

Alfabetización mediática e informacional como política pública en Ecuador

Media and information literacy as a public policy in Ecuador

Alfabetização em mídia e informação como política pública no Equador

DOI: <https://doi.org/10.32870/cys.v2025.8906>

DIANA RIVERA-ROGEL¹

<https://orcid.org/0000-0001-8965-0170>

ANA MARÍA BELTRÁN-FLANDOLI²

<https://orcid.org/0000-0001-6807-7635>

LUCY ANDRADE-VARGAS³

<https://orcid.org/0000-0002-4821-3596>

MARGOTH IRIARTE-SOLANO⁴

<https://orcid.org/0000-0003-2172-9362>

ANDREA VELÁSQUEZ-BENAVIDES⁵

<https://orcid.org/0000-0003-0534-290X>

Este artículo analiza la integración de la alfabetización mediática e informacional (AMI) en las políticas públicas de Ecuador, utilizando el modelo IGO para priorizar acciones estratégicas. La investigación, realizada con colaboración entre varias entidades, destaca la necesidad de incorporar la AMI en el currículo nacional y capacitar a la ciudadanía en el consumo y producción mediática. Se concluye que una política pública de transformación digital sustentada en la AMI es clave para mejorar la credibilidad de los contenidos digitales y cerrar la brecha digital.

PALABRAS CLAVE: Política pública, alfabetización mediática, ciudadanía, educación.

This paper analyzes the integration of media and information literacy (MIL) in Ecuador's public policies, using the IGO model to prioritize strategic actions. The research, carried out in collaboration with several entities, highlights the need to incorporate AMI in the national curriculum and to train citizens in media consumption and production. It concludes that a public policy of digital transformation based on MIL is key to improve the credibility of digital content and close the digital divide.

KEYWORDS: Public policy, media literacy, citizenship, education.

Este artigo analisa a integração da alfabetização midiática e informacional (AMI) nas políticas públicas do Equador, usando o modelo IGO para priorizar ações estratégicas. A pesquisa, realizada em colaboração entre várias entidades, destaca a necessidade de incorporar a AMI ao currículo nacional e de treinar os cidadãos no consumo e na produção de mídia. Conclui-se que uma política pública de transformação digital baseada na AMI é fundamental para melhorar a credibilidade do conteúdo digital e reduzir a exclusão digital.

PALAVRAS-CHAVE: Políticas públicas, alfabetização midiática, cidadania, educação.

Cómo citar este artículo:

Rivera-Rogel, D., Beltrán-Flandoli, A. M., Andrade-Vargas, L., Iriarte-Solano, M. & Velásquez-Benavides, A. (2025). Alfabetización mediática e informacional como política pública en Ecuador. *Comunicación y Sociedad*, e8906. <https://doi.org/10.32870/cys.v2025.8906>

¹ Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador. derivera@utpl.edu.ec

² Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador. ambeltran@utpl.edu.ec

³ Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador. ldandrade@utpl.edu.ec

⁴ Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador. miriarte@utpl.edu.ec

⁵ Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador. avvelasquez@utpl.edu.ec

Fecha de recepción: 18/09/24. Aceptación: 14/02/25. Publicado: 09/04/25.

INTRODUCCIÓN

La alfabetización mediática e informacional (AMI) es un enfoque de la alfabetización que permite a las personas cuestionar críticamente lo que han leído, oído y aprendido (Logeswari et al., 2021). La AMI fomenta un conjunto de habilidades que incluyen la capacidad de evaluar y seleccionar diversas fuentes-canales de información, así como la capacidad de comprender las noticias y la información obtenida (Suminas & Jastramskis, 2020). En este marco, Barton (2019) plantea que el entorno mediático define a las personas que lo consumen, además, la masificación de informaciones falsas impacta notoriamente en Internet, haciendo de la verdad un concepto relativo más que científico.

Entender y utilizar los medios de comunicación de forma asertiva o no asertiva, incluida una comprensión informada de las técnicas que emplean y sus efectos, es un proceso y compromiso ineludible que plantea la UNESCO (Belvončíková & Čiderová, 2022), y lo considera como una construcción emergente de gran valor en la era digital donde la sobrecarga de información amenaza el bienestar de la sociedad (Lee et al., 2022).

Como lo manifiesta Mateus (2021), el acceso a Internet constituye un derecho humano, por ende, las políticas de medios deben centrarse en el empoderamiento de la ciudadanía, y las políticas educativas de AMI deben abordar el aprendizaje profesional inicial y continuo de los docentes para garantizar su éxito. Para Ho y Ye (2024), mejorar las habilidades de AMI en las personas es una forma efectiva de abordar las problemáticas actuales a través del desarrollo de políticas estatales.

Algunos estudios apuntan a que la alfabetización y la pobreza informacionales serán las nuevas líneas divisorias de un mundo complejo, como lo fue la metáfora del “norte rico y sur pobre” en el siglo XX (Cerny, 2022). Entonces, la evaluación de una política educativa de AMI requiere de especial atención, a fin de garantizar el análisis de su alcance, efectividad y capacidad de adaptación frente a los desafíos que emergen en el ecosistema mediático (Rojas-Estrada et al., 2023).

La presente investigación parte del modelo IGO (Importancia y Gobernabilidad) para evaluar y segmentar acciones destinadas a la creación de una política pública de transformación digital que integra a la

AMI como un eje transversal en Ecuador. Esto para llegar a los principios necesarios que rijan la toma de decisiones acertadas a nivel mediático e informacional, determinando los principales motivos y áreas para el marco de una política pública que complemente los objetivos estratégicos gubernamentales.

Participación ciudadana y AMI

El entorno actual se ve marcado por la omnipresencia de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, lo que plantea un claro desafío social: la alfabetización mediática (Foronda Rojo et al., 2018). En la sociedad del conocimiento existe actualmente un llamado a cultivar una combinación de alfabetización mediática y alfabetización informacional; sin embargo, esto requiere la cooperación permanente de estos dos campos de estudio separados (Lee & So, 2014).

Las formas de participación ciudadana se reconfiguran en los últimos años, con la presencia de redes sociales y medios digitales que favorecen múltiples modos de acceso a la información, expresión de ideas e intercambio social (López-Gil & Sandoval-Sarrias, 2023). Algunos autores (McDougall & Rega, 2022) sitúan a la AMI como una forma de desarrollo de capacidades ligadas al contexto, en contraposición a un conjunto de competencias neutras y universales.

Se requiere entonces una reflexión necesaria para pensar un futuro sostenible, que implica la valoración de las prácticas comunicativas y los desafíos en educación ciudadana que conlleva la globalización (López-Gil & Sandoval-Sarrias, 2023). En este marco, la AMI contribuye a que el contexto social mejore las habilidades de interpretación y juicio para desarrollar una comprensión crítica y una participación activa (Ciuladiene et al., 2023). En los últimos años, se producen cambios destacados en el entorno mediático e informacional, como la cultura de la participación, la conectividad constante y el surgimiento de contenidos generados desde diferentes ámbitos temáticos (Borges, 2023).

Como lo sugieren Sengl y Heinke (2023), una mayor alfabetización mediática de la población es una forma de contrarrestar los problemas y sus implicaciones, centrándose en la capacidad de consumir noticias de manera reflexiva, situación que permite la participación democrática de los individuos. Baack (2021) manifiesta que esta participación, poten-

ciada como resultado del cambio tecnológico, contribuye a que la AMI sea cada vez más importante para el intercambio comunicativo. La era digital propicia que tanto los ciudadanos como los profesionales de los medios requieran habilidades de alfabetización mediática e informacional para los nuevos entornos reales, virtuales e híbridos (de Vega-Martín et al., 2022).

