

## La alfabetización mediática como nuevo ámbito de conocimiento científico

*Media Literacy as a New Field of  
Scientific Knowledge*

*A literacia mediática como um novo domínio  
do conhecimento científico*

DOI: <https://doi.org/10.32870/cys.v2025.9048>

IGNACIO AGUADED<sup>1</sup>

<https://orcid.org/0000-0002-0229-1118>

GABRIELA BORGES<sup>2</sup>

<https://orcid.org/0000-0002-0612-9732>

La alfabetización mediática ha adquirido en los últimos tiempos una emergente presencia en los ámbitos académicos y científicos. Sin duda, la importancia de la comunicación, los medios, las redes sociales y todos los dispositivos de interacción y comunicación han ganado en las dos últimas décadas un papel estelar en esta sociedad que para muchos es ya la “sociedad de las pantallas”, de la información, de las *fake news* al mismo tiempo, del espectáculo digital y del conocimiento global, de la *gamificación* y de hipnosis colectiva. Todo lo más excelso del ser humano y lo más ínfimo tienen cabida, y al mismo tiempo, en la galería mediática que simboliza mejor que nadie el teléfono móvil, el “celular”.

Los medios nos representan como personas, como sociedad y como era y, por ello, las interacciones que la ciudadanía como audiencia entabla a diario, así de forma genérica y en muchos casos hasta de manera compulsiva, nos debe interpelar en el ámbito académico como fenómeno de estudio y como ámbito de transferencia social y de intervención.

<sup>1</sup> Universidad de Huelva, España.  
[aguaded@uhu.es](mailto:aguaded@uhu.es)

<sup>2</sup> Universidad de Algarve, Portugal.  
[gabriela.borges0@gmail.com](mailto:gabriela.borges0@gmail.com)

Estas interacciones con los medios no son neutras ni asépticas y moldean y condicionan la vida de muchos ciudadanos en un mundo cada vez más global e interdependiente. La investigación sobre estos emergentes espacios de conocimiento se revela como esencial para que se pueda dar respuestas a múltiples situaciones que nunca antes en la historia de la humanidad se habían tenido que enfrentar.

Ofrecemos en esta sección temática una propuesta de seis investigaciones y reflexiones que abordan puntos de vista y enfoques variados de Europa y América. Los artículos contenidos en esta sección abordan múltiples y diversas perspectivas teóricas, metodológicas y empíricas en torno al sugerente ámbito de la alfabetización mediática e informacional en diferentes países de América Latina y Europa.

El artículo “Alfabetización mediática e informacional como política pública en Ecuador”, elaborado por las investigadoras ecuatorianas Diana Rivera-Rogel, Ana María Beltrán-Flandoli, Lucy Andrade-Vargas, Margoth Iriarte-Solano y Andrea Velásquez-Benavides, expone los resultados de una investigación llevada a cabo por la Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador), en colaboración con la Unesco, Mintel Fundamedios y el Ministerio de Educación de Ecuador. Se implementó la metodología IGO (Importancia y Gobernanza) de Mojica (2005), con el propósito de evaluar y segmentar las acciones orientadas a la formulación de una política pública de transformación digital que integre la alfabetización mediática e informacional como eje transversal en Ecuador.

Los hallazgos revelan que la socialización de los marcos legales, la capacitación para acceder y utilizar las TIC, y la formación crítica para el consumo de medios se identifican como objetivos de suma relevancia en la formación de las personas para que puedan analizar y comprender la información que reciben, tomar decisiones informadas y participar socialmente en los medios y la cultura digital. Asimismo, es imperativo que las entidades gubernamentales clarifiquen la información oficial para los medios de comunicación, de modo que puedan producir y verificar contenidos de forma creíble y reducir la brecha digital.

