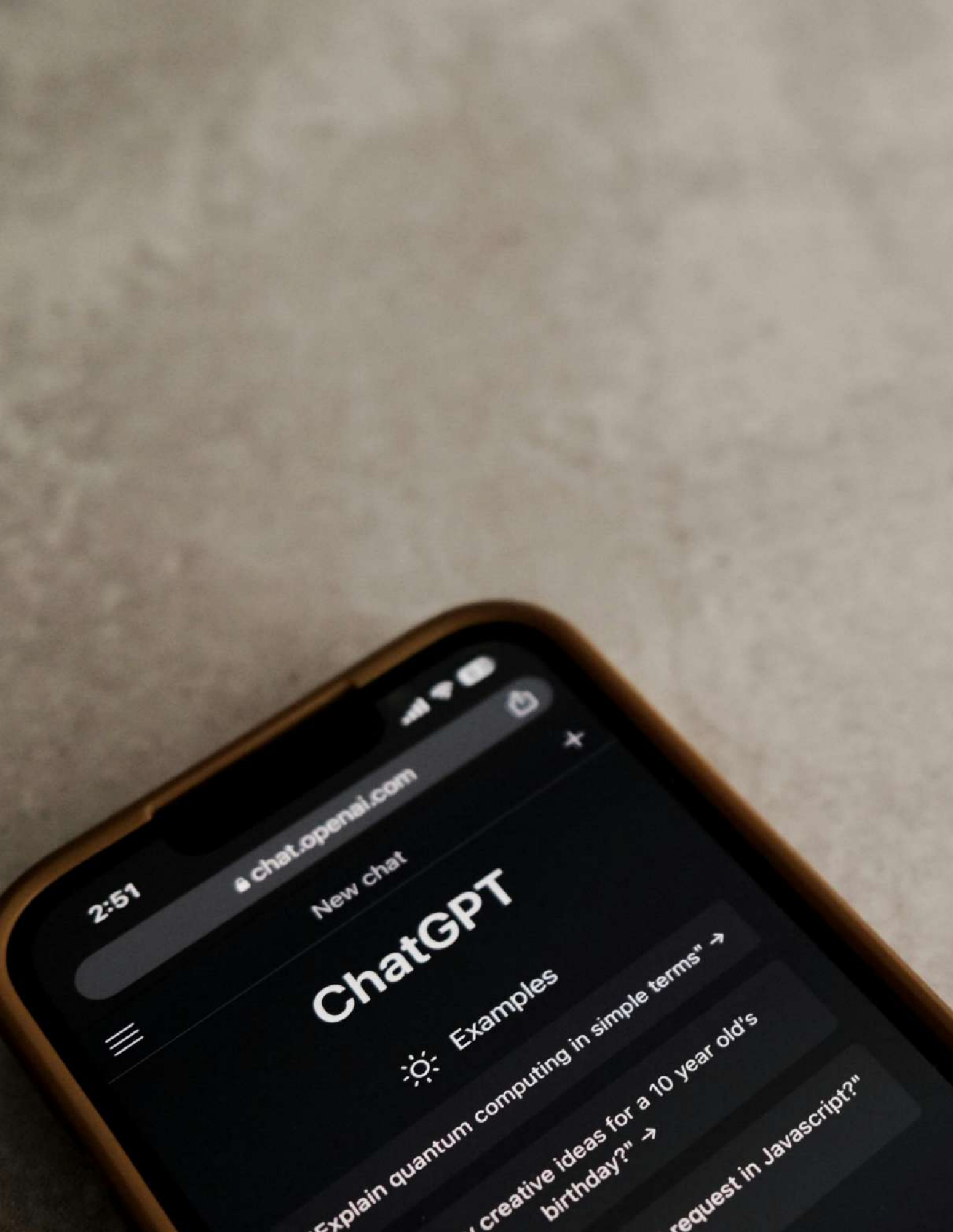
En Uruguay, la integración de la AMI en las políticas educativas se articula a través de múltiples estrategias impulsadas principalmente por el Plan Ceibal y la Administración Nacional de Educación Pública (ANEP). El Plan Estratégico 2021-2025 de Ceibal marca una cuarta etapa centrada en una visión sistémica de educación combinada, que busca fortalecer la colaboración interinstitucional y consolidar la infraestructura tecnológica, además de fomentar el intercambio internacional de experiencias en tecnología educativa. En paralelo, programas clave promueven competencias como la programación, apuntando a preparar a los estudiantes para un entorno digital dinámico. Además, la incorporación explícita de la AMI en el currículo se formalizó en marzo de 2023 con la entrada en vigor del Marco Curricular Nacional. En este marco, la AMI se integra en el enfoque "Comunicación en Sociedad", correspondiente al noveno grado, etapa en la que se considera que los estudiantes han desarrollado una mayor capacidad para el análisis crítico (Rojas-Estrada & Sánchez-Vilela, 2025). Esta decisión pedagógica refleja la intención de institucionalizar la AMI como parte esencial de la formación ciudadana y comunicativa. No obstante, su implementación circunscrita a un único nivel educativo plantea desafíos significativos en términos de escalabilidad y transversalidad.