En la sociedad moderna, las cuestiones vinculadas con la AMI parecen ser especialmente relevantes debido a la difusión de información falsa y noticias no verificadas (Avdonina et al., 2022). Sin embargo, Belvončíková y Čiderová (2022) revelan una mayor proporción de comprensión general de la comunicación y su papel en la sociedad, pero una menor proporción de conciencia sobre la alfabetización y la alfabetización mediática.

AMI como política pública

Las naciones a nivel mundial todavía carecen de políticas de AMI, situación que demanda una creación y promulgación de leyes estatales para proporcionar un marco que contribuya a la adquisición de habilidades y destrezas ciudadanas en el consumo de medios (DiGiacomo et al., 2023). La introducción de la educación en medios, la integración de herramientas de educación en medios con otras disciplinas y la creación de un retrato informativo son parámetros indispensables en el escenario actual (Djumanova, 2022).

Como lo promueve la UNESCO, es necesario el planteamiento de políticas nacionales para garantizar la inclusión sistemática y progresiva de AMI, siendo el punto de partida una comprensión de la educación nacional, las TIC, las instituciones e industrias relacionadas con los contenidos y la libertad de información (Grizzle et al., 2021).

Socialmente, se exige un enfoque multidisciplinario para la formulación de políticas, subrayando el papel fundamental de la AMI en la configuración del panorama regulatorio y de acceso de las tecnologías emergentes (Gasmi et al., 2024). Lin et al. (2020) plantean que las políticas cambiaron gradualmente su enfoque hacia la evolución digital de los medios, pero carecen de la planificación necesaria para realizar un sistema coherente.

El uso de habilidades de pensamiento crítico en escenarios mediatizados exige desarrollar la capacidad de interactuar con los medios, no solo para poder utilizar dispositivos, sino también para comprender sus efectos socioculturales (Mateus, 2021). Autores como Jones y Procter (2023) consideran que en los últimos años un número cada vez mayor de políticas regionales, nacionales e internacionales defienden y ofrecen marcos para el desarrollo de la AMI, pese a que aún queda un arduo trabajo por realizar.

Algunos estudios (Altamirano Galván, 2021) apuntan a que existen mayores fortalezas en las habilidades de las políticas tecnológicas, pero también mayores debilidades en las habilidades de la información, el conocimiento y la comunicación.

La literatura actual enfatiza que la AMI es un proceso continuo y de largo plazo, realidad que demanda propuestas más didácticas sobre habilidades digitales, en conjunto con políticas y esfuerzos gubernamentales (Fernández-Otoya et al., 2024). Por su parte, Frau-Meigs (2022) plantea algunos desafíos puntuales que inciden en la incursión de la AMI como política pública: 1) corre el riesgo de reducirse a alfabetización periodística, 2) corre el riesgo de reducirse a la verificación de hechos, y 3) el discurso de desinformación corre el riesgo de reducir el énfasis en la información.

Frente a esto, la necesidad de un cambio de paradigma hacia la convergencia en las políticas para la era digital abarca un modelo global de competencias en medios que integre las competencias AMI (Gutiérrez-Martín et al., 2022).

METODOLOGÍA

A través de esfuerzos de colaboración entre la Universidad Técnica Privada de Loja (UTPL), la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), el Ministerio de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (MINTEL), el Ministerio de Educación y la Fundación Andina para la Observación de Medios (FUNDAMEDIOS), esta investigación tiene como objetivo evaluar y priorizar acciones para el desarrollo de una política pública para la transformación digital en Ecuador, a través de la integración de la AMI como una propuesta estatal.

Se emplea la matriz IGO de Mojica: Importancia (pertinencia del factor) y Gobernabilidad (capacidad que se tiene para controlar y dominar el factor que se está analizando), para clasificar los factores estratégicos en función de su manejabilidad, al establecer objetivos, metas y priorizar acciones, estableciendo así estrategias de acción (Gándara et al., 2014). Según la importancia de cada acción, los participantes tienen una lista de acciones sugeridas a partir de la sesión de lluvia de ideas (Mojica, 2005).

Se comparan los criterios de importancia y gobernabilidad para ofrecer una priorización de las acciones a evaluar, luego de realizar cuatro mesas de diálogo en Quito, Guayaquil, Riobamba y Loja con 313 participantes entre educadores, profesionales de la comunicación, representantes de organismos gubernamentales/no gubernamentales y sociedad.⁶

⁶ *Quito*: Internews, Fundación Panamericana para el Desarrollo, Universidad Técnica Particular de Loja (centro de apoyo Quito), Observatorio Interuniversitario de Medios Ecuatorianos, Ministerio de la Mujer y Derechos Humanos, Cámara de Innovación y Tecnología Ecuatoriana, Fundación Telefónica, Consejo de Comunicación de Ecuador, Enseña Ecuador, Ministerio de Educación, Consejo Nacional para la Igualdad de Género, Universidad Iberoamericana, Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional, Fundación Konrad Adenauer, Instituto Nacional de Evaluación Educativa, Fundación Telefónica, Observatorio Interuniversitario de Medios Ecuatorianos, Consejo de Educación Superior, y sociedad civil.

Guayaquil/Riobamba: Consultora BID, Universidad del Azuay, Cooperación Gestión Creativa Iberoamericana, Universidad de Guayaquil, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ministerio de Educación zona 8, Universidad Regional Autónoma de los Andes, y sociedad civil.

Loja: cuatro instituciones de educación básica, bachillerato y educación superior, además de público en general; Escuela Alonso de Mercadillo, Unidad Educativa Manuel Benjamín Carrión, Colegio Pío Jaramillo Alvarado, Unidad Educativa José Ángel Palacio, Unidad Educativa Padre Julián Lo-

TABLA 1
FACTOR GOBERNABILIDAD MEDIDO CON LA METODOLOGÍA IGO

Gobernabilidad	
Puntaje	Descripción
5	Fuerte
3	Moderado
1	Débil
0	Nulo

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 2
FACTOR IMPORTANCIA MEDIDO CON LA METODOLOGÍA IGO

Importancia	
Puntaje	Descripción
4	Muy importante
3	Importante
2	Poco importante
1	No importante

Fuente: Elaboración propia.

Existe un par ordenado (X, Y) para cada factor. Después, con la gobernanza actuando como eje X, y la importancia como eje Y, se encuentra un punto en el plano XY que produce una nube de puntos (uno por cada factor). Posteriormente, se obtuvo:

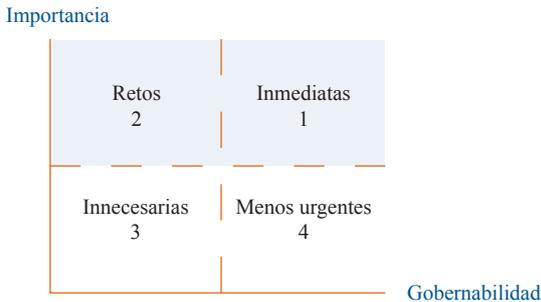
rente, Escuela Ciudad de Loja, Unidad Educativa Beatriz Cueva de Ayora, Universidad Técnica Particular de Loja, Universidad Nacional de Loja, y sociedad civil.

