INNOVACADEMIA
Revista Científica en Educación de la Universidad Autónoma de Nuevo León

DOI: https://doi.org/10.29105/innoacad.v1i3.53
Recibido - Received: 28 de mayo de 2025
Aceptado - Accepted: 9 de septiembre de 2025

Artículo de investigación

Alfabetización mediática informacional en futuros comunicadores de Nuevo León: perspectiva desde los expertos

Media and information literacy among future communicators in Nuevo León: an expert perspective

Carlos Emiliano Ortega Gutiérrez *, Héctor Alvarado Lumbreras [1]

Cómo referenciar:
Ortega, C. y Alvarado, A. (2025). Alfabetización mediática informacional en futuros comunicadores de Nuevo León: perspectiva desde los expertos. *INNOVACADEMIA, 1*(3), 18-33. https://doi.org/10.29105/innoacad.v1i3.53

*Autor para correspondencia. Maestría en Relaciones Internacionales por la Universidad Autónoma de Nuevo León, México. Universidad Autónoma de Nuevo León, México.
ORCID: 0009-0001-6917-9729
Contacto: emiliano.ortegagtrrz@uanl.edu.mx

[1] Doctorado en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid.
Universidad Autónoma de Nuevo León, México.
ORCID: 0009-0005-7902-4471
Contacto: halvaradol@uanl.edu.mx

Esta revista y sus artículos se publican bajo la licencia *Creative Commons* Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0), por lo cual el usuario es libre de usar, compartir y adaptar el contenido de INNOVACADEMIA siempre que se otorgue el crédito, no se use para fines comerciales, y se comparta cualquier material derivado bajo la misma licencia.

RESUMEN

El objetivo del estudio fue explorar la percepción de seis profesionales de la comunicación y la educación sobre las habilidades de Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) que tienen los estudiantes de ciencias de la comunicación en Nuevo León. Para ello se empleó un diseño de muestreo intencional y no probabilístico. Los instrumentos utilizados fueron entrevistas de profundidad analizadas mediante un proceso inductivo de organización de datos en categorías. La investigación sugiere que los estudiantes tienen dificultad para encontrar, evaluar y utilizar información de diversas fuentes, así como para analizar su veracidad, identificar sus propósitos y reconocer técnicas de manipulación. El análisis indica que el bajo grado de competencias básicas para un comunicador puede estar relacionado con deficiencias en la enseñanza al interior de las instituciones de educación superior especializadas en las ciencias de la comunicación en el estado del noreste de México.

Palabras clave:

educación sobre medios de comunicación, comunicación de masas, pensamiento crítico.

ABSTRACT

The objective of the study was to explore the perceptions of six communication and education professionals regarding the Media and Information Literacy (MIL) skills of communication science students in Nuevo León. A purposive, non-probability sampling design was used. The instruments used were in-depth interviews analyzed through an inductive process of organizing data into categories. The investigation suggests that students have difficulty finding, evaluating, and using information from diverse sources, as well as analyzing its veracity, identifying its purposes, and recognizing manipulation techniques. The analysis indicates that the low level of basic communicative skills may be related to deficiencies in teaching within higher education institutions specializing in communication sciences in the northeastern Mexican state of Nuevo León.

Keywords:

media education, mass communication, critical thinking.

Introducción

El contexto académico y profesional en el que se desenvuelven los estudiantes universitarios de comunicación, así como el resto de la ciudadanía, no es el mismo que el de la década de 1990, e incluso que el de los primeros años del nuevo milenio. Las tecnologías de la información y la comunicación se desarrollaron de manera muy rápida y prominente, cambiando la vida en sociedad. En ese entendido, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2023), conocida como UNESCO por sus siglas en inglés, estableció que los medios de comunicación en la actualidad, en el entorno de una población globalizada, son un actor preponderante en la vida cotidiana. Bajo ese marco, la Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) es una materia de gran relevancia que ayuda a fortalecer las habilidades de los ciudadanos para evaluar de manera crítica los contenidos de los canales de comunicación, y con ello, tomar decisiones informadas y responsables.

Federov y Mikhaleva (2020) explican que el término AMI proviene de alfabetizar o educar en medios de comunicación, que, a su vez, deriva del principio de enseñar a las personas a leer y escribir, uno de los objetivos centrales de los sistemas de educación masivos en todo el mundo. En ese sentido, Tselykh (2020) indica que AMI es un conjunto de habilidades que se han vuelto indispensables para la supervivencia del ciudadano moderno, pues se está expuesto permanentemente a fuentes de información mediáticas como la televisión, la radio, los periódicos y, sobre todo, las redes sociales y otras plataformas de internet. Una persona que carezca de estas competencias, es más susceptible a una manipulación mediática con discursos sesgados en medios de comunicación.

Fuller et al. (2018) dividen en siete áreas de competencias principales el perfil de un excelente comunicador profesional, las cuales son: aspectos teóricos de la disciplina de la comunicación, habilidades técnicas de comunicación, entorno y procesos organizacionales, contexto periférico, capacidad de investigación y análisis, aptitud interpersonal y rasgos de personalidad. La mayoría de estos aspectos se encuentran relacionados con el desarrollo de competencias cognitivas, analíticas y críticas que examina Potter (2022) al recopilar las definiciones sobre AMI.

El presente estudio tiene como objetivo conocer la percepción de seis profesionales de la comunicación y la educación con amplia trayectoria, sobre las habilidades de AMI que tienen los estudiantes de las ciencias de la comunicación en el estado de Nuevo León, México. Los hallazgos permitirán identificar posibles áreas de oportunidad en las que se han de trabajar para desarrollar comunicadores mejor preparados para la vida laboral, a partir de ajustes en las estrategias de enseñanza en las escuelas del estado e incluso fuera de él.

Marco teórico

En relación con la Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) y su pertinencia en el ámbito educativo o de aprendizaje, particularmente para este caso en estudiantes universitarios de ciencias de la comunicación, se vincula la teoría del aprendizaje social planteada por Vygotsky (1978, citado en Chaves, 2001), la cual recalca la importancia de la interacción social y el entorno cultural del individuo en el proceso de aprendizaje. Argumenta que la dinámica social del aprendiz condiciona de manera favorable o negativa su capacidad para comprender la información.

Bajo ese planteamiento, y considerando el desarrollo de las tecnologías de la información como el internet, un medio de comunicación prominente para la interacción entre individuos y grupos sociales en la actualidad, Toruño (2020) destaca la importancia de transformar los procesos educativos. Por ello, propone adoptar enfoques como la pedagogía crítica y el progresismo político, económico y cultural, aspectos que promueve la AMI.