Por su parte, en el norte de América, Canadá ofrece un modelo consolidado de AMI a través de MediaSmarts, una organización de referencia en el desarrollo de contenidos educativos, investigaciones y programas de formación. Desde hace más de dos déca-

das, MediaSmarts trabaja para empoderar a la ciudadanía canadiense con herramientas para comprender y utilizar los medios de forma crítica, ética y segura. Sus recursos se integran en los sistemas escolares provinciales y abordan temáticas como la desinformación, la privacidad en línea, los sesgos algorítmicos y la participación digital. El enfoque canadiense destaca por su énfasis en la inclusión, la diversidad y la equidad mediática, aspectos claves en el contexto plural de ese país.

Otro ejemplo paradigmático de país con políticas sistemáticas y de larga tradición en AMI es Australia. Aunque no se encuentra en la región latinoamericana, resulta relevante mencionarlo, ya que su modelo puede ofrecer valiosos aprendizajes para nuestra región. En este país, la Australian Broadcasting Corporation (ABC) ha desarrollado la plataforma ABC Education, que brinda contenidos digitales orientados a la AMI. Estos recursos están diseñados para estudiantes y docentes de todos los niveles y tienen como objetivo principal fomentar la comprensión crítica de los medios, el análisis de mensajes audiovisuales y el desarrollo de competencias para evaluar la veracidad y credibilidad de la información. Además, esta iniciativa busca preparar a los jóvenes para ser no solo consumidores, sino también productores responsables de contenidos y mensajes en entornos digitales.

Estas experiencias evidencian que, pese a encontrarse en diferentes niveles de desarrollo, los países de América reconocen cada vez más la AMI como una herramienta estratégica fundamental para la formación de ciudadanos críticos y comprometidos. Aunque persisten importantes retos para su implementación efectiva –como la desigualdad en el acceso, la formación docente y la disponibilidad de recursos–, se observa una creciente articulación entre la esfera política y la academia que favorece su avance. Los enfoques multisectoriales que se están impulsando en diversos contextos constituyen ejemplos valiosos que pueden inspirar y orientar nuevas iniciativas en el continente, en sintonía con las recomendaciones internacionales de organismos como la UNESCO y las directrices europeas en materia de AMI.


2:51
chat.openai.com
New chat
ChatGPT
Examples
Explain quantum computing in simple terms" →
creative ideas for a 10 year old's
birthday?" →
request in Javascript?"

Estrategias públicas para el nuevo ecosistema de la Inteligencia Artificial

Probablemente, estamos ante uno de los escenarios más imprevisibles a los que la humanidad se ha enfrentado en lo que va de siglo. Sin embargo, no debemos dar rienda suelta a posiciones catastrofistas.

La Inteligencia Artificial Generativa (IAG), actualmente, la rama más evolucionada de la IA, presenta muchos riesgos, pero también ofrece muchas oportunidades. La clave reside en preparar a la sociedad para afrontar los retos a los que se tendrá que enfrentar en esta telaraña tecnológica y mediática. Quizás la peor estrategia sea el miedo, la clásica "tecnofobia", que invita a prohibir y castigar, más que ayudar a comprender y a hacer un uso crítico de los medios. En el ámbito político estamos asistiendo a acciones globales en esta línea, amparadas en los elementos negativos que los medios "per se" conllevan, sin entender que los medios son "medios" y que dependen exclusivamente de los usos que de ellos hagamos. Para ello, se deberán abordar estrategias públicas de AMI con un enfoque integral que combine las competencias tecnológicas con metodologías de enseñanza y aprendizaje innovadoras desde una perspectiva ética y social.

"Las políticas educativas han puesto el foco en las habilidades técnicas, dejando de lado elementos fundamentales de la inteligencia humana como la creatividad, el análisis crítico y la reflexión"

Incorporar módulos de AMI centrados en el estudio crítico de la Inteligencia Artificial (IA) en todos los niveles educativos y en la educación no formal, ayudaría a garantizar la adquisición de competencias que permitan afrontar el reto de manera sostenible. Todo ello, sin olvidar una clave de bóveda: la formación continua.

Hasta hace poco, en líneas generales, las políticas educativas han puesto el foco en las habilidades técnicas, dejando de lado elementos fundamentales de la inteligencia humana como la creatividad, el análisis crítico y la reflexión. Pero no se trata solo de educar en el manejo de herramientas digitales y conocer cómo funcionan los medios

de comunicación. La AMI debe abordar también los riesgos psicosociales asociados al uso de la tecnología, el universo de los algoritmos y el incremento de la información.