TABLA 3
FACTOR IMPORTANCIA MEDIDO CON LA METODOLOGÍA IGO

Sección 1: Acciones inmediatas	Esquina superior derecha (aquellas de mayor gobernanza e importancia)
Sección 2: Retos	Esquina superior izquierda (mayor importancia, menor gobernanza)
Sección 3: Acciones innecesarias	Esquina inferior izquierda (gobernanza limitada y poca importancia)
Sección 4: Acciones menos urgentes	Esquina inferior derecha (sin efecto significativo en el sistema)

Fuente: Mojica (2005).

FIGURA 1
EVALUACIÓN A TRAVÉS DE LA METODOLOGÍA IGO



Fuente: Mojica (2005).

A partir de la AMI y sus diversas competencias, se examinaron los aspectos positivos (potencialidades), negativos (problemáticas), así como las posibles soluciones que influyen o inciden en la implementación y desarrollo de la “transformación digital” en la nación. La sistematización de los datos de las cuatro mesas de diálogo realizadas en Quito, Guayaquil, Riobamba y Loja a los 313 participantes se realizó con esta metodología, segmentando el contenido en dos ejes temáticos principales:

1. *Alfabetización Mediática e Informacional: comprensión, acceso y evaluación crítica*: comprende los siguientes ejes temáticos: 1) La información, medios y comunicaciones digitales en el desarrollo sostenible y la democracia; 2) Uso, generación, creación y distribución de contenido; 3) Acceso a la información y prácticas éticas, y 4) Evaluación crítica de la información, sus fuentes y prácticas éticas.
2. *Alfabetización Mediática e Informacional: aplicación, contexto sociocultural, educación y promoción*: abarca las temáticas de: 1) Formatos de medios tradicionales y digitales; 2) Información, medios y contenidos digitales y su relación con el contexto sociocultural, y 3) Alfabetización mediática e informacional (AMI) en el contexto educativo.

Con el fin de graficar y establecer relaciones de esta sistematización, se utilizó el software Atlas.ti 22 para analizar, organizar y visualizar los datos cualitativos de manera estructurada. A través de una categorización inductiva se identificaron y agruparon los patrones emergentes para descubrir conexiones clave entre los distintos elementos del análisis. Sobre esta base se construyeron enunciados respecto a potenciales, problemáticas y posibles soluciones en las mesas de diálogo consolidadas.

Diagnóstico previo

Las mesas se complementaron con un diagnóstico previo dirigido a profesores y estudiantes, aplicándose a 548 participantes para conocer las necesidades de formación en política pública de la AMI. Este diagnóstico fue dirigido a estudiantes de básica media (de 9 a 11 años), básica superior (de 12 a 14 años), bachillerato (de 15 a 17 años) y docentes de 60 Unidades Educativas del Milenio de las nueve zonas de Ecuador. El diagnóstico se dividió en siete bloques (competencias AMI).

Posteriormente, se efectuó un proceso de validación en la plataforma “Diálogo 2.0” del Ministerio de Telecomunicaciones de Ecuador (herramienta de participación ciudadana), involucrando a la comunidad en la evaluación y verificación de los resultados derivados de la encuesta de diagnóstico.

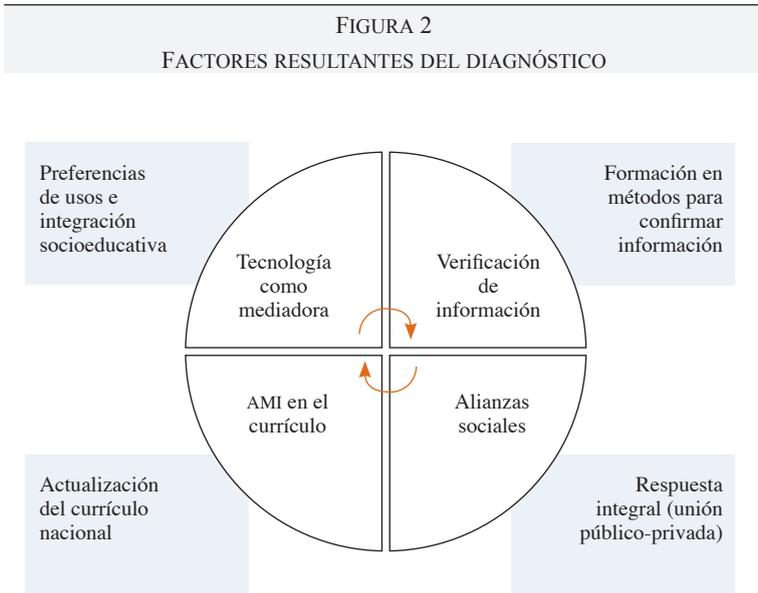
RESULTADOS

Diagnóstico previo

Se detecta una demanda por la educación en medios como respuesta a los procesos digitales que marcan el rumbo del país. Estudiantes y profesores empiezan a utilizar Internet como medio para interactuar con los contenidos y recibir información, aunque no cuentan con la formación necesaria para procesarla.

La búsqueda de información representa un punto determinante en este diagnóstico como consecuencia de un entorno donde las noticias falsas se difunden ampliamente en las plataformas de medios. Frente a esta realidad, actores sociales promueven el valor de la alfabetización para producir audiencias con mayor conocimiento, a través de la enseñanza de habilidades y análisis crítico, tanto en entornos formales como informales.

El diagnóstico precisa cuatro factores determinantes:



Fuente: Elaboración propia a partir de mesas de diálogo.

EJE TEMÁTICO 1: POTENCIALIDADES, PROBLEMÁTICAS Y POSIBLES SOLUCIONES

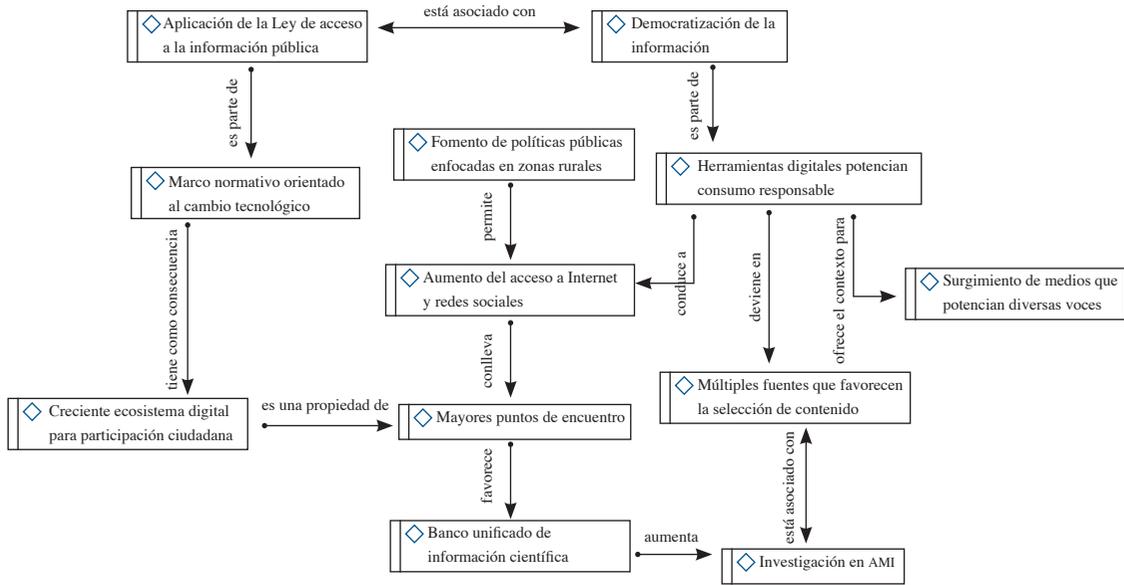
Respecto a las potencialidades descifradas por los participantes, se destaca la instauración de normativas como sustento para una comunicación digital y tecnológica: “Se necesita promover políticas públicas direccionadas a zonas rurales que faculten el acceso a Internet para un información oportuna” (Representante de Internews en eje temático 1), para garantizar que las comunidades, históricamente marginadas, cuenten con las condiciones necesarias para acceder a la información en tiempo real y establecer una equidad en pro de un acceso igualitario a la información y la educación.