La capacidad de comprender la información e interactuar críticamente con ella, ya sea que provenga de medios de comunicación tradicionales, digitales o del entorno académico, es fundamental para participar en el desarrollo sostenible. Por ello, la AMI dota a ciudadanos y estudiantes de herramientas para contribuir a un sistema educativo más eficiente y una sociedad más participativa

(Grizzle et al., 2021). Tal como lo señalan otros autores, Sales (2020) enfatiza que la AMI se enfoca en desarrollar la capacidad de pensamiento crítico, lo que incluye el emitir opiniones razonadas sobre cualquier tipo de información que encontremos y pretendamos usar. Afirma que con ello se logra que se expresen puntos de vista informados y se genere un compromiso pleno con la sociedad que nos rodea.

El currículum para docentes, elaborado por la UNESCO, puntualiza que las orientaciones pedagógicas sobre AMI tienen tres áreas: conocimiento de los medios y entendimiento para la participación social, la evaluación de sus textos; y su producción y uso (Wilson et al., 2011). Estas enseñanzas son particularmente importantes en un contexto en el que la desinformación se ha visto amplificada por el nacimiento de diversos canales de comunicación, mismos que suponen un desafío para los sistemas educativos, que tienen la responsabilidad de ser un eje de formación del pensamiento crítico para lograr una exitosa intervención educativa (Alcolea-Díaz et al., 2020).

Amat et al. (2022) explican que desde la Declaración de Grünwald, impulsada por la UNESCO, surgió uno de los primeros movimientos para reconocer la importancia de la AMI y se evidenció el escaso interés de los sistemas de educación por el tema. Mencionan que, en la década de 1980, la educación mediática ya era indispensable, por lo que en la actualidad es una necesidad que apremia como consecuencia del progreso tecnológico.

Sin embargo, Bulger y Davison (2018) destacan que en los Estados Unidos de América la AMI ha cobrado relevancia al grado de que educadores, filántropos y otros actores clave han destinado cuantiosos recursos a programas sobre este tema. Establecen que la Asociación Nacional para la Educación en Alfabetización Mediática, la Asociación Americana de Bibliotecas, legisladores de California e incluso Facebook han emprendido capacitaciones desde diferentes frentes para que periodistas, docentes, estudiantes y ciudadanía en general obtengan estas competencias valoradas como trascendentales en el siglo XXI.

Aunque aún no es común que la AMI se aborde como parte de una currícula en niveles de educación básica y universitaria, algunas investigaciones como la de Scull et al. (2022) han evaluado este conjunto de habilidades en planes de estudio particulares, como un programa web de salud sexual integral en Estados Unidos de América. El estudio mostró que el proyecto formativo mejoró los conocimientos de salud sexual en alumnos de secundaria y corrigió creencias incorrectas sobre la frecuencia de las relaciones sexuales de riesgo.

Asimismo, Schulenkorf et al. (2021) exponen una alternativa para ejecutar un programa de educación en escuelas de Alemania que pretende ayudar a estudiantes para que aprendan a buscar y analizar información verídica sobre salud. Explican que la iniciativa analiza los planes de estudio de las instituciones educativas para que el programa pueda formar parte de la malla curricular. Resaltan que la AMI es una herramienta base para el diseño del plan. Esta investigación genera implicaciones teóricas para ampliar la relevancia de la AMI en entornos educativos, específicamente contextualizados en México. Además, se enfoca en un panorama particular, como el de los estudiantes universitarios de ciencias de la comunicación, a través de la percepción de expertos docentes y profesionales del área de estudio.

La metodología utilizada para el presente estudio es de carácter cualitativo. Permite un entendimiento detallado del problema, así como comprender el contexto de los participantes a partir de los fenómenos sociales que se narran (Creswell y Poth, 2016).

Método

Esta metodología se caracteriza por un proceso inductivo de organización de datos en categorías y en la identificación de las relaciones entre esas categorías (McMillan y Schumacher, 2005), además de su enfoque interpretativo y naturalista, que busca dar una explicación a los fenómenos a partir de los significados que las personas les otorgan (Denzin y Lincoln, 2012).

El tipo de muestreo fue intencional y no probabilístico, considerando a profesionales de la comunicación con amplia experiencia laboral en Nuevo León. Los detalles se presentan en la Tabla 1.

Tabla 1
Perfil de los profesionales de la comunicación

Número de entrevistado	Trayectoria del profesional
Entrevistado 1	Reportero y conductor de noticias en Nuevo León con ocho años de carrera y con experiencia docente en educación superior.
Entrevistado 2	Periodista con más de 40 años de trayectoria en medios de comunicación realizando actividades editoriales y de reporteo. Ha impartido clases de periodismo en la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL).
Entrevistado 3	Subdirector de información en un medio de comunicación nacional en México. Cuenta con experiencia laboral en la Universidad del Noreste, en donde ha impartido clases de periodismo y relaciones públicas.
Entrevistado 4	Coordinador de información de noticias en un medio de comunicación en Monterrey y catedrático de periodismo en la UANL.
Entrevistado 5	Director editorial de un medio de comunicación regional en el noreste de México con experiencia docente en la UANL, en donde ha impartido clases de periodismo.
Entrevistado 6	Director de noticias de un medio de comunicación en Monterrey y docente de periodismo en la UANL.

Nota: Tabla de elaboración propia.

Técnica de recolección de datos

La técnica de recolección de datos fue la entrevista a profundidad, con una duración de entre 40 minutos y una hora y media por sesión y se registró en formato de audio. Para la transcripción del audio a texto se utilizó el software Transkriptor y a partir de estos textos se llevó a cabo la conformación de categorías de análisis. En relación con las contemplaciones éticas, se les informó a las personas entrevistadas el propósito del ejercicio, el objetivo del estudio y su participación en la investigación.

Se llevaron a cabo seis entrevistas a periodistas con una vasta experiencia laboral. La selección de los participantes con experiencia dual en periodismo y docencia universitaria responde a un enfoque holístico y multiperspectivo, que trasciende la dicotomía entre academia y práctica profesional. De este modo, se abordan simultáneamente las oportunidades pedagógicas en el aprendizaje de la comunicación y las necesidades del mercado laboral, enriqueciendo la comprensión de la formación integral en este campo.

Resultados

Para el desarrollo del análisis de las entrevistas a profundidad, se desarrollaron cinco categorías que se conformaron a partir de las 15 preguntas del cuestionario, que buscan determinar: 1) Conocimiento sobre Alfabetización Mediática e Informacional; 2) Habilidades de futuros comunicadores; 3) Perfil de un comunicador profesional; 4) Verificación y producción de información y 5) Recursos educativos en escuelas de comunicación. El total de entrevistas a profesionales de la comunicación, especialmente dedicados al ejercicio periodístico y a la docencia en educación superior, fue segmentado en cinco categorías, las cuales contienen un acumulado de ocho subcategorías. Las categorías y subcategorías están fundamentadas en las dimensiones de la AMI propuestas

por la UNESCO (2013, citado en Trejo-Quintana et al., 2025) y los hallazgos de Yeleussiz y Qanay (2025) sobre el desconocimiento del concepto por parte de docentes y estudiantes. Ambas permiten un abordaje específico de temas que resaltan la importancia de conceptos, aptitudes y contextos educativos especializados. En la Tabla 2 se muestran las categorías y su relación con las subcategorías de análisis.