No es una tarea sencilla. En primer lugar, porque se parte de un trabajo de alfabetización en las instituciones educativas y en la sociedad bastante limitado y con notables carencias. Hasta ahora, son contadas las estrategias y acciones eficaces, que se han implementado para avanzar en una AMI, tanto en la enseñanza reglada como en la formación no reglada. Basta observar la poca presencia de contenidos sobre Educomunicación en los grados de Educación o en los estudios de Comunicación en la universidad. Mientras la tecnología sigue avanzando cada día, la escuela y la universidad se transforman con una lentitud inapropiada al nuevo escenario y a las necesidades de los usuarios/as de la comunicación. En segundo lugar, ni el entorno tecnológico ni el uso de las plataformas digitales constituyen un terreno sencillo. Adaptarse y responder a innovaciones técnicas que evolucionan de forma constante representa un desafío complejo, en parte, debido a la lentitud con la que, en muchas ocasiones, se toman decisiones en el ámbito de la gobernanza institucional. Además, la implementación de estrategias para minimizar los impactos negativos de los contenidos que circulan a través de los dispositivos móviles requiere un esfuerzo sostenido de innovación e investigación, así como una voluntad política firme.

Este es el reto. Este escenario en permanente transformación reclama un cambio en la actitud de los diversos actores involucrados en la educación y la comunicación: desde el Estado a las instituciones educativas y la sociedad civil. El desafío es de hoy y estás aquí, y urge una respuesta institucional y social.

2 PROPUESTA PARA UNA POLÍTICA PUBLICA DE ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA: ESTRATEGIAS, ACCIONES Y ÁMBITOS DE APLICACIÓN

Los medios de comunicación y las redes sociales se han convertido en ejes esenciales en las sociedades modernas. Vivimos en la "era de las pantallas". Toda la sociedad, desde pequeños a personas mayores, independientemente de su edad, sexo e, incluso, nivel de formación, emplea gran parte del tiempo de ocio al consumo mediático.

Los poderes políticos han de garantizar una ciudadanía crítica y responsable, formada y capaz de afrontar los retos de la sociedad moderna. En esta sociedad de la "comunicación", los riesgos de la "infracomunicación" son cada día más evidentes: la capacidad de transmitir ideas falsas y desinformación afectan por igual a toda la ciudadanía. Y no solo es una cuestión de "control" de los medios, es, ante todo, una necesidad de educar y formar a las audiencias, a las personas para que hagan un uso crítico, creativo, consciente, ético, autónomo y responsable de los medios de comunicación y la tecnología.

Desde el ámbito científico se ha estudiado cada vez con más intensidad, y desde distintas latitudes, la necesaria AMI como un espacio de reflexión y aprendizaje para un consumo crítico del fenómeno comunicativo, no tanto con una mirada "defensiva", sino más bien de apropiación consciente de los grandes retos que estos nos plantean en un mundo globalizado e interconectado.

La AMI es una responsabilidad social que nos concierne a todos/as. Requiere, en primer lugar, del compromiso de padres y madres, ya que el entorno familiar es donde se concentra gran parte del consumo mediático. Además, este proceso "alfabetizador" tiene un carácter fundamentalmente educativo, más que meramente formativo, lo que refuerza el papel insustituible de las familias en su desarrollo. También han de implicarse la escuela y los profesores/as, porque la institución educativa es uno de los pocos escenarios donde la reflexión grupal y el análisis crítico sosegado es posible y porque su papel de igualación social sigue siendo hoy una de sus grandes virtudes. En tercer lugar, compete también a los medios de comunicación en todas sus modalidades. Medios éticos que atiendan, independientemente de su titularidad, al servicio público y el bien común, es hoy una aspiración más que una realidad, pero no por ello hay que seguir reivindicándolos, como pilar clave de la democracia.

Por último, los partidos políticos y los políticos/as como parte de la sociedad pueden y deben colaborar en esta apasionante tarea que surge de esta nueva "generación digital" que nos ha tocado vivir. La sociedad de las pantallas nos demanda nuevos retos, posibilidades y riesgos que hay que explorar y a los que hay que responder con celeridad.

La Educomunicación, entendida como un proceso clave para el desarrollo de la competencia mediática en la ciudadanía, exige acciones integrales que involucren a la familia, la escuela, los medios de comunicación y, de manera especialmente decisiva, las políticas públicas impulsadas desde el ámbito institucional.

En este documento, se proponen algunas líneas de acción y estrategias orientadas a que el espacio político, de forma transversal y consensuada, contribuya al fortalecimiento de una ciudadanía crítica, informada e inteligente frente a los desafíos del ecosistema comunicativo contemporáneo.