Dentro de este proceso, se recalca que “resultan fundamentales las herramientas digitales, particularmente para instaurar diferentes perspectivas a nivel mediático en lo que respecta a la representación de la diversidad cultural, social y de género” (Representantes del Ministerio de la Mujer y Derechos Humanos de Ecuador en eje temático 1); esta variedad en la oferta mediática resulta clave para la selección de contenido. Por ende, la investigación en AMI se convierte en parte fundamental para una indagación crítico-analítica de los contenidos que proliferan en la esfera digital, convirtiéndose en un factor crucial para identificar posibles sesgos, estereotipos y contenidos discriminatorios que puedan perpetuar desigualdades o violaciones de derechos.

No obstante, elementos como la brecha digital son una de las limitaciones más notorias para los participantes por las barreras que generan: “Restringe la difusión de contenido, principalmente en sectores vulnerables” (Representante de la Universidad Técnica Particular de Loja en eje temático 1), en este sentido, “un número representativo de ciudadanos muestra desconocimiento respecto a los lineamientos elementales para consumir material informativo” (Representante de la Universidad de Guayaquil en eje temático 1).

Como resultado, se presentan contenidos trivializados que no aportan un valor agregado; esto se genera por un desconocimiento en cuanto a la evaluación informativa o marcos legales implícitos al momento de consumirla. Incluso, la sobreexplotación de temas banales (sin mayor respaldo científico), conlleva a “disminuir el nivel de debate, lo que se ve reflejado en cosificación de saberes, etnias o nacionalidades” (Re-

FIGURA 3
RELACIONES ENTRE LAS POTENCIALIDADES DETECTADAS EN LAS MESAS DE DIÁLOGO – EJE 1



Fuente: Elaboración propia.

presentante del Observatorio Interuniversitario de Medios Ecuatorianos en eje temático 1).

Las posibles soluciones incluyen la consolidación de debates ciudadanos para concientizar sobre las diversas perspectivas informativas, que incluyen elementos interculturales clave para entender los procesos mediáticos. Se propone que estos factores impulsan los espacios de socialización formales con miras a establecer políticas definidas en torno a la AMI, así como “promover un consumo responsable de la información a través de alianzas sociales” (Representantes del Consejo de Comunicación de Ecuador en el eje temático 1); se apunta a establecer asociaciones público-privadas en pro de una educación en AMI desde la niñez.

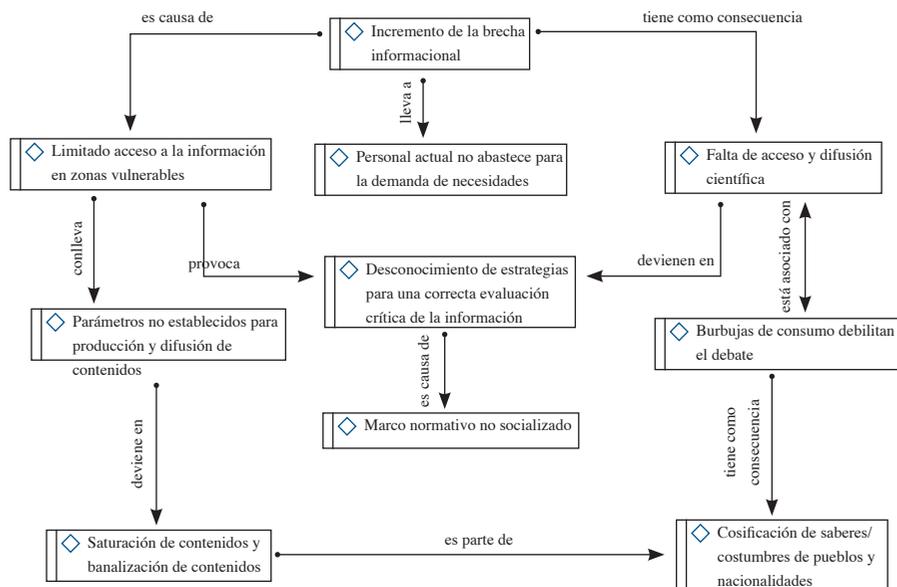
Resulta imprescindible la necesidad de producir contenidos alternativos, no obstante, señalan que “se requiere un trabajo en zonas vulnerables para garantizar el acceso equitativo a la información y la educación, promoviendo la inclusión y el empoderamiento de las comunidades” (Representantes de Fundación Telefónica en el eje temático 1).

EJE TEMÁTICO 2: POTENCIALIDADES, PROBLEMÁTICAS Y POSIBLES SOLUCIONES

Una de las potencialidades resaltadas es la vigencia y accionar de la Ley Orgánica de Comunicación, así, un factor positivo para los participantes es la diversidad de medios que actualmente proliferan, “base fundamental para un trabajo colaborativo que de una u otra forma se sujeta a las normativas de regulación” (Representante de Cooperación Gestión Creativa Iberoamericana en eje temático 2); a esto suma el surgimiento de nuevas narrativas, que conjuntamente al marco legal instaurado trabajan en pro de una información contrastada.

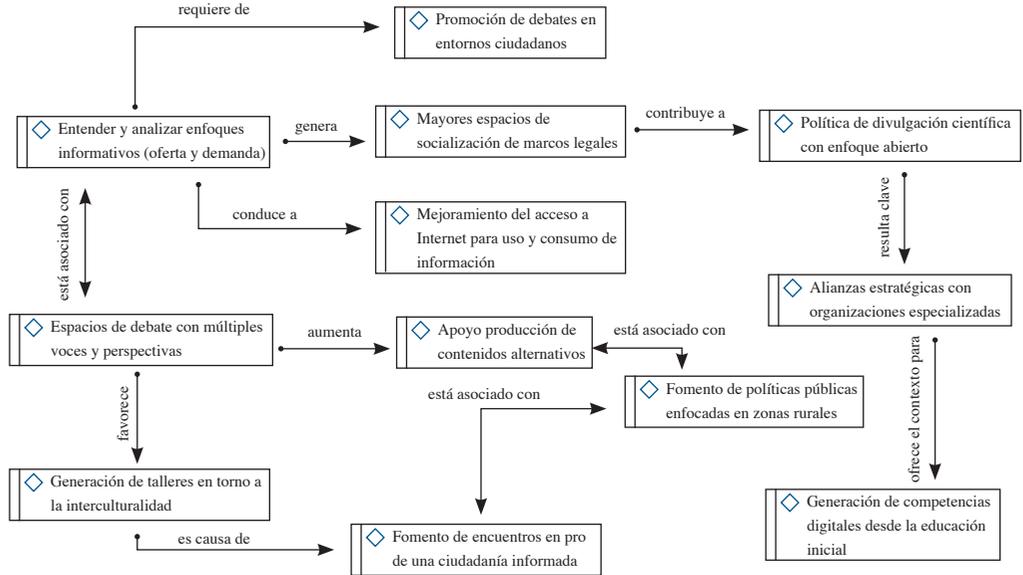
Se destacó que “la saturación informativa responde a un contenido digital no controlado por una falta de regulación mediática” (Representante de la Unidad Educativa Ciudad de Loja en eje temático 2), que deviene en una saturación de información e instaura un ecosistema marcado por la desinformación. Uno de los puntos que preocupa a los participantes es la falta de acceso a medios en comunidades vulnerables, “lo que ocasiona un limitado acceso a herramientas que facilitan la conectividad” (Representante de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo en eje temático 2). Por ende, se dificulta la incursión de la AMI como reguladora en el consumo y producción de contenidos,