El ensayo teórico “Hacia un modelo epistemológico de competencia mediática: paideia, mayéutica y pensamiento clásico”, de Mario Montaner Bastías, Marcelo Careaga Butter y Andrés Seguel Arriagada, de la

Universidad Católica de la Santísima Concepción (Chile), presenta una propuesta de modelo epistemológico para estudiar la competencia mediática basado en las escuelas clásicas de pensamiento, con el objetivo de cuestionar el paradigma positivista que ha predominado en el estudio de la comunicación y los medios. El ensayo argumenta que la combinación de los estudios de la competencia mediática y la mayéutica socrática es esencial para comprender el sentido crítico como un proceso fundamental para el ser humano y un medio de acceso al conocimiento.

La competencia mediática busca fomentar un consumo responsable de los medios; sin embargo, su conceptualización inicial no siempre ha contribuido al desarrollo integral de las personas. Los objetivos de la competencia mediática se alinean más con los principios de la paideia y la mayéutica que con los valores predominantes en la sociedad posmoderna. Por ende, los autores sostienen que, para lograr una aplicación efectiva, es imperativo contar con formadores especializados que fomenten el cuestionamiento y el pensamiento crítico en el ámbito educativo. A partir de esta reflexión, se presenta un modelo epistemológico de competencia mediática fundamentado en el enfoque ecológico de los sistemas ambientales (Bronfenbrenner, 1979), que sitúa la competencia mediática en el centro del proceso de aprendizaje. Este proceso se ve mediado por los educadores, quienes actúan como agentes críticos y estimuladores a través del cuestionamiento y la orientación, con el propósito de que el proceso de asimilación del conocimiento real sea verdaderamente significativo para quienes lo cultivan en el contexto de la sociedad digital actual.

El artículo “Enfoque transdisciplinar y multimodal de la integración de la educación mediática en los contenidos de la enseñanza superior en Eslovaquia”, escrito por las autoras Viera Kačínová y Sabína Gáliková, de la Universidad de San Cirilo y Metodio, de Eslovaquia, aborda la transdisciplinariedad y la multimodalidad en la integración de la educación mediática en la enseñanza superior en este país de Europa del Este. La educación mediática, de carácter obligatorio en los niveles de educación primaria y secundaria, se incorpora de manera flexible al plan de estudios.

El estudio presenta un análisis sistemático de los planes de estudio de las principales universidades eslovacas con el propósito de verifi-

car la inclusión de contenidos de educación mediática. El análisis se inicia con la evaluación de las políticas curriculares nacionales y las prácticas docentes en los cursos destinados a formar comunicadores y educadores. El propósito de la investigación radica en la identificación de contenidos explícitos concernientes a la educación mediática, así como en la detección de la multimodalidad en su integración en la enseñanza superior. Desde una perspectiva metodológica, se ha implementado un análisis cuantitativo y cualitativo de los planes de estudio de los programas universitarios relacionados con el tema en los periodos de 2023/24 y 2022/23. Los hallazgos revelan que la Educación Mediática se encuentra incorporada en 38 programas académicos del país, repartidos en cuatro áreas de estudio, presentes en las 14 facultades y las nueve universidades eslovacas examinadas.

El artículo “Promoviendo la Tourism Literacy, desde una mirada educomunicadora”, de Sandra Cristina Côrtes-Moreira, Amor Pérez-Rodríguez y Miguel Mário Lopes-Neto, de la Universidad de Huelva (España), aborda la comprensión de la relación entre turismo, comunicación y prácticas educomunicativas, sistematizando el concepto de *competencia en alfabetización turística*. Para ello, se ha llevado a cabo una investigación cualitativa mediante la realización de entrevistas estructuradas, con el objetivo de examinar las funciones y percepciones de los mediadores turísticos en tres organizaciones de gestión de destinos situados en la región del Algarve, en Portugal. En este sentido, la investigación tiene como propósito delimitar las dimensiones e indicadores de la competencia en alfabetización turística.

Los resultados obtenidos ponen de manifiesto que los mediadores turísticos poseen ciertas competencias relacionadas con las dimensiones de tecnología, recepción y empatía, así como creación. En consecuencia, el estudio indaga en una comprensión más profunda del turismo y sus repercusiones, con la finalidad de promover prácticas que favorezcan un desarrollo turístico ético y sostenible.