"Los poderes políticos han de garantizar una ciudadanía crítica y responsable, formada y capaz de afrontar los retos de la sociedad moderna"

1) Manifiesto educomunicativo desde la acción política

Los Parlamentos y/o organismos legislativos nacionales de los diferentes países podrían promover la creación de Comisiones específicas para elaborar documentos consensuados sobre "Políticas educomunicativas para la ciudadanía en la sociedad digital", que sirvan como marco político transversal para empoderar a las personas en su interacción con los medios. Estos documentos definirían con claridad por qué es necesaria la Educomunicación en esta sociedad de los hiperconsumos y la saturación informativa, establecerían objetivos concretos para el empoderamiento democrático de la ciudadanía, las funciones y responsabilidades, así como una hoja de ruta práctica para su implementación efectiva. Estas Comisiones podrían estar asesoradas por investigadores de la temática, expertos/as académicos nacionales e internacionales, y buscarán el consenso de todas las fuerzas políticas para garantizar su legitimidad y aplicabilidad. Así, se asegura un compromiso institucional (pacto de Estado) sólido que facilite la incorporación de la formación mediática en políticas.

2) Televisiones y radios públicas de calidad, con vocación integral y ética de servicio público

Los Parlamentos y/o organismos legislativos nacionales de los diferentes países podrían instar a las televisiones y radios a reforzar su vocación de servicio público, incorporando la AMI en sus contenidos. Esto implicaría revisar y actualizar la legislación vigente, incluyendo, en el caso de que existan, Leyes audiovisuales del Estado, para garantizar que la programación incorpore de forma transversal y efectiva materiales que fomenten el pensamiento crítico y la competencia mediática. No se trataría solo de aumentar la cantidad de contenidos, sino de integrarlos estratégicamente en la parrilla, con calidad y relevancia, para impactar de manera real en la audiencia y sectores vulnerados.

3) TV educativa educomunicativa

Los programas educomunicativos suelen tener escasos índices de audiencia. No solo por su reducido número y su nulo posicionamiento en franjas de pantalla de "prime time". Por ello, no basta con aumentar la cantidad de estos contenidos, sino que es necesario diseñar programas atractivos, innovadores y bien producidos que se emitan en horarios estratégicos para captar al público general. Además, los Parlamentos de los diferentes países pueden fomentar alianzas entre investigadores y expertos/as en Educomunicación, productores y medios para crear formatos que combinen entretenimiento y formación, logrando así un impacto real en la AMI de la audiencia. Dichas alianzas podrían favorecer la creación de formatos transmedia, la producción de series o programas de divulgación cultural que integren narrativas, y la apertura de espacios permanentes en medios tradicionales y digitales.

4) Marco legislativo: Educación y Universidades

La esfera política debe asumir la responsabilidad de garantizar la inclusión de contenidos de Educomunicación en los currículos básicos de la educación obligatoria. Además, es fundamental incluir formación en educación mediática en las carreras y programas de formación docente. Para ello, los Parlamentos de los diferentes países podrían coordinar con los Ministerios competentes de Educación y Universidades la creación de una comisión técnica interinstitucional encargada de: a) Diseñar los contenidos específicos de Educomunicación adaptados a cada nivel educativo; b) Proponer su implementación gradual y obligatoria, garantizando la coherencia curricular; c) Integrar la formación en educación mediática en los planes de estudio de Magisterio y del Máster en Formación del Profesorado de Secundaria; y d) Fortalecer la formación continua de los docentes en activo, a través de cursos, certificaciones, diplomados y programas de actualización profesional.

5) Apoyo a la investigación

Es necesario y urgente que los organismos de investigación y el Ministerio competente en materia de ciencia incluyan la Educomunicación entre sus líneas prioritarias, destinando fondos específicos y convocatorias abiertas para proyectos interdisciplinarios. Se sugiere además promover redes nacionales e internacionales de investigadores para compartir resultados y buenas prácticas. La investigación en este nuevo ámbito de las ciencias sociales es esencial porque estamos ante una realidad nueva, nunca vislumbrada. La investigación garantiza un mejor conocimiento sistemático y riguroso de las nuevas tendencias y las posibilidades de intervención.

6) Incentivos al tercer sector

El tercer sector, conformado por asociaciones, fundaciones, colectivos comunitarios y organizaciones sin ánimo de lucro, ha desempeñado un papel fundamental en la consolidación de la Educomunicación como herramienta clave para la promoción del pensamiento crítico, la inclusión social y la democratización del acceso a la información. Estas entidades, al estar directamente vinculadas con las necesidades de la ciudadanía, se convierten en actores estratégicos para acercar la educación mediática a sectores de la población que, en muchas ocasiones, quedan al margen de las políticas públicas o de las dinámicas del mercado.

A través de talleres, campañas de sensibilización, programas de alfabetización digital y proyectos de comunicación comunitaria, estas organizaciones promueven no solo la inclusión digital, sino también la participación ciudadana activa en los asuntos públicos. Su labor resulta esencial para reducir la brecha digital y favorecer la construcción de una ciudadanía crítica y consciente de los riesgos y oportunidades del ecosistema mediático contemporáneo.