Tabla 2
Organización del análisis inductivo mediante categorías y subcategorías

Categorías de análisis	Subcategorías de análisis
Conocimiento sobre Alfabetización Mediática e Informacional	• El concepto de Alfabetización Mediática e Informacional
Habilidades de futuros comunicadores	• Verificación y producción de la información • Comunicación interpersonal • Desarrollo académico y profesional
Perfil de un comunicador profesional	• Aptitudes profesionales
Verificación y producción de la información	• Origen y contraste de la información
Recursos educativos en escuelas de comunicación	• Herramientas de desarrollo profesional • Desempeño docente

Nota: Tabla de elaboración propia.

A continuación, se presentan los resultados del estudio, organizados en categorías y subcategorías del análisis. Estos resultados se estructuran para mostrar su relevancia en el objetivo de la investigación.

Conocimiento sobre Alfabetización Mediática e Informacional

La Alfabetización Mediática e Informacional, como concepto desde la perspectiva de los profesionales de la comunicación, es la primera categoría del análisis. Se considera que los entrevistados están involucrados en labores docentes a tiempo parcial, por lo que no están implicados en otro tipo de gestiones administrativas ni de investigación dentro del ámbito académico. Lo anterior es relevante contemplando que la AMI es un término científico-académico, y que ha sido poco introducido en otros círculos sociales.

El concepto de Alfabetización Mediática e Informacional

Al ser cuestionados sobre si dentro de su entorno en el ámbito profesional, ya sea como periodistas o como docentes, han escuchado hablar sobre el concepto AMI, o si directamente conocen su significado y sus implicaciones, los profesionales de la comunicación mostraron respuestas divididas. Por una parte, se evidenció un desconocimiento casi total del concepto Alfabetización Mediática e Informacional, aclarándose

que no es un término con el que estén familiarizados, ni que recuerden se haya manejado en alguna mesa de trabajo dentro de sus labores profesionales. "Creo que no es un término que manejemos como tal en el medio, al menos aquí en México" (Entrevistado 3).

Otra parte de los entrevistados infirieron a partir de la etimología, una relación entre AMI y la alfabetización como proceso de aprendizaje de la lectura y la escritura, pero aplicada a la cultura de los medios de comunicación. "Imagino que la alfabetización mediática habla de cómo aprender a identificar, digamos comprender, a leer la cuestión de lo que aparece en los medios de comunicación" (Entrevistado 2).

Un sector más reducido de los periodistas aproximó su definición sobre AMI. Explicaron que pensaron que el concepto englobaba una serie de capacidades más allá de la lectura y de la escritura, concretamente relacionadas con el uso de tecnologías de la comunicación e información, hasta otras intrínsecas, como el pensamiento crítico.

Habilidades de futuros comunicadores

Los entrevistados muestran un consenso sobre su percepción de las habilidades de los futuros comunicadores, refiriéndose a los estudiantes de escuelas de comunicación con los que han interactuado en entornos laborales. También incluyen a aquellos que han tenido a su cargo en su relación docente-alumno.

Verificación y producción de información

Para los profesionales participantes en este estudio, los futuros comunicadores están en el proceso de saber identificar una fuente de información fidedigna de una que no lo es. Consideran que los estudiantes se encuentran ante un panorama complejo en la actualidad, debido a que las tecnologías de la comunicación y la información como el internet y las redes sociales han dificultado el proceso de verificación de datos, entendiendo que el universo de análisis es mucho más grande que en épocas previas, cuando los medios de comunicación se limitaban a la televisión, la radio y los periódicos.

Entre los matices señalados se indica que, sobre todo en los medios de comunicación digitales, la información puede ser presentada bajo formatos que parecen dinámicos o entretenidos, especialmente para la población joven como estudiantes universitarios, lo que puede llevar a una confusión sobre la legitimidad de los datos difundidos. En relación con el último punto, otro argumento expuesto es que no solo el formato, sino también la popularidad del canal de comunicación o del contenido mismo pueden hacer creer a las audiencias que la información que se presenta es verdadera, cuando en algunos casos no es del todo verídica. "Las personas están expuestas a muchas fuentes (de información) que se hacen pasar como fidedignas, que navegan con una bandera de credibilidad y no lo son, pero muchas veces son populares y eso hace que las personas se confundan" (Entrevistado 3).

La realidad observada por los participantes del estudio es una condicionante en el proceso de los estudiantes de comunicación para aprender sobre cómo verificar la información que consumen de manera cotidiana en los ámbitos sociales, académicos e incluso profesionales. Los profesionales de la comunicación entrevistados también atribuyen responsabilidad al docente por la falta de capacidad de los estudiantes para saber distinguir entre datos falsos y verdaderos. Exponen que los docentes tienen la responsabilidad de fomentar el proceso de contraste de la información. "Hay que actuar contra la desinformación. Yo siempre digo a los alumnos: ¿Cuál es tu fuente? Yo les digo que verifiquen lo que me acaban de decir en tres medios (de comunicación). Si en estos tres importantes no viene nada, es porque es falso todo" (Entrevistado 4).

Otra de las características evidenciadas por los participantes del estudio sobre los futuros comunicadores es el hecho de que a pesar de tener acceso a herramientas para buscar información y poder corroborarla, como lo son los motores de búsqueda en internet, no han aprendido a utilizarlas de manera óptima con el fin de ejecutar un proceso exitoso de verificación de datos. En contraste, los estudiantes de comunicación pueden producir contenido informativo de calidad, ya que saben manipular tecnologías básicas y avanzadas para

edición de video, audio y fotografía. Agregaron que, en su percepción general, los futuros comunicadores presentan una inquietud marcada para generar contenido informativo, y suelen conocer tendencias sobre los sucesos de interés público que pueden ser relevantes para difundirse a través de medios de comunicación a una serie de audiencias diversas.

Uno de los participantes señaló deficiencias en un aspecto básico de la producción de contenidos comunicativos, como lo es la redacción de textos informativos, por lo que la calificó como un área de oportunidad por parte de los estudiantes. Sin embargo, aclaró que dicha falla sistemática podría deberse a un diseño de los planes de estudio con un enfoque más teórico que práctico en las escuelas de comunicación.

