

# EDUCACIÓN, CREATIVIDAD E INTELIGENCIA ARTIFICIAL: NUEVOS HORIZONTES PARA EL APRENDIZAJE. ACTAS DEL VIII CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE APRENDIZAJE, INNOVACIÓN Y COOPERACIÓN, CINAIC 2025

María Luisa Sein-Echaluce Lacleta, Ángel Fidalgo Blanco y Francisco José García Peñalvo (coords.)

1ª Edición. Zaragoza, 2025

Edita: Servicio de Publicaciones. Universidad de Zaragoza.



Servicio de  
Publicaciones  
**Universidad Zaragoza**

EBOOK ISBN 978-84-10169-60-9

DOI 10.26754/uz.978-84-10169-60-9



Esta obra se encuentra bajo una licencia Creative Commons Reconocimiento – NoComercial (ccBY-NC). Ver descripción de esta licencia en <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

## *Referencia a esta obra:*

Sein-Echaluce Lacleta, M.L., Fidalgo Blanco, A. & García-Peñalvo, F.J. (coords.) (2025). *Educación, Creatividad e Inteligencia Artificial: nuevos horizontes para el Aprendizaje. Actas del VIII Congreso Internacional sobre Aprendizaje, Innovación y Cooperación. CINAIC 2025 (11-13 de Junio de 2025, Madrid, España)*. Zaragoza. Servicio de Publicaciones Universidad de Zaragoza. DOI 10.26754/uz.978-84-10169-60-9

# Material multimedia como recurso para potenciar la competencia mediática en estudiantes de nivel superior

## Multimedia materials as a resource to enhance media competence in higher education students

Jane Victoria Padilla Santiago, Elba María Méndez Casanova, Miriam Alejandre Espinosa  
zS21007066@estudiantes.uv.mx, elmendez@uv.mx, malejandre@uv.mx

Facultad de Pedagogía  
Universidad Veracruzana  
Poza Rica de Hidalgo, México

**Resumen-** La investigación presenta los resultados de un Pre-Test enfocado en los alumnos de la asignatura de Multimedia Educativa de la licenciatura en Pedagogía en la Universidad Veracruzana Región Poza Rica, con la finalidad de indagar las siete competencias en Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) que tienen menos desarrolladas; apoyados en la investigación acción, se realizó un diagnóstico que comprendió, la observación, aplicación de un cuestionario y análisis de resultados, lo cual arrojó que la competencia mediática menos favorecida es la número dos, “comprensión del contenido de los medios y sus usos”; lo que nos lleva a plantear la siguiente pregunta de investigación: ¿De qué manera fortalecer, con ayuda de materiales multimedia, mejora la competencia mediática dos correspondiente a la Alfabetización Mediática de la Información?

**Palabras clave:** Competencia mediática, Multimedia, Alfabetización

**Abstract-** The research presents the results of a pre-test focused on students of the Educational Multimedia course in the Bachelor's Degree in Pedagogy at the Universidad Veracruzana, Poza Rica Region, with the aim of investigating the seven competencies in Media and Information Literacy (MIL) that are less developed; supported by action research, a diagnostic was carried out that included observation, the application of a questionnaire, and analysis of results, which revealed that the least developed media competence is number two, “understanding media content and its uses”; which leads us to pose the following research question: In what way can strengthening, with the help of multimedia materials, improve media competence two corresponding to Media and Information Literacy?

**Keywords:** Media Competence, Multimedia, Literacy

### 1. INTRODUCCIÓN

Cuando se habla de las competencias en Alfabetización Mediática Informacional, conocido por sus siglas AMI, nos referimos a las siete competencias que establece la UNESCO (2011, p. 29-33), dentro de cada competencia nos hace referencia a la importancia de la información y la habilidad para entender las funciones de los medios, la cual destaca el conocimiento específico y las destrezas que se deben adquirir a medida que avanza, estas son: la competencia I: Entendido el papel de los medios y de la Información en la democracia; competencia II: comprensión del contenido de los medios y sus usos; competencia III: Acceso a la Información de una manera eficaz y eficiente; competencia IV: Evaluación crítica de la

Información y las fuentes de información; competencia V: Aplicando los formatos nuevos y tradicionales en los medios; competencia VI: Situando el contexto sociocultural del contenido de los medios; competencia VII: Promover alfabetización mediática e informacional (AMI) entre los estudiantes y manejo de los cambios

Si bien, cada competencia desarrolla aspectos individuales, una cosa si es segura, se entrelazan con el anterior, siendo importante desarrollarlas en conjunto para un mejor manejo de la información; esta propuesta es realizada por la UNESCO y fortalece a la sociedad que es consciente de las necesidades emergentes, que indaga, analiza y evalúa con un pensamiento crítico, opina y soluciona los problemas del mundo.