El respaldo institucional del Parlamento a estas iniciativas, mediante reconocimiento público, apoyo financiero y la creación de marcos de colaboración, podría multiplicar

significativamente su impacto y legitimar la Educomunicación como un bien social. Además, este apoyo abriría la posibilidad de articular redes de cooperación entre el tercer sector, la academia y los medios de comunicación, permitiendo la generación de proyectos sostenibles, interdisciplinarios y de largo alcance.

7) Formación interna de agentes políticos

Es conveniente que los parlamentarios y los políticos tomen conciencia del nuevo reto tecnológico y el papel que puede jugar la Educomunicación en nuestra sociedad para que puedan comprender mejor los desafíos mediáticos actuales y actuar de manera informada y responsable en sus funciones públicas. La formación en competencia mediática debe ser universal, incluyendo a los propios agentes políticos. Ante el analfabetismo audiovisual y mediático ningún ciudadano/a, tal como han demostrado diferentes investigaciones, está inmune, la formación integral en competencia mediática debe ser universal.

8) Campañas sociales prensa, radio, TV, redes...

Resulta prioritario poner en marcha campañas sociales de carácter educativo y estratégico, difundidas de manera coordinada a través de prensa, radio, televisión y redes sociales con el objetivo de sensibilizar y formar a la ciudadanía en competencia mediática. Estas campañas no solo deben centrarse en la transmisión de información, sino también en el desarrollo de habilidades críticas que permitan a las personas analizar, contrastar y cuestionar los mensajes que reciben en el entorno digital y mediático actual. En este sentido, es fundamental que las campañas fomenten el pensamiento crítico, la identificación de la desinformación y el consumo responsable de medios, de manera que contribuyan a generar una mayor conciencia social acerca de los desafíos que plantea el ecosistema comunicativo contemporáneo.

9) Observatorio Educomunicativo

La creación de un Observatorio Educomunicativo bajo la responsabilidad de los Parlamentos de los diferentes países, es una acción clave. Este Observatorio debe reunir a representantes políticos, investigadores, expertos, académicos y actores sociales para monitorear, analizar y evaluar las tendencias y retos del ecosistema mediático. Tendrá la función de institucionalizar el compromiso político con la formación mediática ciudadana, facilitar el diseño de políticas públicas basadas en evidencia, y promover el diálogo transversal entre sectores para fortalecer la educación mediática como herramienta de empoderamiento ciudadano. Además, servirá como un espacio de seguimiento continuo y actualización sobre nuevas amenazas y oportunidades comunicativas. Todas las medidas han de estar basadas en la transversalidad, el consenso, las demandas sociales y el impulso de la participación cívica, para aumentar una mayor identificación de la ciudadanía con sus agentes políticos, fortaleciendo así la confianza de la ciudadanía en unas instituciones que responden a sus necesidades formativas.

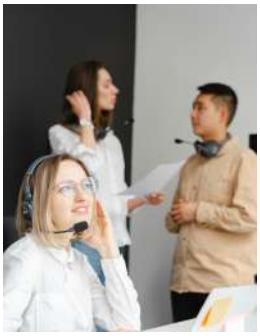
10) Comunidades Autónomas, regiones, municipios y entidades territoriales

Los Parlamentos autonómicos o relativos a las entidades territoriales de los diferentes países pueden fomentar la inclusión de contenidos de Educomunicación en los planes de estudio universitarios, especialmente, en las carreras de Educación, Pedagogía y Comunicación. Además, se recomienda crear Comisiones de Expertos territoriales que diseñen propuestas curriculares adaptadas a cada territorio. Asimismo, desde las instituciones y órganos responsables en materia de educación, se debe impulsar programas específicos de AMI dirigidos a personas mayores, implementados en centros de día y bibliotecas municipales para fomentar su participación activa y crítica en el entorno digital.

11) Ministerio de Educación

El Ministerio en competencia de educación de los diferentes países puede impulsar la creación de una comisión permanente de ámbito nacional. Esta entidad será la encargada de diseñar y mantener un canal digital y un repositorio actualizado de contenidos educomunicativos. Estos recursos estarán disponibles para educadores/as y ciudadanos/as, facilitando el acceso a materiales formativos que promuevan la AMI. La actualización anual garantizará la relevancia y actualidad de los contenidos, favoreciendo una formación continua y accesible para toda la población interesada en desarrollar competencias en materia de medios e información.

12) Consejos consultivos para las televisiones



Los Parlamentos de los diferentes países, en el caso de que existan Comisiones de Seguimiento de los contenidos televisivos y de las redes sociales, deberían instar a las direcciones de las cadenas de televisión a instaurar un Consejo Asesor Consultivo, encargado de supervisar, evaluar y asesorar sobre la programación. Dicho Consejo tendría un rol central en la definición de lineamientos que aseguren que los contenidos, especialmente, los relacionados con las campañas institucionales y aquellos vinculados con la AMI respondan a criterios de calidad, pluralidad y pertinencia social. Su misión no se limitaría a la revisión puntual de programas, sino que abarcaría la elaboración de recomendaciones estratégicas para fortalecer la función educativa de la televisión en un ecosistema mediático cada vez más complejo. En este sentido, el Consejo debería garantizar que la televisión mantenga un compromiso real con la educación mediática, promoviendo contenidos orientados a desarrollar en la ciudadanía competencias críticas para interpretar, analizar y producir mensajes en entornos digitales y audiovisuales. Podría estructurarse como un órgano independiente, adscrito a los Parlamentos nacionales con capacidad de emitir recomendaciones públicas y con mecanismos de monitoreo y evaluación de su implementación.