Otro aspecto relevante para el proceso de verificación y producción de información es el conocimiento del espectro de la información, es decir, qué tanto conoce el profesional sobre los datos que va a analizar para jerarquizar y difundir. En ese sentido, los entrevistados consideran que hay un reto importante que los futuros comunicadores deben de superar en su evolución hacia el campo laboral. Afirman que un amplio sector de los estudiantes de comunicación está enterado de los sucesos informativos alrededor de su comunidad, o incluso a nivel nacional; no obstante, esto no significa que tengan información precisa y profunda para discernir entre datos verdaderos y falsos.

Los participantes del estudio coinciden en que los alumnos de comunicación, de manera general, carecen de una capacidad de análisis sobre los hechos informativos que acontecen alrededor de ellos. Alegan que los futuros comunicadores conocen la información desde un enfoque general y no particular, lo que limita la gestión de los datos a un manejo superficial. "(Falta) criticar, analizar, captar la noticia en el aire. A veces se van por cosas bien frágiles. Hay que leer más, investigar; hay que confrontar datos" (Entrevistado 4).

Exponen que los estudiantes suelen responder con facilidad a la pregunta ¿qué pasó?, pero se les dificulta contestar a la pregunta ¿por qué pasó?, al momento de hacer un análisis a profundidad sobre hechos noticiosos. "Faltaría la capacidad de análisis para desmenuzar una información. Considero que deberían estar más involucrados, no solamente en consumir información, sino entrar al análisis y verificación de información" (Entrevistado 5).

Comunicación interpersonal

Los profesionales de la comunicación aseguraron que los estudiantes tienen la capacidad de comunicarse de manera efectiva con otras personas en el terreno social, académico y profesional, aunque recalcaron que existen dinámicas que pueden ser apuntaladas para impulsar el desarrollo en esta área aptitudinal. Uno de los participantes señaló que los futuros comunicadores presentan complicaciones para hablar en público ante una clase o un auditorio. Detalla que la dificultad radica en hilar las ideas para comunicar un mensaje en este contexto en específico.

A pesar de esto, los periodistas participantes del estudio enfocaron sus argumentos en el papel que tiene el docente para que los estudiantes puedan mejorar sus habilidades de comunicación interpersonal, particularmente, en el ambiente del salón de clases. Subrayaron la importancia de un ambiente propicio para la comunicación circular en el aula, además de fomentar que a los estudiantes se les dé la confianza de opinar y aportar a la construcción del aprendizaje con el docente.

Desarrollo académico y profesional

Existen principios que son valorados como fundamentales en el progreso de un estudiante durante su formación académica, en este caso de educación superior universitaria. También, dentro de ese proceso, se contemplan aptitudes y actitudes que son puntos diferenciales para desarrollarse en el ambiente profesional.

Los estudiantes en ese trayecto de aprendizaje deben desarrollar estos valores o habilidades en lo general y particular, con características propias del área del conocimiento que estudiaron, en este caso, las ciencias de la comunicación. Bajo esa premisa, los entrevistados

expusieron cualidades de los futuros comunicadores que deben mejorar o que faltan por formarse.

Los profesionales de la comunicación consideraron que hay una falta universal de profesionalismo en los alumnos, desde la perspectiva de adoptar un comportamiento acorde a las responsabilidades de un estudiante universitario. Un ejemplo abordado es la ausencia de disciplina para entregar trabajos académicos en tiempo y forma, así como para realizarlos en un marco estándar de ética escolar o laboral.

En cuanto a aptitudes perfiladas al ámbito de las ciencias de la comunicación, los participantes del estudio identifican falencias tales como errores ortográficos en la redacción y producción de textos, el desarrollo de un conocimiento más amplio de diversos temas de interés público, lo cual, por ejemplo, es esencial para el trabajo de un periodista; y el desconocimiento de un segundo idioma, lo que puede suponer una desventaja en el mercado laboral.

Adicionalmente, los seis entrevistados concordaron en que a los estudiantes de comunicación se les dificulta investigar y analizar la información que consumen y que manejan a través de diferentes espacios como la escuela y el trabajo. Uno de los participantes afirma que los problemas de los alumnos respecto a la habilidad de investigar son una oportunidad de las escuelas y facultades de comunicación para prepararlos de mejor manera en ese y otros rubros relacionados con el pensamiento crítico.

En relación con el mismo punto sobre deficiencias en la habilidad para la investigación, se cuestionó acerca del proceso de consulta de fuentes de información para la elaboración de trabajos académicos y, en su caso, de productos informativos, publicitarios o de otra índole en la rama de las ciencias de la comunicación. Los entrevistados afirmaron que los estudiantes suelen ejecutar este proceso, aunque no siempre de manera satisfactoria.

Los participantes puntualizaron que las fuentes formales de información son diversas y pueden encontrarse en un variado número de plataformas como la televisión, la radio, los medios impresos, libros o en internet, a través de diferentes formatos digitales. En este sentido, los entrevistados enfatizaron que fuentes confiables e información falsa o manipulada regularmente conviven en los motores de búsqueda o plataformas de redes sociales, por lo que no es inusual que a los estudiantes se les dificulte identificar una fuente de información fidedigna durante un proceso de consulta.

Perfil de un comunicador

A través de esta categoría de análisis, se esboza un perfil ideal de un comunicador, independientemente de que se trate de un profesional dedicado al periodismo, publicidad, relaciones públicas u otra área de las ciencias de la comunicación. Los participantes, con una sólida experiencia laboral en la rama de la comunicación, específicamente en el periodismo, exponen cualidades que consideran son elementales para cualquier trabajador del área.

Aptitudes profesionales

Los profesionales de la comunicación que fueron entrevistados señalaron que la habilidad para comunicarse de una manera coherente, tanto verbal como no verbal, es la primera de las cualidades innegociables. Detallaron que una correcta escritura, libre de errores ortográficos y con una buena gramática en el idioma natal, es parte de los requisitos fundamentales del perfil de un comunicador profesional.

Uno de los entrevistados indicó que un buen comunicólogo tiene la capacidad de revisar y analizar las conductas humanas, aptitud que se deriva de áreas de estudio como la psicología. Explica que es especialmente útil comprender que no todas las personas reaccionan de igual manera a los mismos estímulos, lo cual, a su vez, ayuda a mejorar los círculos de trabajo, que se traduce en una gestión del capital humano. “Es casi una ciencia cuando manejas personas, porque cada una trae ya sus propios problemas” (Entrevistado 6).

Agrega que, contrario a una creencia popular, los comunicadores deben tener habilidades matemáticas y, por ende, saber manejar cifras. Considera que es de gran relevancia que el profesional de la comunicación tenga estas aptitudes, sobre todo para una ciencia como la

estadística. "Evadir la responsabilidad del manejo de datos o de cifras es un error del comunicólogo" (Entrevistado 6).

Un entrevistado, que ostenta un cargo como director de noticias en un medio de comunicación en Monterrey, menciona que los números pueden ser el contenido central de un producto informativo. "Nosotros debemos de saber identificar una cifra, porque a veces la cifra, el dato, es la noticia" (Entrevistado 6).

