

Artículo de Investigación

Aprendizaje de las competencias mediáticas e informacionales mediado por realidad aumentada

Learning media and informational skills mediated by augmented reality

Jennifer Catalina Murcia Rodríguez: Corporación Universitaria Minuto de Dios-UNIMINUTO, Colombia.

jennifer.murcia@uniminuto.edu

Fecha de Recepción: 20/09/2024

Fecha de Aceptación: 30/12/2024

Fecha de Publicación: 22/01/2025

Cómo citar el artículo (APA 7^a):

Murcia Rodríguez, J. (2025). Aprendizaje de las competencias mediáticas e informacionales mediado por realidad aumentada [Learning media and informational skills mediated by augmented reality]. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1-16. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1512>

Resumen:

Introducción: El manejo de la información por medio de las TIC ha generado un uso desmedido de ésta. Si bien se transmiten datos importantes desde las investigaciones y noticias también se ha incrementado la propagación de mensajes falsos o equívocos, la creación de contenidos sin el análisis crítico adecuado, siendo estos pocos asertivos debido a que no se filtra el material consultado para su transmisión; es por esto por lo que, al hablar de competencias mediáticas e informacionales en UNIMINUTO (Bogotá, Colombia) se analizó la posibilidad de utilizar tecnologías emergentes como, por ejemplo la Realidad Aumentada (R.A.), ya que facilita la integración de contenidos digitales interactivos en el entorno físico favoreciendo así el proceso de aprendizaje. **Metodología:** El método es mixto de tipo descriptivo con una muestra por conveniencia, el estudio está dirigido a 20 docentes y profesionales en medios digitales y a 80 estudiantes de posgrados y 20 jóvenes que consumen y crean contenidos en redes sociales con el fin de conocer la importancia de la Realidad Aumentada como recurso didáctico y las necesidades y vacíos existentes en cuanto a las competencias mediáticas e informacionales en el medio cibernético. **Resultados:** Los resultados indican que se reconoce no tener un manejo adecuado de la información y que se transmite sin medir consecuencias ni verificar su procedencia, así como, se desconoce el uso de la realidad aumentada como recurso didáctico y especialmente para el aprendizaje en competencias mediáticas e informacionales. **Conclusiones:** Es importante desarrollar

estrategias de formación desde la mediación con tecnologías emergentes para temáticas en competencias que lleven al buen uso de la información, tratamiento y creación de la información, de manera que se transmita de manera objetiva, responsable y ética.

Palabras clave: competencias; cultura digital; realidad aumentada; educación; alfabetización; nativos digitales; *fake news*; ética digital.

Abstract:

Introduction: The management of information through ICT has generated an excessive use of it, which, although important data is transmitted from investigations and news, has also increased the spread of false or misleading messages, creating content without critical analysis being These few are assertive because the material consulted is not filtered for transmission; This is why, when talking about media and informational skills in UNIMINUTO (Bogotá, Colombia), the possibility of using emerging technologies such as Augmented Reality (A.R.) was analyzed, since it facilitates the integration of interactive digital content in the physical environment, thus favoring the learning process. **Methodology:** The method is a mixed descriptive type with a convenience sample, the study is aimed at 20 teachers and professionals in digital media and 80 postgraduate students and 20 young people who consume and create content on social networks in order to know the importance of Augmented Reality as a teaching resource and the existing needs and gaps in terms of media and informational skills in the cybernetic environment. **Results:** The results indicate that it is recognized that there is no adequate management of information and that it is transmitted without measuring consequences or verifying its origin, as well as, the use of augmented reality as a didactic resource and especially for learning in media skills is unknown. and informational. **Conclusions:** It is important to develop training strategies through mediation with emerging technologies for topics in competencies that lead to the good use of information, treatment and creation of information, so that it is transmitted in an objective, responsible and ethical manner.

Keywords: competencies; digital culture; augmented reality; education; literacy; digital natives; fake news; digital ethics.

1. Introducción

La nueva sociedad del conocimiento ha traído consigo cambios en las diferentes maneras de transferir información. Los medios digitales se potenciaron permitiendo romper límites en el acceso de datos de todo tipo de temática: cultural, artística, económica entre otros, que para el consumidor de contenidos resulta ser interesante y llamativo (Naciones Unidas, 2021), pero así mismo se ha expuesto a la desinformación y al engaño del conocimiento consultado en línea. Esto ha llevado a trabajos con poco fundamento o datos erróneos, a discusiones grupales con datos falsos, al convencimiento de una población con noticias falsas para obtener simpatizantes en los espacios políticos, al desarrollo de retos virales, a la fidelización de clientes en los mercados o al seguimiento a figuras públicas en redes sociales.

La desinformación mediática llega a afectar la integridad física, emocional hasta intelectual, porque el inadecuado manejo de la información puede afectar desde la imagen de la gente hasta la reputación de las personas o de las empresas. No es solo la consulta de contenidos falsos son las consecuencias que esto conlleva cuando se difunde de manera errónea López-González *et al.* (2023), todo por no filtrar o depurar los datos obtenidos, en un mundo que está en un punto neurálgico con emergencias y conflictos sociales, religiosos, raciales e interraciales, económicos y políticos.