Es claro que somos ciudadanos que transmitimos un mensaje y tenemos ese derecho para expresarnos independientemente del canal que se utilice, como puede ser un medio impreso (periódicos o revista), medios de difusión (radio o televisión) o los emergentes, llamados nuevos medios, considerados así por la implementación del Internet (redes sociales, plataformas, sitios web), lo cual conlleva a una transformación del rol del usuario, que se vuelve múltiple y cambiante impactando en el ecosistema mediático.

Por lo anterior mencionado, los usuarios deben adaptarse a nuevas formas de comunicación (Finn, 2017), de modo que al papel pasivo del receptor se le suma el del emisor y creador de contenidos, de tal manera que se convierte en un prosumidor, Toffler (1980). Dicho rol conlleva unas destrezas diferentes y, en algunos casos, convergentes entre el análisis crítico y la expresión. Esto tiene relación con la nueva era digital y las nuevas tecnologías que hacen cambiar la metodología de enseñanza-aprendizaje dentro de las instituciones educativas; cambios en el currículum, que los docentes se adapten a nuevos medios y los alumnos creen conciencia de la realidad y su vinculación dentro de su aprendizaje.

Al mismo tiempo, el docente posibilita al alumnado a discernir mediante un análisis crítico, el tipo de información a la que se accede, entendiendo el «para qué» y el «cómo» se puede hacer un uso más provechoso de ella, tomando decisiones que contribuyan a la solución y mejora de diferentes situaciones presentes en el contexto (Aguaded, Jaramillo-Dent & Delgado-Ponce, 2021, p. 179), con oportunidades para enriquecer el proceso de enseñanza-aprendizaje a partir de una diversidad de

voces y perspectivas. Esto a su vez, favorece la toma de conciencia sobre la realidad y el impacto que los medios ejercen en nuestro entorno, promoviendo el desarrollo del pensamiento crítico, de esa manera, se fortalece la capacidad de expresar opiniones con libertad y respeto.

En ese sentido, en el área educativa es primordial trabajar con las competencias mediáticas, por lo tanto, en esta investigación nos planteamos la siguiente interrogante *¿cómo favorecer la comprensión del contenido del medio y sus usos en la población estudiantil de la asignatura de multimedia educativa?*, al tener esta área de oportunidad se abre una gama de posibilidades en la búsqueda de estrategias para mejorar la problemática detectada y llevar a cabo la intervención educativa.

## 2. CONTEXTO Y DESCRIPCIÓN

Las siete competencias en Alfabetización Mediática Informativa (AMI) tienen como finalidad fortalecer al ciudadano en el acceso a la información con una toma de decisiones desde un pensamiento crítico en cualquier ámbito de la vida. “El desarrollo de estas competencias facilita a los ciudadanos el empoderamiento y el acceso equitativo a la información y al conocimiento” (Unesco, 2011, p.23).

Al hablar en estas competencias, nos referimos al desarrollo de habilidades, actitudes y conocimientos, mismas que impactan en todas las ramas de estudio. De acuerdo con Posetti y Bontcheva (2020), “la facilidad de crear, modificar y difundir contenidos posibilita la propagación de las fake news, la desinformación, e incluso, en algunos casos, se llega a hablar de desinfodemia” (p.15). En ese sentido, una noticia falsa vertida en un artículo o cualquier documento afecta la legitimidad de un contenido, por lo tanto, es de importancia investigar y cuestionar.