De igual manera, los profesionales de la comunicación apuntaron que para el comunicólogo es trascendental desarrollarse en un área de conocimiento específica. Por ejemplo, si se es periodista, especializarse en política, deportes o espectáculos; si se es publicista, enfocarse en campañas relacionadas a la salud, a los alimentos u otra área particular.

Como aspectos más teóricos, resaltan el desarrollo de la capacidad de análisis, observación y la formación de una cultura general robusta, adquiriendo conocimientos de diversos campos, especialmente relacionados con información de interés público. En el plano actitudinal, describen el perfil de un buen comunicador como el de una persona con facilidad de palabra, creativa, con capacidad de empatizar y ser proclive a interactuar de manera sencilla y efectiva. Por otro lado, desde un punto de vista técnico, remarcan la importancia de que los profesionales de la comunicación tengan un manejo avanzado de las tecnologías de la información y la comunicación, tales como la edición de audio, video y fotografía; el manejo de cámaras fotográficas y de video; la gestión de comunidades digitales mediante plataformas de redes sociales y, en contextos más recientes, el uso de la inteligencia artificial para producción de contenido comunicativo.

Además, como una habilidad técnica, se incluye la capacidad para adaptar el lenguaje de sus productos o contenidos comunicativos a audiencias de diferentes segmentos o canales de comunicación. Enfatizan en las diferencias de un mensaje transmitido a través de redes sociales a uno emitido por otro medio.

Los profesionales de la comunicación participantes consideran que la lectura es una actividad elemental que debe poseer un buen comunicólogo. Entre los beneficios que da la lectura, afirman, se encuentran la capacidad de análisis y síntesis de información, el desarrollo y evolución de competencias comunicativas básicas como la escritura y la oratoria, la formación de conocimientos sólidos de cultura general, la aptitud para identificar información falsa y verídica, y un mayor bagaje intelectual. La lectura, subrayan, no es una actividad que solo sea importante para los periodistas, sino para todos los comunicólogos.

Explicaron que cualquier profesional cuya tarea principal sea producir mensajes, tiene la responsabilidad de estar preparado con una amplia gama de conocimientos y no demostrar ignorancia en el ejercicio, pues debe ser un referente del saber ante las demás personas, y la lectura es un método obligatorio para lograrlo. "No puedes ser un comunicador si no te gusta leer. ¿Por qué? Porque a un comunicador, independientemente de su área, se le exige conocimiento. Debes saber más que los demás" (Entrevistado 3).

De igual manera, expusieron que han observado áreas de oportunidad dentro de sus entornos laborales, en las que ellos y sus colegas deben trabajar. En los periodistas más jóvenes, aseguran, existe cierta falta de compromiso para un aprendizaje continuo en el ambiente de los medios de comunicación, misma que se traduce en una ausencia de proactividad por parte de los principiantes en el área.

Uno de los participantes detalla que se requiere de una mayor responsabilidad social en el ejercicio periodístico y comunicativo. Detalla que ciertos comunicadores se ciclan en vicios como priorizar contenidos populares, que desde una perspectiva económica son más rentables, pero que carecen de una enseñanza o conocimiento significativo para la audiencia. "El vicio, por ejemplo, de solo hacer lo que ellos me piden (el medio de comunicación) y nada más. No dar el extra, no proponer, no crear; el quedarme solo con lo que reditúa en lugar de ir más allá con la responsabilidad social" (Entrevistado 3). Sumado a esto, los profesionales de la comunicación creen que hay otras habilidades que son difíciles de replicar en los procesos de enseñanza-aprendizaje, como las ya mencionadas, entre ellas, capacidades para investigar y analizar, además de adaptar el lenguaje de los mensajes a diferentes públicos y plataformas.

Verificación y producción de la información

En este apartado se muestra la opinión de los profesionales de la comunicación sobre la importancia de conocer el origen de la información que se consume a través de todo tipo de medios de comunicación. Asimismo, se describe el rol que desempeñan la ética y la responsabilidad social en los comunicadores al producir y difundir un mensaje mediático de naturaleza informativa o incluso con el fin de entretener, y la trascendencia de la consulta de diversas fuentes de información como un hábito para estudiantes y trabajadores del ramo.

Origen y contraste de la información

Los participantes señalan que es esencial, para todo comunicador, conocer el origen de la información que consumen de manera cotidiana, sobre todo si hacen uso de ella para elaborar un producto comunicativo en un entorno laboral. Clarifican que la información que se observa en plataformas de redes sociales, incluso en medios de comunicación formales o establecidos, lleva consigo un sesgo informativo. Dichos sesgos pueden estar presentes en los contenidos que los medios difunden a las masas, y estos pueden tener diferentes naturalezas, en ocasiones intencionales y en otras orgánicas. Los entrevistados explican que estos sesgos informativos generalmente son motivados por intereses económicos o políticos. Es decir, el producto comunicativo se presenta de cierta manera para no afectar, o para beneficiar a una empresa, anunciante o instancia política. "Un medio de comunicación de origen público, por ejemplo, que tiene afinidad con ciertas posturas políticas, a través de esos sesgos produce la información de cierta manera" (Entrevistado 2).

Tanto estudiantes como comunicadores profesionales afirman la importancia de estar conscientes de estos sesgos informativos para realizar un análisis más verídico de los contenidos que se producen todos los días en los medios de comunicación. De igual manera, para conseguir ese entendimiento sobre los sesgos informativos, indican que es oportuno conocer los procesos mediante los cuales se crea una noticia o un producto comunicativo.

Un periodista participante enfatizó que los estudiantes de comunicación tienen dificultades para detectar los sesgos en la información que consumen, y tienden a asumir como verdad la mayoría de los datos a los que se exponen. "Los gobiernos recurren a las redes sociales para bombardearte (de información), convencerte que son el mejor gobierno que ha existido, y a veces lo que ven los jóvenes lo asumen como verdad" (Entrevistado 5). Al obtener conciencia sobre la existencia de los sesgos informativos en los productos comunicativos producidos por empresas del ramo, también se puede llegar a comprender la magnitud del impacto social, político y económico que tienen los mensajes mediáticos.

Los entrevistados abordan la relevancia de la ética y la responsabilidad social que deben tener las personas encargadas de producir los mencionados mensajes mediáticos o productos comunicativos. Califican como determinante la aplicación de estos principios en el ejercicio del comunicólogo, independientemente de que se dedique al periodismo, la publicidad, las relaciones públicas u otra área de las ciencias de la comunicación. Sin embargo, matizan que el entorno laboral es proclive a ignorar muchas veces la ética o la responsabilidad social en función de una conveniencia económica.