Es por esto por lo que, la alfabetización mediática se está empezando a tratar desde las escuelas, colegios, universidades y centros de capacitación, así como algunos gobiernos con políticas públicas en donde luchan por garantizar la libertad de expresión y a restringir medios que inducen a contenidos falsos para niños y jóvenes Cuervo y Medrano (2014). Aunque se desarrolla formación y campañas publicitarias sobre este tema de alfabetización, aún falta mucho por avanzar, porque continúan los prejuicios en internet, los engaños comerciales y personales y un sinnúmero de afectaciones que se pueden mitigar si se manejan recursos didácticos más asertivos para persuadir a los consumidores de contenidos susceptibles de ser afectados en cualquiera de sus factores de desarrollo humano y para conocer estrategias que les ayuden en la selección adecuada de información (Masip *et al.*, 2020).

Por lo anterior, el presente estudio tiene como objetivo analizar la importancia de las tecnologías emergentes, especialmente la Realidad Aumentada en procesos de alfabetización mediática e informacional y como posible estrategia de aprendizaje para que esta formación se incorpore en los procesos académicos en posgrados.

La investigación se desarrolla bajo una metodología mixta para conocer las experiencias de expertos y docentes universitarios sobre los métodos empleados para el fortalecimiento de competencias mediáticas e informacionales, así como identificar la pertinencia de la realidad aumentada, para los procesos de formación en el manejo adecuado de la información en medios digitales que se emplean para la realización de contenidos formales e informales que circulan en redes y plataformas; así como las percepciones de estudiantes de posgrado y jóvenes en cuanto al manejo de contenidos en redes sociales y otros medios y su impacto en el ámbito académico, laboral y personal. Los instrumentos empleados son las entrevistas dirigidas a docentes y profesionales en medios digitales para identificar experiencias sobre realidad aumentada como recurso didáctico y competencias mediáticas e informacionales y encuestas para conocer las dinámicas de estudiantes y jóvenes que manejan al momento de hacer uso de la información adquirida en redes y medios de consulta. Como se explicará más adelante en los resultados, se evidencia que el tratamiento de información, en su mayoría, no es la adecuada en cuanto a verificar la información, transmitirla con análisis previo y crearla éticamente, por esto se plantea como reflexión una estrategia didáctica para implementar la alfabetización en la formación en posgrados como un aporte a los procesos académicos.

1.1. *Pensamiento crítico y consumo de contenidos*

Los fenómenos de la desinformación se han incrementado, aumentando la preocupación por la proliferación de noticias falsas y mensajes engañosos en medios de comunicación, aunque existen mecanismos de control y protocolos internos en las empresas en ocasiones no son suficientes debido al volumen de contenidos erróneos bien sea por equivocación o por intención de quien o quienes los emiten por medio de las plataformas o redes sociales. Por esto organizaciones como National Association for Media Literacy Education de EEUU y UNESCO, entre otras, han trabajado para definir con claridad el concepto de alfabetización mediática e informacional, de manera que se pueda dar alcance al fortalecimiento en estas competencias, de modo que se tenga claridad al momento de mitigar las afectaciones inducidas por información falsa o misinformación descrita como información incorrecta (Sádaba y Salaverría, 2023)

En una revisión sistemática realizada por López-González *et al.* (2023) referente a la alfabetización mediática e informacional y las habilidades de las personas para procesar cognitivamente la información, se han encontrado, en este estudio, datos significativos de diferentes investigaciones como: dificultades para diferenciar entre información real con información falsa al no conocer herramientas para seleccionar adecuadamente los contenidos

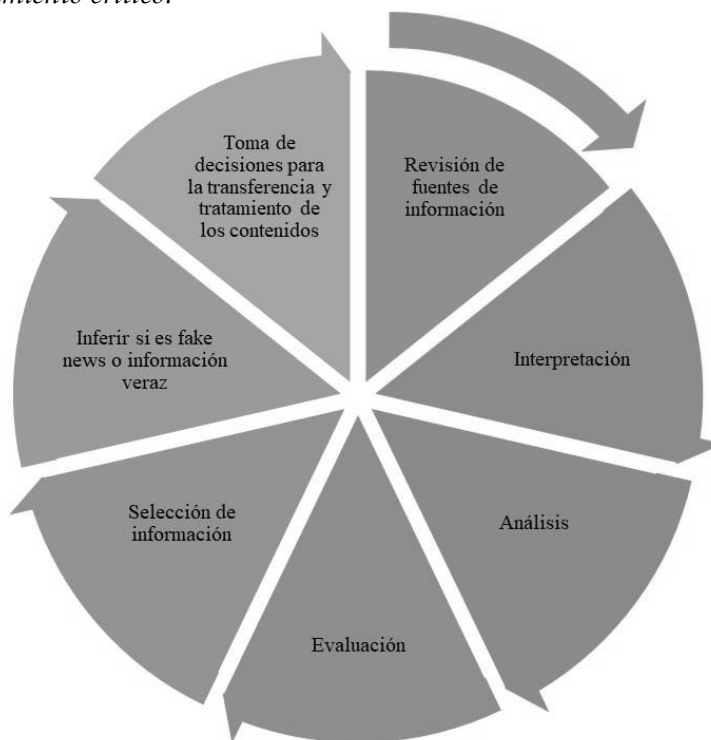
consultados, otro de los hallazgos es que, las personas emplean información sesgada y limitada de manera que la lectura sea más rápida para ser reproducida en perfiles o documentos formales, sin antes revisar su autenticidad o las posturas críticas de la información.

El pensamiento crítico es fundamental para tomar decisiones puesto que, no se trata de realizar una lectura rápida y posteriormente difundir la información, sino de considerar que se deben emplear herramientas para corroborar la información, confirmar las fuentes consultadas y su veracidad, el impacto que genera a nivel personal, académico y laboral. Otro ejemplo son los retos virales en redes sociales que, si bien en un principio pueden proyectarse como un ejercicio de entretenimiento, al no conocer las consecuencias, las personas pueden comprometer sus vidas, estos casos suceden especialmente en niños y jóvenes. Como se observa, el no realizar una revisión exhaustiva o un acompañamiento objetivo de los contenidos puede no sólo distorsionar el mensaje que se trasmite sino también afectar la integridad de las personas.