En el ámbito educativo, Wilson et al., (2011) “enfatisa la capacidad para definir y articular necesidades informativas, localizar y acceder a la información, evaluarla, organizarla, usarla éticamente, procesarla, comunicarla y dar un buen uso a las TIC” desde el currículum (p.23-24). En ese sentido, el plan de estudios de la licenciatura en Pedagogía que ofrece la misma facultad, en el quehacer de TIC y Pedagogía, engloba un total de cuatro asignaturas disciplinares y cuatro optativas mismas que aportan elementos teórico-práctico acerca del manejo, diseño, aplicación, producción y evaluación de las TIC en los diversos entornos educativo, sin embargo, pese a que estas asignaturas, en sus programas promueven el desarrollo de la alfabetización mediática informativa, no todos los estudiantes se matriculan en el quehacer de TIC y Pedagogía.

Para esta investigación se trabajó con los alumnos inscritos en la asignatura de Multimedia Educativa desarrollada como curso-taller, la cual pertenece al área de TIC y Pedagogía, la población consta de un total de 22 alumnos (18 mujeres y 4 hombres) pertenecientes al 5º, 7º y 9º semestre, cabe destacar que una parte de la población ya posee conocimiento y manejo de TIC, pues han cursado asignaturas previas pertenecientes a esta área.

La investigación sienta sus bases en la metodología de la investigación-acción participativa, la cual involucra la participación activa del interventor y estudiantes, en ese sentido, esta metodología busca resolver la problemática mediante el desarrollo de la intervención en el contexto implicado; para ello, fue necesario el diagnóstico.

### A. Diagnóstico

El cual constó de tres momentos; 1) el acercamiento al grupo, con la finalidad de llevar a cabo la observación, la cual permitió identificar las capacidades de los alumnos a partir del desarrollo de actividades multimedia como videos, infografías, presentaciones, mapas mentales e investigaciones, 2) se aplicó un cuestionario el cual permitió verificar y contrastar las observaciones realizadas con la práctica desarrollada por los estudiantes; este cuestionario tiene la particularidad de tener preguntas mixtas, en su mayoría opción múltiple y abiertas, se estructuró de acuerdo a cada competencia; 3) por último, se trabajó únicamente con ejercicios (por cada competencia) para comparar resultados preliminares en las dos partes realizadas. Esto ayudó en el desarrollo y detección del área de oportunidad y se pudo comprobar la veracidad de los resultados.

Una vez detectada el área de oportunidad, se desarrollaron una serie de actividades para dar solución a la problemática, adaptándolas a la planeación y futura intervención en un ambiente de aprendizaje de acuerdo con las necesidades del grupo.

### B. Objetivos

Para el desarrollo de esta investigación se trabajó con los siguientes objetivos

General:

-Fortalecer la comprensión del contenido de los medios y sus usos con apoyo de materiales multimedia para los alumnos de la asignatura Multimedia Educativa

Particulares:

-Desarrollar materiales multimedia para la mejora de la competencia mediática dos.

-Implementar actividades que favorezcan en los alumnos la creación de materiales multimedia en relación con la competencia mediática dos.

-Diseñar actividades que fomenten el análisis de la comprensión de los medios y usos.

### C. Actividades y técnicas

Los instrumentos diagnósticos implementados en la investigación fueron adaptados de un instrumento diseñado y validado de manera internacional a partir de la propuesta conceptual de Pérez-Rodríguez y Delgado-Ponce (2012) “Cuestionario para valorar la competencia mediática de la ciudadanía” fundamentada en lo establecido por la Comisión Europea (2007), Ferrés (2007), UNESCO (2008) y Celot y Pérez-Tornero (2009). Se ha considerado también la propuesta definida por la UNESCO (2011) en su currículum AMI para profesores, Comisión Europea (2019) y UNESCO (2022).

La estructura del cuestionario internacional enfocado en los docentes está clasificada por ámbitos y dimensiones, por lo que, se realizó modificaciones mediante la categorización de los ítems según las siete competencias mediáticas, como se muestra en la Tabla I.