FIGURA 4
RELACIONES ENTRE LAS PROBLEMÁTICAS DETECTADAS – EJE TEMÁTICO 1



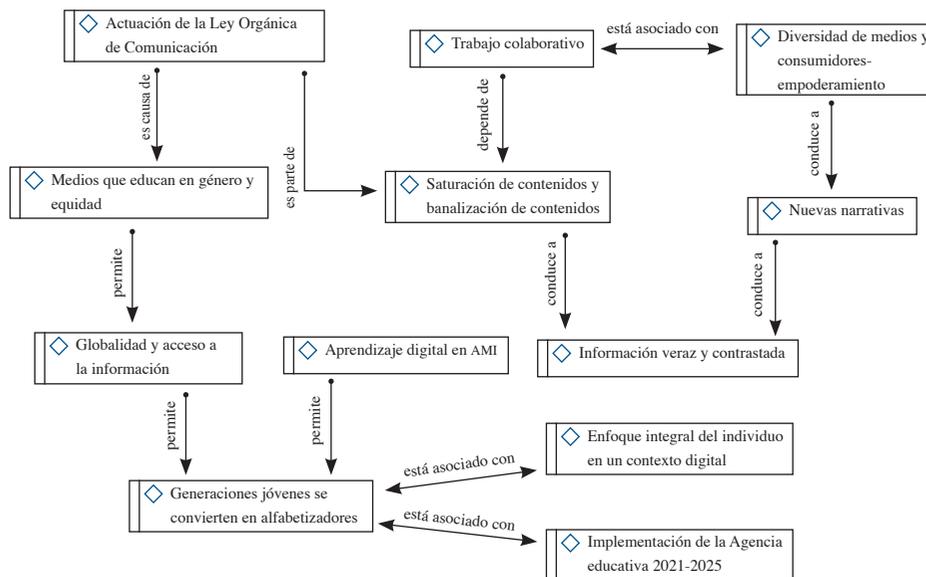
Fuente: Elaboración propia.

FIGURA 5
RELACIONES ENTRE LAS POSIBLES SOLUCIONES DETECTADAS – EJE TEMÁTICO 1



Fuente: Elaboración propia.

FIGURA 6
RELACIONES ENTRE LAS POTENCIALIDADES DETECTADAS – EJE TEMÁTICO 2



Fuente: Elaboración propia.

porque la falta de infraestructura tecnológica y la escasa disponibilidad de recursos limitan el beneficiarse de las herramientas digitales básicas para acceder, crear y distribuir contenidos.

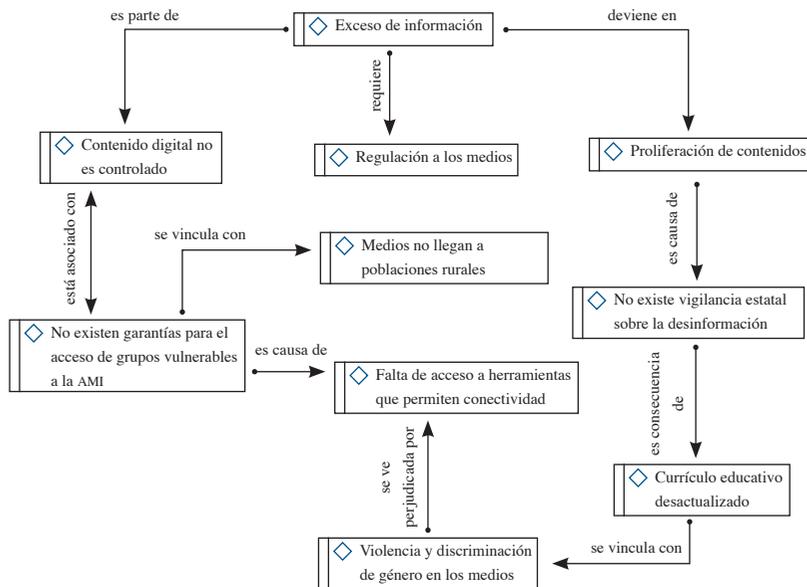
Los participantes vinculan estas restricciones de acceso con “la proliferación de material que incumple normativas de convivencia social o de respeto hacia el otro” (Representante del Consejo Nacional para la Igualdad de Género en eje temático 2), como es el tema de la violencia/discriminación de género a través de los contenidos. Agrava esta realidad la desactualización del currículo educativo nacional, parte indispensable en la formación de ciudadanos analíticos y conscientes de los retos y necesidades actuales. Entonces, se precisa que la actualización de los currículos debe acompañarse de la capacitación docente adecuada para que los educadores aborden íntegramente estas temáticas.

Como respuesta, se establece como posible solución “la creación de leyes y normativas para efectuar una regulación de la información que se produce, así como para un mayor alcance en comunidades vulnerables” (Representante de Enseña Ecuador en eje temático 2). La generación de nuevos medios en plataformas digitales significa “la oportunidad para ampliar el acceso y empoderar a la ciudadanía en nuevos roles y perfiles” (Representante de Universidad Laica Eloy Alfaro De Manabí en eje temático 2).

En este marco, resulta vital el acceso a contenidos de diversa índole para ampliar la variedad de ofertas mediáticas, particularmente en temáticas coyunturales. La propuesta entonces consiste en “constituir espacios de encuentro/difusión, que partan de conocimientos previos adquiridos a través de procesos de enseñanza-aprendizaje AMI” (Representante Ministerio de Educación en eje temático 2).