Dentro de los recursos para la enseñanza en alfabetización mediática es necesario contemplar este desarrollo cognitivo, puesto que contenidos se encuentran diariamente y por segundo, se pueden relacionar fuentes y tácticas para depurar la información (UNESCO, 2022), pero quienes tienen el criterio de indagar y procesar los datos de consulta son las personas y su capacidad de análisis y en especial el tiempo que debe tomarse para filtrar y que éstas dos variables deben ir de la mano, para transferir información de manera clara, precisa y verdadera, aspectos a tener en cuenta en los procesos de educación mediática que busca preparar para interactuar de forma crítica en los diferentes medios digitales de comunicación.

Figura 1.

Proceso del pensamiento crítico.



Fuente: Elaboración propia (2024).

Antes de tratar los recursos que se han empleado para la educación mediática, es necesario destacar lo que se requiere como principio para la preparación en este tema. Cabe destacar que, la UNESCO lidera el trabajo con políticas, socialización y formación y, destaca cinco leyes de la alfabetización.

Estas leyes deben ser el pilar para la formación mediática debido a que corresponde a deberes y compromisos para el buen uso en el tratamiento, creación y transferencia de la información, permitiendo generar un ecosistema comunicativo claro, transparente, asertivo y especialmente en defensa de los derechos humanos, promoviendo el manejo de canales que suministren contenidos reales sin intención de ofensas o que lleven a la agresión colectiva o personal. Estas leyes, para su manejo, exigen formación en competencias digitales y fortalecimiento de redes de conocimiento digital entre instituciones educativas y no educativas para luchar por contenidos transparentes, de aprendizaje y de intercambio cultural sano.

Tabla 1.

Leyes de la alfabetización mediática e informacional.

Ley	Descripción
Uno	Todos los medios son igual de importantes. La información y la comunicación son fundamentales para la participación ciudadana y el desarrollo sostenible en todas sus formas.
Dos	Todo ciudadano es un creador de la información y/o conocimiento.
Tres	Los mensajes de información, los medios de comunicación no conllevan siempre un valor neutro y por lo que la verdad debe hacerse comprensible
Cuatro	Todos los ciudadanos tienen derecho a acceder y comprender la nueva información/conocimiento/mensajes.
Cinco	La alfabetización mediática e informacional no se adquiere de manera inmediata, es un proceso vivo y una experiencia dinámica

Fuente: Elaboración propia (2024) sobre la base teórica de las 5 leyes de la AMI, según <https://acortar.link/tE8CRk>

En un proceso de aprendizaje, los recursos didácticos digitales permiten despertar interés en la información suministrada, guían al buen uso de esta y a su empleo en los escenarios que correspondan o se necesiten, invitan a que el conocimiento adquirido sea transferido, a crear e innovar, por lo que resulta importante definir el objetivo de la enseñanza para seleccionar asertivamente el recurso y que este impacte en la comunidad que se esté capacitando (Vargas Murillo, 2017).

De acuerdo con (Cacheiro, 2011) se manejan tipologías de recursos interactivos para los procesos enseñanza-aprendizaje:

- a) Recursos informativos interactivos: en ellos se adquieren datos complementarios para profundizar una temática específica, hace referencia a consultas.
- b) Recursos interactivos de colaboración: son redes de colaboración, búsqueda profesional y

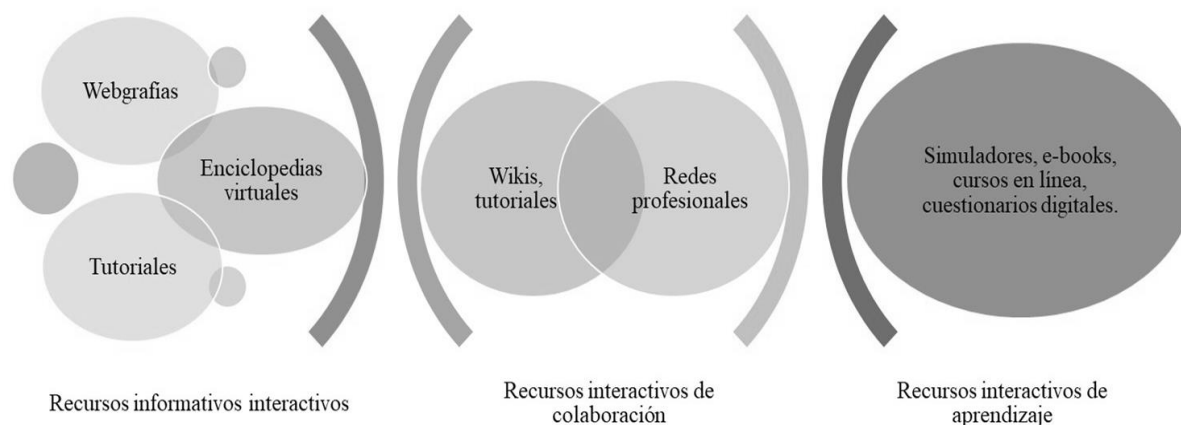
participación de intervención social.

- c) Recursos interactivos de aprendizaje: éstos se emplean para procesos de aprendizaje y desarrollo de conocimiento.