**Tabla 1: Categorización**

ORIGINAL		CATEGORIZACIÓN
AMBITO	DIMENSIONES	COMPETENCIA MEDIÁTICA
CONOCIMIENTO	ACCESO Y OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN	COMPETENCIA 3 Acceso a la información de una manera eficaz y eficiente.
	LENGUAJE	COMPETENCIA 2 Comprensión del contenido de los medios y sus usos.
	TECNOLOGÍA	COMPETENCIA 5 Aplicando los formatos nuevos y tradicionales en los medios.
	PROCESOS DE PRODUCCIÓN	COMPETENCIA 2 Comprensión del contenido de los medios y sus usos.
	POLÍTICA E INDUSTRIA MEDIÁTICA	COMPETENCIA 1 Entendiendo el papel de los medios y de la información en la democracia.
COMPRESIÓN	IDEOLOGÍA Y VALORES	COMPETENCIA 6 Situando el contexto sociocultural del contenido de los medios.
	RECEPCIÓN Y COMPRESIÓN	COMPETENCIA 4 Evaluación crítica de la información y las fuentes de información.
EXPRESIÓN	PARTICIPACIÓN CUIDADANA	COMPETENCIA 7 Promover AMI (alfabetización mediática informacional) entre los estudiantes y manejo de los cambios requeridos.
	CREACIÓN	COMPETENCIA 5 Aplicando los formatos nuevos y tradicionales en los medios.
	COMUNICACIÓN	COMPETENCIA 3 Acceso a la información de una manera eficaz y eficiente.

*Nota: Identificaciones de competencia por Ítems*

Después seleccionando los ítems más relevantes para su adaptación a las siete competencias, se eligieron las preguntas del cuestionario internacional. Para cada una de ellas, se diseñó un ejercicio correspondiente. Por ejemplo:

Pregunta original: Soy consciente de los intereses comerciales que hay detrás de los medios y plataformas, y de cómo afecta a los contenidos que se difunden y a la recepción de los mismos. ☐ En desacuerdo ☐ Poco de acuerdo ☐ De acuerdo ☐ Muy de acuerdo

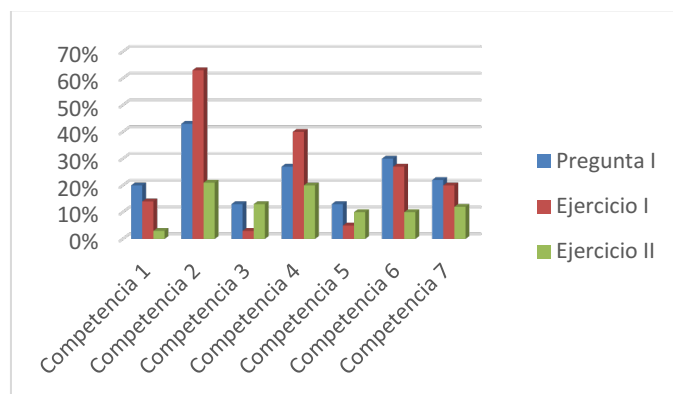
Pregunta con adaptación: ¿Te consideras capaz de identificar los intereses comerciales que hay detrás de los medios y plataformas? ☐ Totalmente en desacuerdo ☐ En desacuerdo ☐ De acuerdo ☐ Totalmente de acuerdo

Ejercicio: Comercial de 30 segundos de la marca de tenis Nike, con el objetivo que el alumno identifique los intereses y el público cautivo que va dirigido.

Pero ¿Por qué esta adaptación? La reestructuración del instrumento es crucial para garantizar su efectividad y relevancia, siendo más atractivo y entendible para el alumno esto gracias a la implementación de cuestionarios en línea, imágenes, títulos llamativos, indicadores claros y ejercicios adaptados al momento y contexto actual, todo con la finalidad que la evaluación sea más precisa y útil.

### 3. RESULTADOS

Para la interpretación se realizó una comparación de los resultados menos favorables, como se muestra en la Gráfica 1. concluyendo que la problemática detectada es la competencia dos “*Comprensión del contenido del medio y sus usos*”.



**Gráfica 1: Resultados de la problemática detectada**

*Nota: La pregunta y Ejercicio I, corresponden al primer cuestionario, mientras que el Ejercicio II representa al resultado del último cuestionario.*

Los resultados que se presentaran a continuación se centran en las preguntas y ejercicios de los dos cuestionarios aplicados en el diagnóstico. En específico, se abordan aquellos que corresponden a la competencia dos, entre los reactivos 9 al 16, de los cuales se seleccionaron únicamente los más relevantes para su análisis.

En el 1º cuestionario la pregunta 13 hace referencia a la comprensión de los medios. lo que recibimos en las redes sociales, periódicos y medios de comunicación, y el impacto que tiene en la comprensión y forma de actuar de las personas, como se presenta en la (Figura 1).