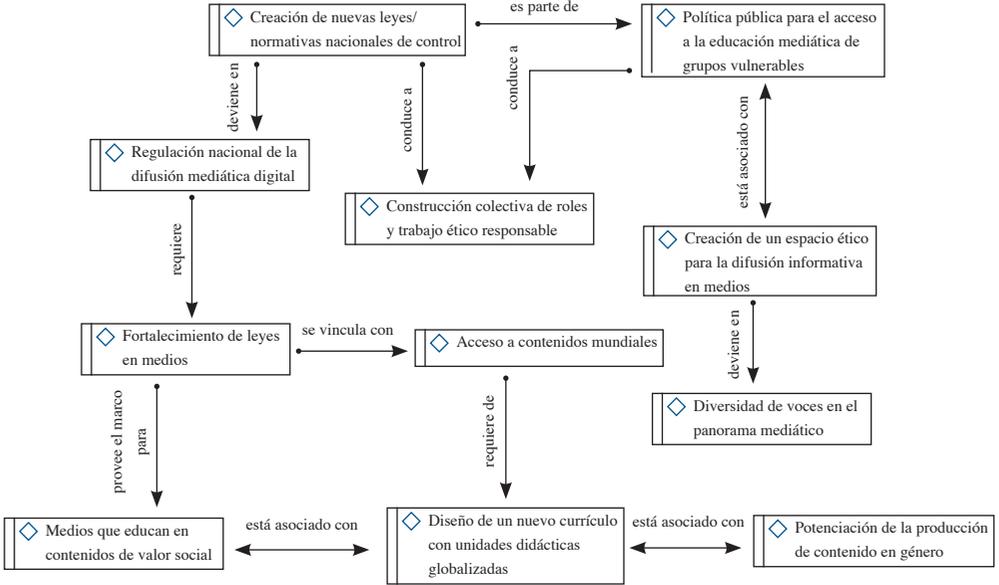
Los lineamientos relevantes entre las mesas de diálogo responden a las acciones que los participantes encuentran como prioridad en este proceso. Las acciones inmediatas y los retos alcanzan el 41 % y 31 %, respectivamente, y se convierten, a criterio de las mesas, en los aspectos que merecen una atención prioritaria y un seguimiento constante para garantizar su correcta implementación y resolución. No obstante, entre el 9 % y 19 % se encuentran las ideas socializadas por los participantes que corresponden a acciones innecesarias o menos urgentes, es decir, aquellos lineamientos que no constituyen una priorización de ejecución.

FIGURA 7
RELACIONES ENTRE LAS PROBLEMÁTICAS DETECTADAS – EJE TEMÁTICO 2



Fuente: Elaboración propia.

FIGURA 8
RELACIONES ENTRE LAS POSIBLES SOLUCIONES DETECTADAS – EJE TEMÁTICO 2



Fuente: Elaboración propia.

FIGURA 9
COMPENDIO DE ACCIONES PROPUESTAS EN LOS EJES TEMÁTICOS 1 Y 2



Fuente: Elaboración propia.

Las primeras priorizan como base la educación en AMI, la socialización de marcos legales, capacitación, utilización de las TIC y la formación crítica en el consumo de medios como aristas determinantes para empoderar a los individuos y capacitarlos en la comprensión-análisis de la información que reciben. De estos aspectos depende la toma de decisiones informadas y la participación social en el entorno mediático e informacional.

Se evidencia entre los retos que el acceso a Internet (en cuanto a aspectos técnicos) es un desafío para Ecuador. Se suma una necesidad latente de que entidades gubernamentales clarifiquen información oficial de los medios de comunicación, elemento imprescindible para la generación de contenidos, al igual que la verificación de información y aplicación de criterios para seleccionar contenidos (variedad de audiencias). En este marco, la AMI emerge como un recurso clave para que la sociedad esté en sintonía con el sistema educativo.

Las acciones innecesarias y menos urgentes obtienen menores puntajes y, por ende, no son consideradas por los participantes como

prioritarias. Estas engloban la segmentación de contenido antes de ser publicado, la regulación de la inteligencia artificial, entre otros.

OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS PROPUESTOS POR LAS MESAS DE DIÁLOGO

Desde cada eje temático se establecen los objetivos y un conjunto de estrategias para cumplirlos, en torno a consolidar una política pública que integre los principios de la AMI. Es un proceso de análisis conjunto y socialización entre los participantes para identificar las necesidades prioritarias en Ecuador y diseñar lineamientos efectivos.

Eje temático 1

Este eje apunta a fomentar el uso crítico, reflexivo, creativo y seguro de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), mediante “el desarrollo de las competencias digitales y la alfabetización mediática e informacional (AMI) de la ciudadanía que impulse la inclusión económica y social para una mayor competitividad y productividad” (socialización de objetivos y estrategias de participantes que trabajaron con el eje temático 1). Se propone un conjunto de estrategias para el cumplimiento de este objetivo, que abarcan:

TABLA 4
PROPUESTAS/ESTRATEGIAS PARA EL EJE TEMÁTICO 1

Ámbito de alcance	Acción
Espacios digitales	Fomento de derechos y libertades
Avance de la AMI	Desarrollo de alianzas multisectoriales
Comprensión de la AMI	Desarrollo profesional y capacitación
Acceso a la información	Esfuerzos de concientización
Evaluación de la competencia digital y AMI	Consolidación de una plataforma

Fuente: Elaboración propia a partir de la sistematización de propuestas y acciones generadas por los participantes – Eje temático 1.

Eje temático 2

Este eje promueve a “la AMI para superar la brecha digital y mediática en la educación, a través de diversas estrategias que mejoran el acceso, la capacitación y los recursos disponibles” (Socialización de objetivos y estrategias de participantes que trabajaron con el eje temático 2), para garantizar una educación inclusiva, de calidad y con igualdad de oportunidades.

TABLA 5
PROPUESTAS/ESTRATEGIAS PARA EL EJE TEMÁTICO 2

Ámbito de alcance	Acción
Infraestructura tecnológica	Instauración de estrategias, planes e iniciativas
Formación académica	Incluir la AMI en todos los niveles educativos
Programas de instrucción	Capacitación a padres, maestros y niños
Iniciativas de sensibilización	Utilizar TIC. Género, igualdad e interculturalidad
AMI en entornos formales e informales	Campañas de concientización pública
Infraestructura de telecomunicaciones	Incentivos fiscales

Fuente: Elaboración propia a partir de la sistematización de propuestas y acciones generadas por los participantes – Eje temático 2.

DISCUSIÓN

Las mesas de diálogo efectuadas muestran que la incursión de la AMI en Ecuador representa uno de los mayores desafíos que tiene el país y resulta evidente la necesidad de educar a la ciudadanía en prácticas de consumo y producción (Barton, 2019), sin obviar las limitaciones técnicas y de conexión.

En esta misma línea, Cerny (2022) y Norman et al. (2022) apuntan a que la brecha digital provoca que los estudiantes vulnerables se vean aún más desplazados digitalmente. Si bien se cuenta con estatutos gubernamentales vinculados a la AMI, carecen de la socialización

necesaria para entender sus alcances (Mateus, 2021); muchos de los procesos se centran en los patrones de uso, experiencia y adquisición de información gubernamental de los ciudadanos a través de diversos medios digitales (Yavetz & Aharony, 2022). Los participantes consideran fundamental la estructuración de una política pública integral que contemple a la AMI como parte del contexto mediático-informacional-tecnológico (DiGiacomo et al., 2023), pues la evaluación de políticas es clave para garantizar su alcance y efectividad (Rojas-Estrada et al., 2023).

Entonces, emergen diversas formas de acceder a un contenido ilimitado (López-Gil & Sandoval-Sarrias, 2023), y es la tecnología digital la mediadora en estos procesos (Ciuladiene et al., 2023). Frente a esta realidad, un abanico de fuentes impera en los entornos mediáticos (Sengl & Heinke, 2023) y la ciudadanía requiere un dominio de destrezas específicas que les permitan examinar todo aquello que ven, leen y observan (Suminas & Jastramskis, 2020).

El rol de la AMI se considera esencial para promover la credibilidad como una competencia basada en la veracidad y relevancia de los contenidos y las fuentes (Kanižaj & Lechpammer, 2019). La multiplicidad de fuentes constituye un aspecto que revoluciona la comunicación, pero demanda, como lo establecen Avdonina et al. (2022), una formación de educación en medios. Los participantes coinciden en la necesidad de implementar la AMI dentro del currículo nacional (de Vega-Martín et al., 2022) como un mecanismo para instruir desde edades tempranas a la ciudadanía (Fernández-Otoya et al., 2024). Esta inclusión, a criterio de Jones y Procter (2023), es clave en un contexto mediático-digital.