El artículo titulado “Hilos en X y curación de contenido para la divulgación científica en Educación Superior en Ecuador”, escrito por José Marcelino Romero Gutiérrez, Patricia de-Casas-Moreno y Edgar Efraín Obaco Soto, de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador y la Universidad de Extremadura (España), aborda la interrelación

entre la alfabetización mediática y la alfabetización científica. Mientras que la alfabetización mediática permite identificar y seleccionar fuentes fiables, lo que favorece la curación de contenidos, la alfabetización científica permite integrar y contextualizar la información de forma rigurosa, reforzando la credibilidad de las publicaciones en redes sociales.

Para ello, la investigación tuvo como objetivo principal destacar el rol que desempeñan la alfabetización mediática y científica en la comprensión y evaluación crítica de la información compartida en la red social X. En este sentido, se llevó a cabo un estudio sistemático sobre el uso de los hilos en la investigación y divulgación científica por parte de profesionales y estudiantes de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. La muestra del estudio estuvo compuesta por 302 sujetos, divididos en dos grupos de 194 y 108 estudiantes y profesionales, respectivamente. Se implementó una metodología cuantitativa, fundamentada en un enfoque empírico-inductivo, mediante la aplicación de cuestionarios como instrumento de recolección de datos. En términos generales, se ha determinado que el empleo de X como fuente de información para actividades de investigación es moderado, aun que más prevalente que la curaduría de contenidos.

Los hallazgos revelan que, a medida que se incrementa el nivel académico, se manifiesta una mayor comprensión de la gestión de contenidos como un proceso especializado que trasciende la mera acción de compartir contenidos en las plataformas sociales. Asimismo, se evidencia un progreso en la alfabetización mediática y científica, lo que sugiere que los participantes de la encuesta poseen una mayor capacidad para gestionar de manera efectiva la información a través de la red X y, además, de difundir contenidos científicos de calidad.

El artículo titulado “La alfabetización mediática en la educación sexual de adolescentes en centros públicos españoles”, de Ane Amondarain y Eva Herrero Curriel, de la Universidad Carlos III de Madrid (España), presenta los resultados de un estudio realizado con estudiantes y docentes de diversas regiones del país para comprender las fuentes de información más consultadas sobre educación sexual, las necesidades percibidas por los profesores en relación a la educación sexual de los alumnos y las fuentes en las que se basan los contenidos sobre salud sexual en la plataforma TikTok.

La metodología implementada integró estrategias cualitativas y cuantitativas mediante la triangulación metodológica, abarcando la investigación exhaustiva de las fuentes de información utilizadas por 270 adolescentes, el análisis detallado de 551 publicaciones sobre salud sexual en la plataforma TikTok y la realización de 20 entrevistas a profesores sobre las necesidades en educación sexual vinculadas a la alfabetización mediática e informacional de los estudiantes.

Los hallazgos del estudio indican que Internet emerge como la principal fuente de información sobre educación sexual para los adolescentes, quienes exhiben una deficiencia en su formación en este ámbito y enfrentan desafíos para discernir entre información confiable y aquella que carece de veracidad. Además, se constató que las publicaciones sobre salud sexual en TikTok analizadas carecen de fuentes fiables.

Finalmente, la investigación pone de manifiesto los retos que presenta la cultura digital y la necesidad imperante de garantizar una educación sexual que incluya la formación en alfabetización mediática e informacional para que los adolescentes puedan construir relaciones sexuales afectivas y disfrutar de su sexualidad de forma saludable.

## APOYOS

Esta sección temática se editó en el marco de la Red Alfamed (Red Interuniversitaria Euroamericana de Investigación en Competencias Mediáticas para la Ciudadanía), y 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” del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de España en la Convocatoria Proyectos de Generación de Conocimiento 2023 (código PID2023-146288NB-I00).

***Referencias bibliográficas***

- Bronfenbrenner, U. (1979). Contexts of child rearing: Problems and prospects. *American Psychologist*, 34(10), 844-850. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.34.10.844>
- Mojica, F. (2005). *La construcción del futuro. Concepto y modelo de perspectiva estratégica, territorial y tecnológica*. Universidad Externado de Colombia.