Explican que es habitual que surja un dilema ético en el que se termina priorizando un producto comunicativo que reditúe económicamente, aunque pueda causar un agravio, a una propuesta que genere un beneficio real a la audiencia o comunidad determinada. A pesar de eso, los periodistas sostienen que es fundamental conducirse con ética y responsabilidad social en todas las profesiones, pero es particularmente necesario hacerlo al momento de producir y difundir un mensaje mediático.

Apuntan que, tanto estudiantes como profesionales de la comunicación, están conscientes de las repercusiones de un mensaje mediático difundido sin un proceso de reflexión ético, pero no siempre ponen en práctica las medidas para evitar que esto suceda. Del mismo modo, otro aspecto importante sobre el proceso de verificación y producción de la información en el contexto profesional de la comunicación es el contraste de ésta,

es decir, la consulta de un dato en diferentes fuentes de información. Sobre esto, los participantes señalan que ejecutar este proceso de contraste de la información es una obligación del comunicador en el entorno laboral, pero, además, es un reto que se ha ido dificultando con la irrupción de herramientas como la inteligencia artificial, pues en medios digitales abunda información manipulada o falsa.

No obstante, los medios de comunicación convencionales como la televisión han caído en la reproducción y amplificación de información manipulada o falsa, por lo que es otra evidencia de que el proceso de verificación debe ser permanente para un comunicador. Los entrevistados sugieren que el hacer de la verificación de información un hábito convierte a los comunicadores en profesionales con conocimientos más sólidos, y, por ende, pueden desempeñar sus labores con mayor eficiencia.

Recursos educativos en escuelas de comunicación

En este apartado se hace una revisión de los aspectos expuestos por los profesionales de la comunicación sobre las herramientas educativas que existen, las que hace falta mejorar y con las que no se cuenta en las escuelas de comunicación. Al mismo tiempo, se muestra la opinión de los expertos sobre el desempeño de los docentes en las facultades de comunicación y se presentan sus propuestas para fortalecer el sistema de educación superior en México, particularmente en Nuevo León y en el ramo de las ciencias de la comunicación.

Herramientas de desarrollo profesional

Los participantes del estudio señalan que ante la evolución continua del campo laboral y de la actividad de la comunicación profesional como tal, en donde se implementan nuevas tecnologías con frecuencia, las escuelas de comunicación se han quedado rezagadas en la inclusión de herramientas actualizadas para la enseñanza y el ejercicio de la labor en el ramo. Por ello, sugieren que los materiales de enseñanza sean rediseñados o renovados. Indican que los libros de texto son útiles, pero deben hablar del contexto actual de la profesión, y no de cómo era esta hace décadas. Proponen que se utilicen otro tipo de recursos como videos, herramientas digitales diversas e inclusive la inteligencia artificial.

En el contexto periodístico, uno de los entrevistados planteó la introducción de una aplicación móvil que entregue resúmenes informativos de fuentes diversas sobre temas de interés público, y que la misma sea utilizada por los estudiantes para informarse, fomentada por los maestros, con la intención de crear el hábito de estar informado. En esa misma línea, destacan que realizar talleres especializados de redacción, oratoria, fotografía y otros tópicos selectos sobre las ciencias de la comunicación, que sean impartidos por profesionales experimentados en esas áreas, es otra idea que no ha terminado por ejecutarse de manera correcta y a largo plazo. Aunado a esto, enfatizan en la importancia de que las escuelas de comunicación establezcan actividades de vinculación con la vida laboral mediante la creación de bolsas de trabajo, visitas a empresas y servicios de reclutamiento continuo.

Un área de oportunidad más expuesta por los profesionales de la comunicación sobre los recursos de las escuelas es la relacionada con los idiomas. Explican que es habitual ver estudiantes sin competencias en un idioma extranjero, y argumentan que una de las principales razones radica en la falta de espacios brindados por las instituciones educativas para que se dé ese aprendizaje. La enseñanza y el aprendizaje de un segundo o hasta tercer idioma es un punto elemental que, apuntan, debe reforzarse en las universidades en general, pero sobre todo en las escuelas de comunicación.

Desempeño docente

Además de las herramientas ya mencionadas, los docentes son activos esenciales en el proceso de enseñanza y aprendizaje dentro de las instituciones educativas. A ellos se encomienda el resguardo de los estudiantes para guiarlos, en este caso, a la vida laboral, luego de una educación universitaria, por lo que el grado de responsabilidad que asumen es alto.

En primera instancia, exponen que hay un universo importante de docentes que no cuentan con

experiencia profesional en algún ramo de la comunicación, es decir, no han ejercido como periodistas, publicistas, publirrelacionistas u otro trabajo del área, lo que, a su juicio, propicia que solo puedan ofrecer enfoques teóricos desactualizados a su alumnado. En tal sentido, los docentes presentan dificultades para generar ejercicios dinámicos dentro del aula e incluso, pueden llegar a mostrar falta de conocimientos básicos en algunas asignaturas que se les otorgan.

De igual manera, los entrevistados señalan que otro sector de docentes cuenta con conocimientos sólidos y experiencia en el campo de la comunicación profesional; sin embargo, desde el punto de vista pedagógico, entran en conflicto al momento de querer transmitir sus ideas a los estudiantes en el salón de clases, dado que, en ocasiones, la comunicación no llega a ser efectiva.

A manera de propuestas, sugirieron que las autoridades de las escuelas y los docentes deben diseñar clases más prácticas y menos teóricas, con materiales educativos que se encuentren actualizados a las realidades de la profesión en el siglo XXI y bajo el enfoque de tecnologías como internet, las redes sociales y la inteligencia artificial. De igual manera, piden que los docentes fomenten la comunicación horizontal en el aula, para buscar que las clases sean dinámicas y los estudiantes participen cuestionando y analizando la información que reciben. Explican que es necesaria la actualización continua del educador, y que tenga una mayor libertad de cátedra para no limitarse a un plan de estudios sistematizado. Concluyeron que esta labor de reestructuración del sistema de aprendizaje de la educación superior en las escuelas de comunicación debe incluir la dignificación del salario del docente, el cual en muchas oportunidades es insuficiente, por lo que los educadores buscan alternativas de fuentes de ingresos que pueden distraerlos de sus obligaciones de enseñanza, o bien, reducir el tiempo dedicado a la preparación de clase.

Discusión

Los resultados destacan que la AMI no se limita a una habilidad aislada, sino que se trata de una serie de competencias que se enlazan y son especialmente importantes de desarrollar para comunicadores. Sobre esto, De Leyn et al. (2021) exponen que en las escuelas predomina el proteccionismo contra la desinformación, pero falta fomentar otras enseñanzas de la AMI como la participación social informada.