13) Ministerio de Universidades o Enseñanza Superior

El Ministerio de Universidades o Enseñanza Superior de cada país puede promover un Simposios Nacionales periódicos donde expertos/as, investigadores/as y especialistas presenten avances y estudios sobre Educomunicación. Este evento permitirá compartir conocimientos actualizados, fortalecer redes académicas y orientar políticas educativas. En última instancia, la institucionalización de simposios contribuiría no solo a actualizar los marcos teóricos y metodológicos de la disciplina, sino también a orientar políticas más inclusivas y sostenibles, alineadas con los retos del ecosistema mediático contemporáneo. De esta manera, se avanzaría hacia el desarrollo y consolidación de una cultura educomunicativa sólida en los países hispanohablantes, promoviendo una ciudadanía más crítica, participativa y consciente de su rol en la sociedad digital.

14) Iniciativas en el seno de los colegios y escuelas

Los órganos institucionales autonómicos o entidades territoriales de cada país podrían impulsar un premio anual que reconozca las mejores iniciativas de AMI en colegios y/o escuelas y centros de secundaria, así como en investigaciones en estas nuevas realidades. Se establecerán categorías específicas para docentes y para alumnos, abarcando diferentes temáticas relacionadas con la Educomunicación. El objetivo es incentivar y sensibilizar a toda la comunidad escolar sobre la importancia de la Educomunicación, fomentando su integración y desarrollo en el ámbito educativo. Al mismo tiempo, contribuiría a crear una cultura institucional que valore la innovación pedagógica y promueva el desarrollo de una ciudadanía crítica y consciente de los retos del ecosistema mediático.

En suma, los desafíos actuales del ecosistema mediático exigen respuestas coordinadas, sostenibles y contextualizadas, donde la AMI se asuma como una política pública prioritaria y no como una acción aislada o meramente complementaria. Las iniciativas descritas en esta guía demuestran que es posible avanzar desde lo estructural y lo institucional hacia una ciudadanía más crítica, participativa y empoderada, siempre que exista voluntad política, articulación intersectorial y un enfoque educomunicativo comprometido con la transformación social.

Corresponde a los poderes públicos –en todos sus niveles y competencias– asumir ahora un rol activo en la consolidación de marcos normativos, estrategias pedagógicas y mecanismos de participación ciudadana que garanticen el derecho a una formación mediática de calidad. De lo contrario, la AMI corre el riesgo de convertirse en un eslogan bienintencionado, tal como advierte Buckingham (2013). Solo así será posible construir sociedades más democráticas, cohesionadas y resilientes ante los desafíos de la desinformación, la IA, la manipulación digital y la creciente complejidad de los entornos comunicativos contemporáneos.

Referencias

Aguaded, I., Civila, S., & Vizcaíno-Verdú, A. (2022). Paradigm changes and new challenges for media education: Review and science mapping (2000-2021). *Profesional de la Información, 31*(6), e310606. https://doi.org/10.3145/epi.2022.nov.06

Aguaded, I., Jaramillo-Dent, D., & Delgado-Ponce, A. (2021). *Currículum Alfamed de formación de profesores en educación mediática. MIL (Media and Information Literacy) en la era pos-COVID-19*. Octaedro. https://bit.ly/3GrJC9X

AIMC (2025). *Marco general de los medios en España, 2025*. https://bit.ly/40wd1qe

Altamirano, S. (2021). Perfil de AMI de estudiantes y docentes de educación superior. *CPU-e, Revista de Investigación Educativa*, 32. https://doi.org/10.25009/cpue.v0i32.2735

Buckingham, D. (2013). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture.* Polity Press.

Comisión Europea. (2020). *Digital Education Action Plan (2021-2027): Resetting education and training for the digital age*. https://bit.ly/3UfxYCp

COMSCORE (Ed.) (2024). C*omscore presentó los hallazgos clave de su estudio 2024 sobre Connected TV en América Latina*. https://bit.ly/44J6NWB

Eco, U. (1984). *Apocalípticos e integrados: Ensayos de cultura de masas* (5.ª ed.). Lumen.

Fernández-Cruz, F.J., Rodríguez-Legendre, F., & Sainz, V. (2024). La competencia digital docente y el diseño de situaciones innovadoras con TIC para la mejora del aprendizaje. *Bordón. Revista de Pedagogía, 76*(2), 11-24. https://doi.org/10.13042/Bordon.2024.106342

Flores-Rueda, I.C., & Sánchez-Macías, A. (2021). Percepción y actitud hacia las TIC en estudiantes universitarias. *Atenas, 4*(56), 1-18.