**Figura 1 Reactivo 13 del diagnóstico-primer cuestionario**

*Nota. Pregunta enfocada en el impacto de una noticia en la sociedad*

“Se hizo tan viral porque este recurso se agotaba con una rapidez impresionante, ya que, se pensaba que se dejarían de producir productos como este a causa de la pandemia” (anónimo 1)

“Ya que no se debía salir y por ende el papel era una de las cosas más baratas, ya que, lo que estaba en alto precio era la comida y farmacéuticos (anónimo 2)

“Fue una cadena de noticias falsas que solo alarmaron a las personas, en las que difundían que habría desabasto y a las cuales no se detuvieron a investigar que tan real eran las notas sobre el tema” (anónimo 3)

Por otra parte, en el reactivo 14 también se da a conocer cuáles son las 3 aplicaciones que los alumnos utilizan para comunicarse y recibir información en primer lugar se encuentra WhatsApp, segundo Facebook y por último TikTok; con estas preguntas se da conocer el impacto que tiene los medios de comunicación en las personas.

En el cuestionario final se dio continuidad; en el reactivo 15 se planteó la pregunta ¿Qué tipo de impacto tienen los medios de comunicación en la sociedad? Hubo mucha opinión dividida entre los que destacan los siguientes comentarios: primer lugar “Moldea opiniones públicas y comportamientos sociales”, segundo lugar “Influyen en tendencias culturales y políticas” y tercer lugar “Pueden manipular pensamientos y opiniones”

En el reactivo 16 también se da a conocer cuáles son las 3 aplicaciones que los alumnos se comunican y reciben información en primer lugar WhatsApp, segundo lugar Facebook y tercer lugar TikTok; con estas preguntas se da conocer el impacto que tiene los medios de comunicación en nuestra persona, desde las principales aplicaciones que utilizamos, el como una información, se puede distorsionar o informar de un suceso.

#### 4. CONCLUSIONES

Se planea buscar un mejor desarrollo en la segunda competencia mediática AMI “Comprensión del contenido de los medios y sus usos” que nos dice que cada ciudadano es un creador de información y conocimiento, y tienen un mensaje que compartir. Esta competencia subraya la importancia de fortalecer en todas las personas la capacidad de acceder a nueva información y conocimiento, así mismo al tener desarrollada

esta capacidad tendrán un pensamiento crítico para expresar con libertad y respeto.

Esta investigación está enfocada en un grupo de estudiantes de nivel superior pertenecientes a la asignatura de Multimedia Educativa, los resultados que se puedan obtener después de su implementación ayudarán al docente, alumno y a la misma institución en la mejora, agregándolo en su plan curricular o bien utilizando este estudio para futuras investigaciones. Hablar de la competencia mediática dos ayudará al estudiante a tener conciencia del impacto que tiene la información que recibimos en cualquier medio de comunicación.

Por ello, se llevará una intervención pedagógica, desde la creación de un ambiente de aprendizaje y la implementación de actividades que favorezcan al alumnado en el desarrollo de materiales multimedia como son el cartel, infografía, presentaciones, videos, comic, juego didáctico y etc todo en relación con la competencia dos, desde su creación, diseño hasta su difusión.

Durante su implementación puede desarrollarse cambios, lo más importante para que funcione es adaptar el material de apoyo en el contexto del estudiante, detectando las necesidades y sobre todo crear un ambiente de aprendizaje que sea llamativo de esa forma los interesados en participar tengan la facilidad en adaptarse, con instrucciones claras, precisas y ejercicios para fortalecer la competencia 2 “Comprensión del contenido de los medios y sus usos”.

#### REFERENCIAS

- Aguaded, I., Jaramillo-Dent, D., & Delgado-Ponce, Á. (Eds.). (2021). *Curriculum Alfamed de formación de profesores en educación mediática*. Grupo Comunicar.Finn, E. (2017). What algorithms want. MIT Press.
- Posetti, J. y Bontcheva, K. (2020). Desinfodemia. Descifrando la información sobre el Covid-19. Unesco.
- Toffler, A. (1980). The third wave. Bantam Books.
- Unesco (ed.) (2011). Curriculum para Profesores sobre Alfabetización Mediática e Informacional. Unesco.
- Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K. y Cheung, C. K. (2011). Media and information literacy curriculum for teachers. Unesco.