Por su parte, Trejo-Quintana et al. (2025) explican que los estudiantes en México tienen vasta información tecnológica para comunicarse, socializar y entretenerse, pero necesitan más datos especializados sobre el funcionamiento de los medios de comunicación, las herramientas digitales y de su entorno, argumento que coincide con lo manifestado por los participantes de la investigación. De manera similar a los profesionales de la comunicación entrevistados para este estudio, pero en un contexto alejado geográficamente, Yeleussiz y Qanay (2025) encontraron que los docentes en Kazajistán creen tener la responsabilidad de enseñar a los estudiantes a buscar, analizar y evaluar información para definir si es real o falsa, además de reconocer la AMI como una competencia significativa para la era digital.

En su planteamiento sobre las tendencias de la AMI, Fedorov y Mikhaleva (2020) subrayan que dicho conjunto de competencias empodera a los ciudadanos para evaluar de manera crítica el contenido de los medios de comunicación. Esta afirmación se alinea con los requisitos que exponen los participantes del estudio acerca de las habilidades que tiene que tener un comunicador en el ambiente profesional.

La UNESCO (2023) presenta cinco principales dimensiones en las que se desglosan las competencias de la AMI. Estas son: acceso (búsqueda y obtención de información); análisis (comprensión de contextos y estructuras mediáticas); evaluación (verificación de fuentes y credibilidad); creación (producción ética de contenidos); y reflexión (uso responsable y ético).

Todos los aspectos señalados son áreas que los comunicadores deben dominar. De acuerdo con los expertos entrevistados, son fundamentales para un desempeño responsable de la carrera relacionada con las ciencias de la comunicación.

En sus respuestas, algunos de los profesionales expertos de la comunicación indicaron que los estudiantes tienen complicaciones para la búsqueda y el análisis

de la información, que se remite a su capacidad para investigar y discernir entre datos útiles para sus objetivos académicos y profesionales. Mientras que otro sector de los entrevistados hizo énfasis en la facilidad con la que sus alumnos manipulaban las nuevas tecnologías, como las redes sociales, para producir contenidos mediáticos, aunque no necesariamente con el rigor para difundir información confiable, lo cual está relacionado con un problema de aprendizaje para evaluar las fuentes.

La recomendación de la UNESCO (2023) sobre la implementación de la Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) mediante metodologías activas, como el aprendizaje basado en proyectos y el análisis de casos reales, se alinea directamente con los resultados de la investigación, basada en opiniones de expertos que trabajan como periodistas y docentes. Estos especialistas destacan que las clases prácticas, respaldadas por un sólido soporte teórico, son altamente beneficiosas para la enseñanza de las ciencias de la comunicación.

Esta convergencia subraya la importancia de integrar enfoques prácticos, como la verificación de noticias, con una base teórica que proporcione contexto y profundidad, fomentando un aprendizaje significativo. Además, la formación docente y el uso de recursos abiertos, como sugiere la UNESCO (2023), potencian la adaptabilidad de estas estrategias a contextos locales, enriqueciendo la preparación de los estudiantes para enfrentar los desafíos de la comunicación en entornos mediáticos complejos.

La investigación, que destaca las deficiencias persistentes en las habilidades de los estudiantes de comunicación para buscar, analizar, evaluar y producir información de manera ética, se vincula con la idea de que la AMI provee a los individuos de herramientas clave para participar activamente en la sociedad del conocimiento. Estas habilidades incluyen el análisis crítico y el uso ético de recursos digitales, habilidades que resultan fundamentales para profesiones como el periodismo, la publicidad o el marketing (Wilson et al., 2011).

Los expertos coinciden en que estas carencias en los estudiantes generan perfiles profesionales inadecuados, ya que, sin una sólida base en AMI, los alumnos luchan por manejar información compleja y tomar decisiones informadas en entornos reales. Esta conexión subraya cómo la falta de estas competencias no solo limita la participación ciudadana, sino que también perpetúa brechas en el ámbito laboral, donde la evaluación crítica de datos y la comunicación efectiva son indispensables para el éxito.

Wilson et al. (2011) afirman que las competencias de AMI incrementan las oportunidades de empleo y desarrollo profesional en un mundo dominado por la información y la tecnología. Además, subrayan que estas habilidades preparan a los individuos para adaptarse a entornos laborales dinámicos mediante el manejo ético de información en múltiples plataformas.

Estos puntos resuenan con los hallazgos de la investigación, donde los entrevistados identifican una escasez de perfiles idóneos en el sector de la comunicación debido a las deficiencias éticas y analíticas de los estudiantes, lo que reduce su empleabilidad en áreas como la gestión de contenidos digitales, la investigación y la administración pública. Por ejemplo, la capacidad para discernir información fiable, como mencionan en Wilson et al. (2011), se convierte en un diferenciador competitivo que los encuestados ven ausente en muchos estudiantes, exacerbando la brecha entre la formación académica y las demandas del mercado. Así, invertir en AMI no solo mejoraría la productividad y la adaptabilidad profesional, sino que también abordaría directamente las limitaciones observadas en el estudio, fomentando una fuerza laboral más ética y competente.

Conclusiones

Este estudio ha permitido conocer la percepción de seis profesionales de la comunicación, lo que a su vez proporciona un panorama más amplio sobre las necesidades que existen en el ámbito de la enseñanza y el aprendizaje sobre las ciencias de la comunicación, particularmente en las instituciones de educación superior en Nuevo León. Los resultados confirman que, bajo la impresión de los expertos, los estudiantes de comunicación muestran deficiencias en áreas básicas como la ortografía, redacción de textos informativos, la verificación de fuentes de información para la elaboración

de trabajos académicos o productos comunicativos y el análisis crítico sobre información mediática, habilidades que forman parte del espectro de la AMI y del perfil de un comunicador apto para el ejercicio profesional.

Uno de los hallazgos principales del estudio tiene que ver con la apreciación de los expertos sobre el rol que tienen los docentes y las administraciones de las escuelas de comunicación en el deficiente desarrollo de las habilidades de AMI en los estudiantes, al señalar que predominan instructores con poca o nula experiencia en el área de conocimiento, así como aquellos que no cuentan con la formación pedagógica para transmitir adecuadamente sus conocimientos en el entorno de un salón de clases. La responsabilidad de las problemáticas expuestas recae mayormente en las administraciones de las escuelas de comunicación que son las que se encargan de contratar docentes y asignarlos por disciplinas o grupos de estudio, como también de supervisar su desempeño y actualización continua.

Estos resultados refuerzan la necesidad de explorar con mayor profundidad un rediseño de los planes de estudio, la actualización de materiales educativos especializados, el fortalecimiento de la formación de docentes y el replanteamiento de las estrategias de contratación de los instructores por parte de las escuelas. De igual manera, se recomienda que futuros estudios examinen cómo estas deficiencias impactan en las tasas de desempleo de comunicadores egresados dentro del sector.