Si bien existen recursos para el aprendizaje éstos deben estar articulados con una propuesta pedagógica para la formación mediática e informacional, un recurso sin una intención específica puede generar distracción en las personas, perderse el foco de la capacitación y lo más importante terminar sin reflexionar en la importancia del uso adecuado de contenidos en medios digitales y en la creación de contenidos con ética.

Figura 2

Recursos didácticos empleados para la alfabetización mediática e informacional.



Fuente: elaboración propia (2024).

También existen entornos virtuales como: aulas, blogs, grupos sociales como *Facebook* que se convierten en espacios educativos y de adquisición de conocimiento formal (para estudiar) o informal (entretenimiento y ocio) con interacción de contenidos y personas, entonces desde el mismo aprendizaje en alfabetización mediática se debe aprender a realizar consultas y a crear contenidos asertivos y libres de toda intención de perjuicio a la comunidad (Ministerio de Educación Argentina, 2021).

Es por lo anterior que en la alfabetización se adquieren competencias mediáticas que permiten el desarrollo de análisis, discernimiento, comprensión de contenidos y criterio para decidir qué datos emplear y difundir y de qué manera hacerlo en las diferentes redes, plataformas y sitios digitales (Ferrés y Piscitelli, 2012); por tanto, se adquieren conocimientos, habilidades, aptitudes, actitudes y destrezas para navegar e interactuar en el mundo tecnológico. A continuación, se seleccionan algunos de ellos exponiendo las competencias de los autores:

- Lenguaje:** Se desarrolla la capacidad de interpretar representaciones verbales y no verbales descubiertas en el espacio digital, como también analizar la intención de los mensajes su sentido y significado.
- Tecnología:** Se fortalece la capacidad de interactuar de manera asertiva en los diferentes medios y la habilidad de trabajar en espacios intermediales y multimodales.
- Procesos de interacción:** Se tiene la capacidad de analizar o hacer un criterio de juicio sobre el por qué el interés en ciertos medios, contenidos y el valor agregados que éstos ofrecen para captar la atención de los usuarios.
- Procesos de producción y difusión:** Se adquiere conocimiento en “fases de los procesos de producción y de la infraestructura necesaria para producciones de carácter personal, grupal

o corporativo”.

- e) Estética: Permite la capacidad de promover interés de los aspectos formales, es decir, “no solo de lo que se comunica sino también de la manera cómo se comunica”.

1.2. Realidad virtual para alfabetizar

La realidad aumentada consiste en la combinación de contenidos gráficos y su proyección en material digital o impreso. Se emplean recursos tecnológicos como teléfonos, pantallas o *tablets*, generando una interfaz entre los objetos virtuales y el contenido a interactuar (Montecé *et al.*, 2017); es la articulación entre la virtualidad que suministra objetos animados y dinámicos para llamar la atención de los usuarios y el mundo real que es la información que se quiere transmitir con un recurso tecnológico de vanguardia.

Se exponen a continuación características de la realidad aumentada que, si bien es una tecnología conocida y manejada por algunos internautas, en su mayoría se usa para fines de entretenimiento y hasta ahora un poco en el área de la educación formal, se reconocen pruebas o experimentos en aula para conocer la percepción y desempeño en los estudiantes, donde el docente identifica su pertinencia para incorporar esta tecnología como recurso didáctico.

Tabla 2.

Recursos didácticos empleados para la alfabetización mediática e informacional.

Beneficios del manejo de recursos didácticos para alfabetizar

Interacción con objetos virtual en tiempo real
Enriquece la experiencia de los consumidores de contenidos
Aprendizaje significativo y con inmersión a los contenidos

Maneja dos elementos para la interfaz: entorno del usuario y entorno virtual

Fuente: Elaboración propia (2024).

Un caso de realidad aumentada para capacitación es un trabajo de grado de especialización en ingeniería de software de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas en Bogotá Colombia en 2018: sobre desarrollo de prototipo para realidad aumentada para la alfabetización, en donde, por medio de interacción con objetos en 3D y aprendizaje por medio de sonidos se enseña a leer y a escribir. Los resultados obtenidos arrojaron que, si bien es una tecnología innovadora, es una tecnología con la que a las personas se les dificulta interactuar y requiere de acompañamiento del docente, pero que llama la atención hacer uso de este recurso para el aprendizaje.

Otro caso del uso de la realidad aumentada, es en la alfabetización inicial como lo muestran Colomo *et al.* 2020, a través de un prototipo denominado “Cards Mágicos abcD+” se enseñaban las vocales a estudiantes de primer grado, con el uso de cartas físicas y realidad aumentada con aplicativo y software en donde en cada carta se encontraba la vocal y una imagen relacionada con la misma, por ejemplo, al acercarlo al dispositivo se proyectaba un animal, los resultados del ensayo mostraron que existe mayor interés en el reconocimiento de las vocales, frente a los recursos en aula convencionales que se manejaban habitualmente, es decir, se generó más recordación de la temática con realidad aumentada, mejorando el desempeño en los estudiantes entre las edades de seis a siete años.

Figura 3

Prototipo del uso de realidad aumentada para la enseñanza en primera infancia.