Como lo refieren Ikram y Rahman (2023) y Gutiérrez-Martín et al. (2022), deben ejecutarse talleres y capacitaciones continuas que permitan a la ciudadanía tomar conciencia de la importancia e influencia de la AMI, así como de su posicionamiento y los marcos legales implícitos (Lin et al., 2020); se apunta a una comprensión de sus efectos en la vida cotidiana (Moran Reyes, 2022). Así, la metodología IGO (Mojica, 2005) facilita la implementación de distintos planes de acción para cada categoría encontrada, incluidas las inminentes, desafiantes, innecesarias y menos urgentes. Implementar acciones de AMI para lograr objetivos particulares se vuelve crucial a nivel social.

CONCLUSIONES

La educación en AMI resulta clave a nivel de la sociedad ecuatoriana por su importancia en las prácticas de consumo mediático, considerando el ecosistema marcado por la saturación informativa y el exceso de contenidos digitales que proliferan en diferentes plataformas. Se requiere la consolidación de una ciudadanía crítico-analítica respecto a su consumo mediático.

La inequidad respecto al acceso tecnológico y la conectividad digital se convierten en el factor con mayor perjuicio en los sectores desfavorecidos y rurales, situación que demanda políticas públicas específicas para garantizar el acceso igualitario a dispositivos, sistemas y plataformas que se convierten en mediadores de la información.

Por ende, la AMI debe ser parte de una política pública integral que considere su relevancia en el contexto mediático, informativo y tecnológico, en congruencia con las necesidades sociales y con una visión a largo plazo que garantice su evolución y adaptación a los cambios.

Resulta fundamental la implementación de programas de formación continua focalizados en educación mediática y digital que consideren la diversidad de públicos, sus contextos y necesidades específicas. Si bien la tecnología avanza a un ritmo vertiginoso, las propuestas formativas deben ser congruentes con este proceso.

Finalmente, a nivel curricular, debe insertarse a la AMI como parte del pensum educativo para formar ciudadanos consientes de la función mediática y cómo incide en la toma de decisiones. Actualmente, se demanda un uso responsable de la información y destrezas analíticas para procesar los contenidos.

Referencias bibliográficas

- Altamirano Galvan, S. G. (2021). Media literacy profile of students and higher education teachers. *Cpu-e, Revista de Investigación Educativa*, (32), 88-110. <https://doi.org/10.25009/cpue.v0i32.2735>
- Avdonina, N., Zaitseva, L., Kuprikov, N., & Kuprikov, M. (2022). Analysis of media literacy among students of the journalism training program. *Media Education-Mediaobrazovanie*, 18(3), 327-335. <https://doi.org/10.13187/me.2022.3.327>

- Baack, L. (2021). The role of libraries in media literacy development. *Information-Wissenschaft Und Praxis*, 72(5-6), 299-307. <https://doi.org/10.1515/iwp-2021-2176>
- Barton, C. (2019). Critical literacy in the post-truth media landscape. *Policy Futures in Education*, 17(8), 1024-1036. <https://doi.org/10.1177/1478210319831569>
- Belvončíková, E., & Čiderová, D. (2022). One literacy and multiple intelligences? the case of media literacy. *Media Literacy and Academic Research*, 5(2), 54-70. https://www.mlar.sk/wp-content/uploads/2022/12/3_Eva-Belvonc%E2%95%A0ii%E2%95%A0ukova%E2%95%A0u_Denisa-C%E2%95%A0iiderova%E2%95%A0u-.pdf
- Borges, J. (2023). Infocommunicative literacy: Conceptual structure and applications. *Journal of Librarianship and Information Science*, 55(3), 609-616. <https://doi.org/10.1177/09610006221093792>
- Cerny, M. (2022). Searching for a definition of information literacy as a socially cohesive component of community: A complementarity of experts and student approach. *Social Sciences-Basel*, 11(6), 235. <https://doi.org/10.3390/socsci11060235>
- Ciuladiene, G., Guleviciute, G., Latinyte, R., & Guogis, A. (2023). Promoting media literacy: Lithuanian students' experience. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 11(1), 282-292. [https://doi.org/10.9770/jesi.2023.11.1\(17\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2023.11.1(17))
- de Vega-Martin, A., Pinedo Gonzalez, R., & Gutierrez Martin, A. (2022). Media and information literacy in schools of image and sound. Perceptions of teachers and students. *Edmetic*, 11(2), 1-17. <https://doi.org/10.21071/edmetic.v11i2.14978>
- DiGiacomo, D. K., Hodgin, E., Kahne, J., Alkam, S., & Taylor, C. (2023). Assessing the state of media literacy policy in U.S. K-12 schools. *Journal of Children and Media*, 17(3), 336-352. <https://doi.org/10.1080/17482798.2023.2201890>
- Djumanova, S. (2022). Media consumption and media literacy level of uzbek youth. *Media Education-Mediaobrazovanie*, 18(2), 157-168. <https://doi.org/10.13187/me.2022.2.157>
- Frau-Meigs, D. (2022). How disinformation reshaped the relationship between journalism and media and information literacy (MIL): Old

- and new perspectives revisited. *Digital Journalism*, 10(5), 912-922. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2081863>
- Fernández-Otoya, F., Cabero-Almenara, J., Perez-Postigo, G., Bravo, J., Alcazar-Holguin, M. A., & Vilca-Rodriguez, M. (2024). Digital and information literacy in basic-education teachers: A systematic literature review. *Education Sciences*, 14(2), 127. <https://doi.org/10.3390/educsci14020127>
- Foronda Rojo, A., de Morentin Goni, J. I. M., & Urbina, A. (2018). Media competence of adolescent students from Esmeraldas (Ecuador). *Pixel-Bit- Revista de Medios y Educacion*, (52), 151-165. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.2018.i52.11>
- Gándara, G., Leal, A., & Palomino, C. (2014). *Matriz FODA y Matriz IGO, in Métodos Prospectivos: manual para el estudio y la construcción del futuro*. Paidós.
- Gasmi, F., Um, P. N., Virto, L. R., & Saba, P. (2024). Digital literacy, sustainable development and radiation regulation: Policy and information systems implications. *Information Systems Frontiers*, 26, 2027-2057. <https://doi.org/10.1007/s10796-024-10488-9>
- Grizzle, A., Wilson, C., Tuazon, R., Cheung, C. K., Lau, J., Fischer, R., Gordon, D., Akyempong, K., Singh, J., Carr, P. R., Stewart, K., Tayle, S., Suraj, O., Jaakkola, M., Thésée, G., Gulston, C., Andzongo Menyeng, B. P., & Zibi Fama, P. A. (Eds.). (2021). *Media and information literate citizens: think critically, click wisely!* UNESCO.
- Gutiérrez-Martín, A., Pinedo-González, R., & Gil-Puente, C. (2022). ICT and media competencies of teachers. Convergence towards an integrated MIL-ICT model. *Comunicar*, 30(70), 21-33. <https://doi.org/10.3916/C70-2022-02>
- Ho, K. K. W., & Ye, S. (2024). Factors affecting the formation of false health information and the role of social media literacy in reducing its effects. *Information*, 15(2), 116. <https://doi.org/10.3390/info15020116>
- Ikram, M., & Rahman, B. H. (2023). Beyond media education: Assessing news media literacy in media students of public and private universities in Pakistan. *Media Literacy and Academic Research*, 6(1), 71-90. <https://doi.org/10.34135/mlar-23-01-05>