Fundación Atresmedia. (2025). *Tecnología y mayores: oportunidades para una vida mejor.* https://bit.ly/4lM3dkz

García-Matilla, A. (2022). Pantallas y dispositivos móviles. Una necesaria educación para la comunicación de la infancia. *Icono14, 20*(1), 1-13. https://doi.org/10.7195/ri14.v20i1.1807

Garro, L. (2020). AMI en América Latina. Revisión de literatura: temas y experiencias. *Revista Educación, 44*(1), 1-22. https://doi.org/10.15517/revedu.v44i1.37708

González-Vidal, I.M. (2021). Influencia de las TIC en el rendimiento escolar de estudiantes vulnerables. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia, 24*(1), 351-365. https://doi.org/10.5944/ried.24.1.27960

Hobbs, R. (2017). *Media Literacy in the Digital Age*. Wiley-Blackwell.

Instituto Nacional de Estadística (2025). *Informe Ciencia, Tecnología y Sociedad.* https://bit.ly/40vpXN1

Lee, J., & Leung, L. (2020). The impact of media literacy education on digital competence: A study of high school students. *Journal of Educational Technology & Society, 23*(2), 45-58.

López-González, H., Sosa, L., Sánchez, L., & Faure-Carvallo, A. (2023). Educación mediática e informacional y pensamiento crítico: una revisión sistemática. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 399-423. https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1939

Mango-Quispe, P., Pérez-Postigo, G., & Turpo-Gebera, O. (2024). AMI y pensamiento crítico en la formación inicial de docentes. *European Public & Social Innovation Review,* 9, 01-15. https://doi.org/10.31637/epsir-2024-1548.

Marzal, J. & Aguaded, I. (Coords.) (2021). *La Educomunicación en España: Un reto urgente para la sociedad digital. La AMI sigue siendo una materia pendiente en el sistema educativo español tras casi 50 años de democracia".* www.edu-comunicacion.es

Observatorio de la Infancia. (2024). *EmoChild 2024: Infancia, adolescencia y pantallas.* https://bit.ly/4o4LmXv

Pérez-Torres, C. (2019). Media education and social justice: A critical perspective. *International Journal of Media and Cultural Politics, 15*(1), 23-40.

Ramos-Agudo, F. (2021). Integración de las TIC en la enseñanza semipresencial de Artes Escénicas y Danza: tres buenas prácticas. *Revista DIM: Didáctica, Innovación y Multimedia*, 39, 23. https://bit.ly/46qj03I

Rojas-Estrada, E. G., & Sánchez-Vilela, R. (2024). Teachers' perspective on the integration of media and information literacy into the Uruguayan educational curriculum. *International Journal of Media and Information Literacy, 9*(2). https://doi.org/10.13187/ijmil.2024.2.424

Santágueda, M., Llopis-Nebot, M.A., & Esteve-Mon, F.M. (2021). Una aplicación móvil para trabajar en el aprendizaje servicio universitario: Usabilidad, adecuación y percepciones de utilidad. *Edutec, Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, 78, 22-37. https://doi.org/10.21556/edutec.2021.78.2231

Turpo-Gebera, O., Zea-Urviola, M., Huamaní-Portilla, F., Girón-Pizarro, M., Pérez-Zea, A. & Aguaded, I. (2023). Media and information literacy in secondary students: Diagnosis and assessment. *Journal of Technology and Science Education, 13(*2), 514-531. https://doi.org/10.3926/jotse.1746

UNESCO (1999). Educating for the media and the digital age. Recommendations addressed to the UNESCO Adopted by the Vienna Conference. Vienna, 20 April 1999. https://goo.gl/wbqTlT

UNESCO. (2007). *Agenda de París o 12 Recomendaciones para la Educación en Medios.* París: Author. https://goo.gl/7jzoWi

UNESCO. (2011). *Declaración de Braga.* https://goo.gl/Ac6y35

UNESCO. (2018). *Media and information literacy.* https://bit.ly/2TKTTzP

UNESCO (2021a). *Recommendation on the ethics of Artificial Intelligence.* UNESCO. https://bit.ly/44Z0RHM

UNESCO (2021b). *Media and information literate citizens: Think critically, click Wisely! Media and information literacy for teachers.* https://bit.ly/3UpiHie

UNICEF (2025). *Niñas, niños y adolescentes conectados. Kids online Argentina. Resumen Ejecutivo*. https://bit.ly/4kTkebf

Valencia-Villavicencio, V., & Rivera-Rogel, D. (2024). Integración de la Alfabetización mediática e informacional en la formación docente. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-16. https://doi.or-g/10.31637/epsir-2024-640

We Are Social (2025). *Digital Reports Spain.* https://bit.ly/4m97PAV

ANEXO 1: NORMATIVA EUROPEA Y DE LA UNESCO SOBRE LA EDUCACIÓN MEDIÁTICA

Recomendación sobre la AMI en el entorno digital en Europa (2009)

https://bit.ly/3UpVJYf

El Parlamento Europeo emitió esta recomendación para enfatizar la importancia de la AMI en la era digital. Se insta a los Estados miembros a integrar la educación mediática en el currículum y a fomentar la colaboración entre instituciones educativas, medios de comunicación y organizaciones civiles.

Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual (2010, revisada en 2018)

https://bit.ly/4ld6ecF

Esta directiva exige que los Estados miembros promuevan y fomenten la educación mediática, asegurando que los ciudadanos/as desarrollen habilidades críticas para analizar, evaluar y crear contenidos. Además, la directiva enfatiza la importancia de que estas acciones formativas no se limiten únicamente al ámbito escolar, sino que se extiendan a todas las etapas de la vida.

Recomendaciones del Consejo de la UE sobre Competencias Clave para el Aprendizaje Permanente (2018)

https://bit.ly/3TRrbyv

El documento ofrece un marco europeo de referencia con ocho competencias clave que todo ciudadano debe desarrollar para el aprendizaje permanente, la inclusión social, la empleabilidad y la participación activa en la sociedad. La AMI forma parte de las competencias digitales necesarias.

Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual (2018/1808)

https://bit.ly/415Zw0B

Modificada en 2018, esta directiva establece la promoción de la AMI en los Estados miembros, exigiendo que adopten medidas para mejorar la capacidad crítica de los ciudadanos/as frente a los medios digitales.

Comunicación de la Comisión sobre la lucha contra la desinformación en línea (2018)
https://bit.ly/40tNSws
Destaca la importancia de la educación mediática para contrarrestar la desinformación uno de los fenómenos más complejos en el ecosistema comunicativo.

Competencias para el siglo XXI en Iberoamérica por la Organización de Estados Iberoamericanos (2020)
https://bit.ly/455gEVx
Informe sobre cómo los países iberoamericanos integran las competencias del siglo XXI en sus sistemas educativos. Busca diagnosticar avances y desafíos en legislación, currículo y formación docente. Su objetivo es ofrecer recomendaciones que fortalezcan una educación equitativa y pertinente en la región.

Marco Europeo de Competencia Digital para Ciudadanos (DigComp)
https://bit.ly/4kXlslI
Guía desarrollada por la Comisión Europea para definir y mejorar las habilidades digitales de los ciudadanos/as. Su principal intención es proporcionar un modelo común para evaluar, desarrollar y reconocer competencias digitales, promoviendo un uso seguro, crítico y creativo de la tecnología.

Informe de la Comisión Europea sobre la implementación de la Educación Mediática en la UE (2022)
https://bit.ly/45kwrRy
Con recomendaciones como la integración de la educación mediática en los sistemas educativos, sugiriendo que los Estados miembros incorporen la AMI en los planos de estudio, desde la educación primaria hasta la superior.

Plan de Acción de Educación Digital 2021-2027 (Comisión Europea)
https://bit.ly/451Pq2a
Dentro de este plan se refuerza la alfabetización digital y mediática como un pilar clave para la ciudadanía digital.

Iniciativa de la UE contra la Desinformación y Código de Buenas Prácticas en Desinformación (2018, actualizado en 2022)
https://bit.ly/41124gw
Señalando la necesidad del empoderamiento de los usuarios/as promoviendo el desarrollo de herramientas para que los ciudadanos/as puedan identificar y comprender la desinformación, accediendo a fuentes autorizadas y participando en iniciativas de AMI y ciudadanía digital.

Directrices para profesores y educadores sobre la lucha contra la desinformación y el fomento de la alfabetización digital mediante la educación y la formación (2022)
https://bit.ly/40z3pLl
Elaboradas por la Comisión Europea, estas directrices ofrecen orientación práctica para docentes de primaria y secundaria. Incluyen consejos y actividades diseñadas para desarrollar el pensamiento crítico de los estudiantes y su capacidad para evaluar información en línea de manera efectiva.

Del mismo modo, la UNESCO también se viene haciendo eco sobre el tema en algunos de sus recomendaciones:

- **El Marco de Competencias de la Alfabetización Mediática e Informacional (MIL, 2011)** (https://bit.ly/3H3gZQt).
- **La Declaración de París sobre Alfabetización Mediática e Informacional (2014)** (https://bit.ly/3GOiBh3).
- **Las 5 Leyes de la Alfabetización Mediática e Informacional (2016)** (https://bit.ly/4f4WKhR).
- **La Guía de la UNESCO sobre para Profesores (2019)** (https://bit.ly/4f71MdJ).
- **La Recomendación sobre la Ética de la Inteligencia Artificial (2021)** (https://bit.ly/4m9zFNm).

9 788419 998088

Grupo Comunicar Ediciones

Universidad de Huelva

AlfaMed

Proyecto I+D PID2023-146288NB-I00