Fuente: (Colomo *et al.*, 2020 <https://acortar.link/bU7VV1>)

Otros de los usos para capacitar y alfabetizar en diferentes campos temáticos son, por ejemplo, las aplicaciones móviles para la educación infantil donde los estudiantes pueden colorear imágenes físicas y al proyectarse se recrean los dibujos intervenidos por ellos, esto con el apoyo de *Chromville*. Otra demostración es el aprendizaje en compuestos químicos: mediante la simulación con la unión de cubos, se pueden conocer los elementos y sus respectivos compuestos; a través de elementos 4D se proyectan los objetos y se adquiere información de la temática estudiada y, para finalizar, para conocer el sistema solar se manejan gráficos interactivos con su respectiva proyección con realidad aumentada y en esta inmersión se conocen todos los componentes del sistema, con la ayuda de *SpaceCraft 3D* (Horra, 2016)

Como se observa, en la actualidad se desarrollan prototipos y también existen programas para todo tipo de temáticas para niños, jóvenes, adultos y adultos mayores, lo importante es poder adaptar esta tecnología a las necesidades de la formación, es el caso de la alfabetización digital, que si bien se encuentran pocos casos en donde se exponga la educación mediática mediada con esta tecnología, es necesario indagar lo que se requiere para este proceso de enseñanza y de esta manera incorporarlo al trabajo de alfabetización (Cabero y Puentes, 2020).

2. Metodología

El estudio se desarrolla desde el método mixto de tipo descriptivo (Lerma, 2009) recopilando datos cualitativos con la participación de 15 docentes universitarios y 5 especialistas en medios digitales, por medio de entrevistas cuya intención es acercar experiencias sobre estrategias que manejan para el uso adecuado de la información y sobre la prevención de la desinformación y *fake news* entre otros, así como el de conocer el alcance sobre el uso de la realidad aumentada para la alfabetización mediática e informacional. Adicionalmente, desde lo cuantitativo, se aplicaron 100 encuestas a estudiantes universitarios y otros ciudadanos para identificar el nivel de conocimientos en control de la información falsa, creación de contenidos con la verificación de sus fuentes y el impacto de la desinformación en redes sociales.

La muestra utilizada ha sido seleccionada por conveniencia, distribuida en 15 docentes de primeros semestres de los programas de posgrados en ciencias empresariales y de educación de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, así mismo, publicistas y *community manager* de instituciones de educación superior en Bogotá. Participaron para la aplicación de encuestas estudiantes de primeros semestres de los programas de posgrado relacionados anteriormente con un total de 80 y 20 jóvenes ciudadanos que hacen uso frecuente de redes y plataformas

para el diseño de contenidos y consultas en general.

2.1 Categoría de análisis.

Las categorías que se relacionan a continuación, son unas clasificaciones temáticas que permitieron abordar el procesamiento de datos obtenidos con los instrumentos antes descritos y que llevaron a la descripción referente al estado en que se encuentra la cultura del manejo de información digital, manejo de tecnología emergentes para el aprendizaje, conocimiento sobre normatividad para la seguridad y privacidad de datos y experiencias o casos conocidos sobre falsedad de información y sus consecuencias, entre otros factores.

Tabla 3.

Categorías de análisis.

Categoría	Descripción
Usos del manejo de información y contenidos	Conocimiento sobre que las diferentes formas en que se maneja la información
Medios de interacción digital y para búsqueda de información	Se identifican redes, aplicaciones y plataformas de consultas o para conformación de comunidades virtuales
Comprensión de información y contenidos	Se describen las estrategias que manejan los consumidores de contenidos para la selección de información empleadas en consultas y transferencias de la misma
Acciones frente a fraude de la información	Reconocimiento de medidas que se toman al momento de identificar información falsa o <i>fake news</i> .

Fuente: Elaboración propia (2024).

3. Resultados

Tanto en las entrevistas como en las encuestas se realizaron una serie de preguntas a la población objeto de estudio; como dinámicas se presentaron casos de noticias falsas o *fake news* para conocer la forma en que reaccionaban ante situaciones que podrían generar desprestigio de una persona, entre otras dinámicas relacionadas a los participantes del estudio.

También se realizaron preguntas respecto al manejo que se da a la información encontrada en redes sociales, cuáles son las más usadas, qué manejo le dan a la información, qué tipo de críticas realizan en los medios digitales y, en lo académico, qué fuentes utilizan y cómo seleccionan los datos de consulta o si por el contrario no realizan filtros y presentan sus trabajos con lo que identifican sin tratamiento de datos.

Con lo anterior, se obtuvieron los siguientes hallazgos, aspectos que contribuyen al estudio respecto a temas a trabajar en la alfabetización mediática e informacional con apoyo de la realidad aumentada, puesto que existen planes de formación. Sí es importante conocer, de primera mano con los consumidores digitales, las necesidades que se deben cubrir para esta preparación y los aspectos a mitigar al momento de transferir y crear contenidos.

3.1. Resultados de las entrevistas

Tabla 4.

Entrevistas a profesionales y académicos.

Entrevistas	Intervenciones
Redes sociales empleadas en su ejercicio laboral u otros medios	Especialistas emplean <i>Facebook</i> y la cuenta <i>X</i> , <i>Instagram</i> y <i>Youtube</i> , para promocionar campañas publicitarias, información comercial. Los docentes, adicional a lo anterior, usan <i>WhatsApp</i> para comunicarse con sus estudiantes y compartir material de las clases.
Conocimiento de <i>fake news</i> o contenidos falsos	Los entrevistados han ido conociendo el significado de información, contenidos y noticias falsas como nuevo lenguaje en la era digital. Hay situaciones que se han trasladado a internet como los fraudes, el desprestigio, las estafas y suplantaciones, el <i>modus operandi</i> ha seguido siendo el mismo, captar seguidores e incautos con el fin de fortalecer ideologías políticas, ideologías en general, obtener dinero ilícito u otros intereses fraudulentos.
Casos identificados y formas de mitigarlos	En medios de comunicación tienen mecanismos para identificar en portales de noticias en la academia se trabaja sobre bases de datos bibliográficos como apoyo a la realización de investigaciones y trabajos en general.
Tecnologías y conocimientos en espacios digitales	Las percepciones recopiladas concuerdan en que, si bien el uso de herramientas, portales, redes y aplicaciones es un hecho inminente, también es cierto que las personas, requieren de acompañamiento y capacitación para el buen uso de la información para compartirla, así como para crearla y difundirla, reforzando el aprendizaje con el uso de la realidad aumentada como recurso tecnológico de mayor interés de las personas.