Como futuras líneas de investigación relacionadas y complementarias a este estudio, se propone el desarrollo de un instrumento cuantitativo para evaluar las competencias de AMI en estudiantes de comunicación. Además, se sugiere la revisión de políticas educativas en Nuevo León para detectar posibles desafíos en la implementación de una actualización continua de docentes en este campo.

Algunos de los obstáculos que pueden presentarse en el proceso de la concientización, desarrollo profesional y evaluación de la AMI, están relacionados con la resistencia al cambio de prácticas tradicionales por parte del personal docente, o incluso de las instituciones educativas. De hecho, los entrevistados del estudio expresan problemáticas en la enseñanza debido a administraciones rígidas y planes de estudio sistematizados.

La investigación muestra una perspectiva holística que enriquece las prácticas pedagógicas vinculándolas de manera más estrecha con las necesidades del mercado laboral, específicamente con el campo de las ciencias de la comunicación, el cual abarca profesiones como periodistas, publirrelacionistas y mercadólogos. De esa manera, propone a la AMI como una herramienta eje que puede fortalecer la educación de los comunicadores y dotarlos de una diferencia competitiva en el entorno laboral.

Referencias

Alcolea-Díaz, G., Reig, R. y Mancinas-Chávez, R. (2020). Currículo de Alfabetización Mediática e Informacional de la UNESCO para profesores desde la perspectiva de la estructura de la información. *Comunicar, 28*(62), 97–106. https://doi.org/10.3916/c62-2020-09

Amat, A., Piquer, M., Fabrés, G. y Farné, A. (2022). Capítulo 1 La alfabetización mediática e informacional en la educación formal: un reto necesario. *Espejo De Monografías De Comunicación Social,* (9), 13-33. https://doi.org/10.52495/c1.emcs.9.p95

Bulger, M., & Davison, P. (2018). The promises, challenges, and futures of media literacy. *Journal of Media Literacy Education, 10*(1), 1-21. https://doi.org/10.23860/jmle-2018-10-1-1

Chaves, A. (2001). Implicaciones educativas de la teoría sociocultural de Vigotsky. *Educación, 25*(2), 59–65. https://www.redalyc.org/pdf/440/44025206.pdf

Creswell, J., & Poth, C. (2016). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches. *Sage publications*. https://books.google.com.mx/books?id=DLbBDQAAQBAJ

Denzin, N. y Lincoln, Y. (2012). Introducción general: El campo de la investigación cualitativa. En N. K. Denzin y Y. S. Lincoln (Eds.), *Manual de investigación cualitativa: Volumen I. Fundamentos y tradiciones cualitativas* (pp. 27–51). Barcelona, España: Gedisa. https://calidadsinlagrimas.com/wp-content/uploads/2025/06/denzin__cap_i__introduccion_general_el_campo_de_la_investigacion_cualitativa_.pdf

De Leyn, T., Waeterloos, C., De Wolf, R., Vanhaelewyn, B., Ponnet, K., & De Marez, L. (2021). Teenagers' reflections on media literacy initiatives at school and everyday media literacy discourses. *Journal of Children and Media, 16*(2), 221–239. https://doi.org/10.1080/17482798.2021.1952463

Fedorov, A., & Mikhaleva, G. (2020). Current trends in media and information literacy in research and scientific publications of the early 21st century. *International Journal of Media and Information Literacy, 5*(2), 153–163. https://doi.org/10.13187/ijmil.2020.2.153

Fuller, M., Heijne-Penninga, M., Kamans, E., van Vuuren, M., de Jong, M., & Wolfensberger, M. (2018). Identifying competence characteristics for excellent communication professionals: A work field perspective. *Journal of communication management, 22*(2), 233-252. https://doi.org/10.1108/jcom-07-2016-0051

Grizzle, A., Wilson, C., Tuazon, R., Cheung, C., Lau, J., Fischer, R., Gordon, D., Akyempong, K., Singh, J., Carr, P., Stewart, K., Tayie, S., Suraj, O., Jaakkola, M., Thésée, G., & Gulston, C. (2021). *Media and information literate citizens: think critically, click wisely!* https://zuscholars.zu.ac.ae/cgi/viewcontent.cgi?article=5561&context=works

McMillan, J. y Schumacher, S. (2005). *Investigación educativa: Una introducción conceptual* (J. Sánchez Baides, Trad.; 5ª ed.). Madrid, España: Pearson Educación. https://des-for.infd.edu.ar/sitio/upload/McMillan_J._H._Schumacher_S._2005._Investigacion_educativa_5_ed..pdf

Potter, W. (2022). Analysis of definitions of media literacy. *Journal of Media Literacy Education, 14*(2), 27-43. https://doi.org/10.23860/jmle-2022-14-2-3

Sales, D. (2020). Definición de alfabetización informacional de CILIP, 2018. *Anales de Documentación, 23*(1). https://doi.org/10.6018/analesdoc.373811

Schulenkorf, T., Krah, V., Dadaczynski, K., & Okan, O. (2021). Addressing health literacy in schools in Germany: Concept analysis of the mandatory digital and media literacy school curriculum. *Frontiers in Public Health, 9*, Artículo 687389. https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.687389

Scull, T., Dodson, C., Geller, J., Reeder, L., & Stump, K. (2022). A media literacy education approach to high school sexual health education: Immediate effects of media aware on adolescents' media, sexual health, and communication outcomes. *Journal of Youth and Adolescence, 51*, 708–723. https://doi.org/10.1007/s10964-021-01567-0

Toruño, C. (2020). El currículum en el contexto costarricense: propuesta de definiciones para su conceptualización. *Revista Ensayos Pedagógicos, 15*(1), 39-59. https://doi.org/10.15359/rep.15-1.2

Trejo-Quintana, J., Morales-Martinez, G. E., & Hernandez-Alvarez, B. (2025). Cognitive diagnosis of media and digital literacy knowledge schema in Mexican high school students. *Journal of Media Literacy Education, 17*(1), 58-74. https://doi.org/10.23860/JMLE-2025-17-1-4

Tselykh, M. (2020). "Media Education is the Key to Understanding the Modern Information Society": Interview with Prof. Dr. Alexander Fedorov. *International Journal of Media and Information Literacy, 5*(1), 103-107. https://doi.org/10.13187/ijmil.2020.1.103

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2023). Navigating the infodemic with MIL: Media and information literacy (F. Chibás Ortiz y S. Novomisky, Eds.). París, Francia: *UNESCO*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000385748

Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K. y Cheung, C.-K. (2011). *Alfabetización mediática e informacional: Curriculum para profesores*. UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216099/PDF/216099spa.pdf.multi

Yeleussiz, A., & Qanay, G. (2025). Media Literacy in Kazakhstan: Educators' Perspectives and Policy Implementation. *Journal of Curriculum Studies Research, 7*(1), 1- 25. https://doi.org/10.46303/jcsr.2025.1