- Jones, S., & Procter, R. (2023). Young peoples' perceptions of digital, media and information literacies across Europe: Gender differences, and the gaps between attitudes and abilities. *Technology Pedagogy and Education*, 32(4), 435-456. <https://doi.org/10.1080/1475939X.2023.2210152>
- Kanižaj, I., & Lechpammer, S. (2019). The role of organisations of journalists in promoting media literacy - building credibility and trust. *Media Literacy and Academic Research*, 2(1), 24-37. https://www.mlar.sk/wp-content/uploads/2019/04/MLAR_2019_1_clanok_2-1.pdf
- Lee, A. Y. L., & So, C. Y. K. (2014). Media literacy and information literacy: Similarities and differences. *Comunicar*, 21(42), 137-146. <https://doi.org/10.3916/C42-2014-13>
- Lee, E. H., Lee, T., & Lee, B. (2022). Understanding the role of new media literacy in the diffusion of unverified information during the COVID-19 pandemic. *New Media & Society*, 26(9), 5195-5218. <https://doi.org/10.1177/14614448221130955>
- Lin, Y., Wang, W., & Chen, P. (2020). Rethinking media literacy policy in the digital internet era. *Journal of Research in Education Sciences*, 65(1), 115-136. [https://doi.org/10.6209/JORIES.202003_65\(1\).0005](https://doi.org/10.6209/JORIES.202003_65(1).0005)
- Logeswari, A., Ramaiah, C. K., Shimray, S. R., & Deepti, C. (2021). Awareness about media and information literacy among research scholars of Pondicherry University: A survey. *Desidoc. Journal of Library & Information Technology*, 41(4), 250-259. <https://doi.org/10.14429/djlit.41.4.17187>
- López-Gil, K., & Sandoval-Sarrias, A. (2023). Citizen participation and critical digital literacy of university students. *Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa-Relatec*, 22(2), 27-42. <https://doi.org/10.17398/1695-288X.22.2.27>
- Mateus, J. (2021). Media literacy for children: Empowering citizens for a mediatized world. *Global Studies of Childhood*, 11(4), 373-378. <https://doi.org/10.1177/20436106211014903>
- McDougall, J., & Rega, I. (2022). Beyond solutionism: Differently motivating media literacy. *Media and Communication*, 10(4), 267-276. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i4.5715>

- Mojica, F. (2005). *La construcción del futuro. Concepto y modelo de perspectiva estratégica, territorial y tecnológica*. Universidad Externado de Colombia.
- Moran Reyes, A. A. (2022). Digital epistemology as a bridge between digital literacy and the right to information. *Investigación Bibliotecológica*, 36(91), 193-206. <https://doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2022.91.58579>
- Norman, H., Adnan, N. H., Nordin, N., Ally, M., & Tsinakos, A. (2022). The educational digital divide for vulnerable students in the pandemic: Towards the new agenda 2030. *Sustainability*, 14(16), 10332. <https://doi.org/10.3390/su141610332>
- Rojas-Estrada, E., Aguaded, I., & Garcia-Ruiz, R. (2023). Media and Information Literacy in the Prescribed Curriculum: A Systematic Review on its Integration. *Education and Information Technologies*, 29, 9445-9472. <https://doi.org/10.1007/s10639-023-12154>
- Sengl, M., & Heinke, E. (2023). Teaching journalism literacy in schools: The role of media companies as media educators in Germany. *Media and Communication*, 11(2), 53-63. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i2.6389>
- Suminas, A., & Jastramskis, D. (2020). The importance of media literacy education: How Lithuanian students evaluate online news content credibility. *Central European Journal of Communication*, 13(2), 230-248. [https://doi.org/10.19195/1899-5101.13.2\(26\).5](https://doi.org/10.19195/1899-5101.13.2(26).5)
- Yavetz, G., & Aharony, N. (2022). The users' point of view: Towards a model of government information behavior on social media. *Helijon*, 8(8), e10146. <https://doi.org/10.1016/j.helijon.2022.e10146>

SEMBLANZAS CURRICULARES

Diana Rivera-Rogel

Profesora titular de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), Ecuador. Es doctora en Comunicación y Periodismo y licenciada en Comunicación Social. Decana de la Facultad

de Ciencias Sociales, Educación y Humanidades de la UTPL, coordinadora del capítulo nacional Ecuador de la Red Interuniversitaria Euroamericana de Investigación sobre Competencias Mediáticas para la Ciudadanía (ALFAMED) y coordinadora de la Red de Comunicación (REDU). Ha dirigido y participado en proyectos de investigación con financiamiento nacional e internacional, enmarcados en las líneas de investigación de periodismo digital y alfabetización mediática y digital.

Ana María Beltrán-Flandoli

Profesora titular del Departamento de Ciencias de la Comunicación UTPL. Doctora en Educomunicación por el Programa Interuniversitario en Comunicación de Andalucía. Master en Comunicación y Educación Audiovisual por a UHU. Miembro de la Red Euroamericana Alfamed, del grupo de investigación en Comunicación, Educación y Tecnología CET y del Media-Lab (UTPL). Además, es miembro asociado del grupo de investigación en Comunicación y Educación de la Universidad de la Lima. Investiga sobre la relación de los medios sociales y educación en el espacio de educación superior, y las competencias sobre estos entornos.

Lucy Andrade-Vargas

Es profesora de la Universidad Técnica Particular de Loja, especialista en intervención educativa y currículo. Doctora en Desarrollo Psicológico, Familia, Educación e Intervención por la Universidad Santiago de Compostela-España. Magister en Pedagogía por la Universidad Técnica Particular de Loja. Licenciada en Ciencias de la Educación, mención Ciencias Sociales. Ha desarrollado líneas y proyectos de investigación como “Programa de formación docente para el desarrollo cognitivo”, “Intervención psicopedagógica para la mejora del clima social familiar y escolar” y “Competencias mediáticas en jóvenes y padres de familia de instituciones educativas de Ecuador”.

Margoth Iriarte-Solano

Licenciada en Ciencias de la Educación, especialidad en Docencia Primaria, y licenciada en Ciencias de la Educación, mención Educación Básica; doctora en Ciencias de la Educación, mención Investigación Educativa; magister en Docencia y Evaluación Educativa; doctora en Educación por la Universidad de Valencia, España. Cuenta con 22 años de experiencia como docente investigador y diez años como docente en el nivel de educación básica. Integrante del grupo de investigación “Comunicación, Educación y Tecnología” y del Grupo Multidisciplinario ARETE.

Andrea Velásquez-Benavides

Profesora de Marca Personal, Asesoría y Media Training, y Gestión de Relaciones y Comportamiento del Consumidor de la Universidad Técnica Particular de Loja. Doctora en Comunicación e Industrias Creativas por la Universidad de Santiago de Compostela, España, y máster universitario en Comunicación e Industrias Creativas por la misma universidad. Investigadora acreditada por la SENESCYT en Comunicación, Negocios, Audiencias Digitales, Publicidad y Marca. Sus publicaciones incluyen temas relacionados al consumo y uso de medios de comunicación, audiencias digitales, marca personal, influencers y alfabetización mediática e informacional.