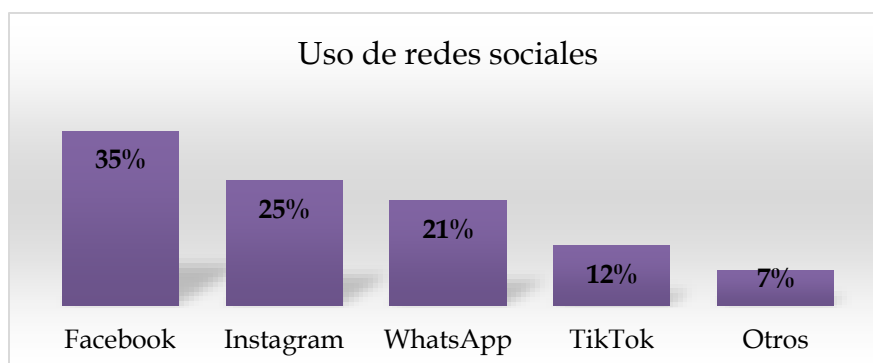
Fuente: Elaboración propia (2024).

Por otra parte, en las encuestas se destaca el uso de redes sociales para compartir información y crear contenidos entre estudiantes y ciudadanos.

3.2. Resultados de encuestas dirigidas a estudiantes y a jóvenes

Figura 4.

Pregunta referente al uso de redes sociales

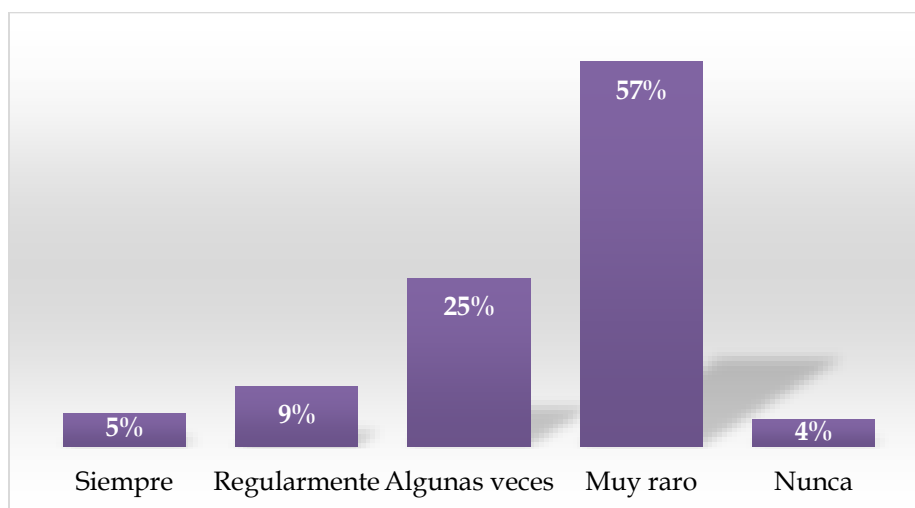


Fuente: Elaboración propia (2024).

Como se expone en la figura 4 Facebook es usado en un 35%, Instagram un 25%, WhatsApp 21%, TikTok 12% y otras redes un 7%, es así como tanto estudiantes como personas en general, éstas redes sociales son empleadas para comunicarse entre compañeros y amigos también para enterarse como fans de lo que hacen sus artistas e influencers y para saber lo que está en tendencia en moda, entretenimiento y juegos en línea entre otros.

Figura 5.

Frecuencia en la verificación de la información en redes sociales



Fuente: Elaboración propia (2024).

En la figura 5 se muestra que la verificación de la información no es de interés al momento de compartirla o usarla para crear contenidos. El 57% responde que muy rara vez revisa la veracidad de la información, seguido de un 25% que indica hacerlo, algunas veces, para publicarla o compartirla; un 5% dice hacerlo siempre y un 9% regularmente, representando que no es prioridad reconocer el origen de los datos para hacer uso responsable de los mismos.

Figura 6.

Víctima de noticias falsas



Fuente: Elaboración propia (2024)

La figura 6, atiende a conocer si los encuestados han sido víctimas de noticias falsas. Un 73% indica que sí lo han sido, esto tiene una relación directa con la figura 7, en donde al no tener interés por verificar las fuentes y la información, así mismo, desconocen los mecanismos para diferenciar las noticias falsas o erróneas de las verdaderas y un 27% responde identificarlas, esto obedeciendo a la poca frecuencia en la indagación exhaustiva de fuentes y su veracidad.

4. Discusión

Las competencias mediáticas e informacionales son temáticas que desde la UNESCO se han venido trabajando de la mano con las universidades del mundo, entre ellas, la Corporación Universitaria Minuto de Dios-UNIMINUTO, en donde se están realizando iniciativas como: realizar pilotajes en los 23 colegios de la institución ubicados en el territorio nacional con el fin de implementar un currículo referente a la alfabetización mediática e informacional (UNIMINUTO, 2022), de manera que se potencie el pensamiento crítico y la selección objetiva de las fuentes de consulta buscando, además, que se mitigue el consumo de contenidos falsos intencionados o erróneos. Estos desarrollos permiten que estudiantes bachilleres, al vincularse a la educación superior, cuenten con una experiencia previa que les permita discernir sobre la información y la manera ética y responsable de transmitirla.

Las noticias falsas, por ejemplo, denominadas en inglés como *fake news* siguen siendo un factor de riesgo en redes y plataformas debido a la falta de capacitación en alfabetización. Si no se fomentan procesos de capacitación en competencias mediáticas e informacionales se continuará con la reproducción desmedida de información sin ninguna comprobación de los datos, así como con la desprotección de identidades de los navegantes cibernéticos. Es así como (Echeverría y Rodríguez, 2023) mencionan que en México se ha estado trabajando en fomentar las campañas de alfabetización digital, por ejemplo, para el caso de las elecciones electorales presidenciales del periodo 2018 se hizo una alianza con las redes sociales y se dieron capacitaciones a funcionarios del Instituto Nacional Electoral sobre desinformación.

Si bien no se ha dejado de lado la preocupación por fomentar el buen uso de la información adquirida, compartida o creada en medios digitales principalmente en redes sociales, persiste la falta de conocimiento para tomar medidas preventivas y de control. En la academia, especialmente en los programas de posgrado se evidencia que, aunque se esperan trabajos de investigación para opción de grado, desde el inicio de su formulación, en la verificación de fuentes de consulta se presenta información sin validación lo que lleva a reprocesos en sus tesis y demora en las entregas, pero lo más preocupante es que en estos niveles de formación de educación superior se registren este tipo de debilidades académicas.

En cuanto a lo que se ha venido trabajando en competencias mediáticas e informacionales en las instituciones de educación superior, a pesar de que es una temática ya discutida desde hace más de diez años, aún no se aborda a cabalidad y, si bien, en los componentes de formación investigativos desde su proceso de aprendizaje deben conocer fuentes fidedignas, hace falta fortalecer procesos de análisis críticos e interpretativos que desde la alfabetización se pueden desarrollar.

La alfabetización tiene desafíos al momento de crear módulos para capacitar en desinformación intencional o errónea, puesto que deben ir articulados con apuestas pedagógicas para que el proceso de enseñanza-aprendizaje sea más efectiva y se registren menos casos de engaños o transferencia equivocada de información, así como lo describe (Chancusig, 2023), en la misma revisión bibliográfica, se describe que un *podcast* llega a ser un recurso didáctico de aprendizaje, en donde los autores W. A. M. Romero y C. F. Morante, a través del diseño de un programa denominada “viernes de *podcast*: estudio

práctico de alfabetización mediática en el aula” puede llegar a mejorar las competencias mediáticas en estudiantes, permitiéndoles aprender a analizar de forma crítica y objetiva la información generando a su vez un pensamiento reflexivo sobre lo que se trasmite en los medios de comunicación.

Por otra parte, las tecnologías emergentes son recursos que potencian el aprendizaje en toda área de conocimiento y han estado en auge como en los casos de: la realidad virtual, la inteligencia artificial, el metaverso y la realidad aumentada-RA, en donde fomentan la interacción con los contenidos y mayor atención por aprender. Es así como, desde el presente estudio se plantea como reflexión incorporar la RA a la alfabetización mediática informacional como estrategia de aprendizaje y obtener mejor resultado en el manejo de contenidos creados o compartidos para que de esta manera no se repliquen datos erróneos o confusos y que afecten un desempeño laboral o académico o la misma integridad de los cibernautas. La RA está presente en contenidos de educación básica, media y superior, es decir, no es desconocida por los estudiantes. En este sentido, al alfabetizar mediante la RA se enfatizaría en crear mayor atención por aprender, hacer buen uso de la información, crearla éticamente y transferirla con objetividad.

Como estrategia didáctica haciendo uso de la RA para la alfabetización mediática e informacional se plantea para el componente investigativo en Rectoría Virtual UNIMINUTO el diseño de una herramienta digital en donde se aprendan contenidos sobre seguridad informática, buenas prácticas del contenido en redes sociales, estrategias de búsqueda de información entre otros, de manera que la alfabetización se vaya incorporando a los procesos educativos y se convierta en un proceso vital al momento del desarrollo de compromisos académicos.

5. Conclusiones

En la era de las nuevas tecnologías, el acceso a datos y a consultas son ilimitadas, las noticias corren a la velocidad de la luz, de manera que, las personas están informadas, se manejan diferentes canales de comunicación, donde se pueden hacer consultas de todo tipo y en todas las áreas, con un sin fin de fuentes, pero lo preocupante es que pesar de campañas en donde invitan a los navegantes al uso prudente de las consultas, reproducción y creación de contenidos, aún persisten las noticias falsas y la facilidad de transmitir desinformación, al punto de llevar al desprestigio a personas o a empresas con el fin de obtener *likes*, seguidores o una posición en un grupo social. Esto sucede porque la gente no se toma el tiempo de filtrar la información y de comprobar la veracidad de lo consultado, es tal el afán por transmitir y estar a la vanguardia que corroborar lo que sucedes en redes no es una opción relevante.

En la investigación se ratificó que los estudiantes y población general en su mundo digital no tienen espacio para discriminar contenidos antes de manejarlo o hacer creación de estos, solo la manipulan y la comparten sin verificar si es falsa o verdadera. Se encuentra material para capacitarlos sobre la interacción con pensamiento crítico y analítico y así mitigar el uso de información falsa y mejorar las experiencias digitales, pero aún se presentan casos de desprestigio, ciberbullying o estafas, entre otros.

Por lo anterior, profesionales en medios de comunicación y docentes manifiestan que, si bien existen entidades como UNESCO que realizan foros, encuentros, así como existen fuentes para capacitarse y recursos digitales, se observa que, no hay suficiente alcance con lo existente. Aunque se haga uso de tecnologías, a las personas les falta un mejor manejo de estas, con responsabilidad y ética.

Las tecnologías emergentes especialmente la Realidad Aumentada-RA, puede llegar a ser un recurso interesante y más llamativo en comparación a los recursos actuales que promueven la educación mediática y la RA que actualmente se está explorando en el campo de la educación y más conocida en el área del entretenimiento y que puede ser una importante apuesta para reforzar la alfabetización digital, explicaron los entrevistados en el estudio.

6. Referencias

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*.

Cabero, J. y Puentes, A. (2020). La Realidad Aumentada: tecnología emergente para la sociedad del aprendizaje. *AULA, Revista de Humanidades y Ciencias Sociales*, 66(2). <https://doi.org/10.33413/aulahcs.2020.66i2.138>

Cacheiro, M. L. (2011). Recursos didácticos TIC, colaboración y aprendizaje. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 39, 69-81. <https://recyt.fecyt.es/index.php/pixel/article/view/61451>

Chancusig Ruiz, F. (2023). Herramientas digitales para fomentar la alfabetización mediática en la era digital. *Revista Ingenio Global*, 2(1), 35-45. <https://doi.org/10.62943/rig.v2n1.2023.60>

Colomo, E., Sánchez, E., Ruiz, J. y Sánchez, J. (2020). *La tecnología como eje del cambio metodológico*. UMA Editorial.

Cuervo, S. y Medrano, C. (2014). Alfabetizar en los medios de comunicación: más allá del desarrollo de competencias. *Teoría de la Educación. Revista Interuniversitaria*, 25(2), 111-131. <https://doi.org/10.14201/11577>

Echeverría, M. y Rodríguez, C. (2023). ¿La alfabetización digital activa la incredulidad en noticias falsas? Eficacia de las actitudes y estrategias contra la desinformación en México. *Revista de Comunicación*, 22(2), 79-95. <https://doi.org/10.26441/RC22.2-2023-3246>

Ferrés, J. y Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: Propuesta. *Revista Científica de Educomunicación*, 38, 75-82. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-08>

Horra, I. D. (2016). Realidad Aumentada, una revolución educativa. *EDMETIC*, 6(1), 9-22. <https://doi.org/10.21071/edmetic.v6i1.5762>

Lerma, H. (2009). *Metodología de la investigación: propuesta, anteproyecto y proyecto*. Ecoe Ediciones.

López-González, H., Sosa, L., Sánchez, L. y Faure-Carvalho, A. (2023). Educación mediática e informacional y pensamiento crítico: Una revisión sistémica. *RLCS, Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 399-422. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2023-1939>

Masip, P., Suau, J., y Ruiz-Caballero, C. (2020). Percepciones sobre medios de comunicación y desinformación: ideología y polarización en el sistema mediático español. *Profesional de la información*, 29(5), 1-13. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.27>

- Ministerio de Educación Argentina. (2021). *Claves y caminos para enseñar en ambientes virtuales*. Educ.ar S.E.
- Montecé-Mosquera, F., Verdesoto-Arguello, A., Montecé-Mosquera, C. y Caicedo-Camposano, C. (2017). Impacto de la realidad aumentada en la educación del siglo XXI. *European Scientific Journal*, 13(25). <https://doi.org/10.19044/esj.2017.v13n25p129>
- Naciones Unidas. (diciembre de 2021). *Contrarrestar la información*. <https://www.un.org/es/countering-disinformation>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (julio de 2022). *Alfabetización mediática e informacional*. <https://www.unesco.org/es/media-information-literacy>
- Sádaba, C. y Salaverría, R. (2023). Combatir la desinformación con alfabetización mediática: análisis de las tendencias en la Unión Europea. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1552>
- Saiz, C. y Rivas, S. (2008). *Intervenir para transferir en pensamiento crítico*. Conferencia Internacional: Lógica, Argumentación y Pensamiento Crítico, Santiago de Chile: Universidad de Salamanca. p. 17. <https://www.pensamiento-critico.com/archivos/intervensaizrivas.pdf>
- UNIMINUTO. (2022). *UNESCO y UNIMINUTO: una apuesta por la Alfabetización Mediática e Informacional*. <https://www.uniminuto.edu/noticias/unesco-y-uniminuto-una-apuesta-por-la-alfabetizacion-mediatica-e-informacional>
- Vargas Murillo, G. (2017). Recursos educativos didácticos en el proceso enseñanza aprendizaje. *Cuadernos Hospital de Clínicas*, 58(1), 68-74. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1652-67762017000100011

CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Financiación: Esta investigación recibió financiamiento institucional desde el Fondo Permanente de Publicaciones 2024.

AUTOR:

Jennifer Catalina Murcia Rodríguez

Corporación Universitaria Minuto de Dios-UNIMINUTO.

Ingeniera biomédica, Magíster en educación docente universitaria durante 15 años con especialidad en investigación. Investigadora Junior ante el Ministerio de Ciencia, tecnología e innovación en Colombia.

jennifer.murcia@uniminuto.edu

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-1688-8775>

Scopus ID: 57215528576

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?hl=es&user=rPVe1JcAAAAJ>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/scientific-contributions/Jennifer-Catalina-Murcia-Rodriguez-2155789176>