

La alfabetización mediática e informacional para el empoderamiento de los usuarios

El derecho de los usuarios a recibir información veraz se ha considerado tradicionalmente responsabilidad de los proveedores de medios de comunicación, de los periodistas o de los verificadores de datos. En el entorno digital, sin embargo, esa responsabilidad se está extendiendo progresivamente en el entorno digital hacia los propios usuarios. La proliferación de fuentes y la interactividad propia de la convergencia tecnológica hacen que por muy muy robustos que sean los mecanismos empleados para contrarrestar la desinformación, la lucha contra este fenómeno requiera necesariamente de una ciudadanía empoderada, plenamente informada, resiliente y activamente comprometida con la veracidad de las informaciones.

Venimos observando como en los últimos tiempos, grandes plataformas de Internet como X y Meta, con algunas diferencias, han decidido potenciar el papel de las "notas de la comunidad", que permiten a los usuarios añadir contexto o aclarar de forma colaborativa a publicaciones que consideran incompletas o engañosas, frente a la labor de los moderadores y de los verificadores de informaciones.

Son muchas las críticas que pueden realizarse a esta decisión. Entre otras, la dejación de obligaciones por parte de los prestadores; la discrecionalidad y falta de sistematicidad de la labor de verificación, o las dudas sobre la precisión del contenido aportado por los usuarios, que requerirían a su vez de verificación complementaria. Pero el nuevo horizonte hace aún más vital el papel de la alfabetización mediática e informacional (AMI) para conseguir que las personas cuenten con las habilidades necesarias para evitar verse manipuladas por las estrategias de desinformación.

La AMI no debe entenderse, pues, como una iniciativa circunscrita a las personas menores de edad en el ámbito curricular o extraescolar, visión que ha sido predominante mucho tiempo y en muchos ámbitos. Es igualmente crucial que los adultos adquieran esas competencias esenciales, en especial el análisis crítico de los contenidos.

Con ese planteamiento, el Observatorio Audiovisual Europeo ha publicado recientemente el informe *Media literacy and the empowerment of users*¹, elaborado por Amélie Lacourt, que presenta una panorámica de la alfabetización mediática e informacional en diferentes países europeos y a nivel supranacional, detallando las obligaciones impuestas para emprender, apoyar o promover iniciativas de alfabetización mediática y empoderamiento de los usuarios.

El informe examina, además, las distintas obligaciones relacionadas con los procedimientos para evaluar las acciones previstas y si los proyectos llevados a cabo han abordado eficazmente la cuestión en cuestión, teniendo en cuenta que las competencias en alfabetización mediática

¹ <https://rm.coe.int/iris-2024-2-media-literacy/1680b06196>

pueden ser muy diversas y abarcar una gran variedad de ámbitos, desde la producción mediática hasta la creatividad y la comunicación.

Lacourt dedica un capítulo a explorar la implementación práctica de iniciativas de alfabetización mediática destinadas a cultivar el pensamiento crítico, dirigidas tanto a menores como a adultos. Profundizando en el reto emergente de la formación de educadores y examinando el concepto de "alfabetización mediática por diseño".

Y finalmente centra su atención en los nuevos retos y oportunidades que surgen para la alfabetización mediática e informacional (y para un nuevo "conjunto de alfabetizaciones") del rápido avance de la inteligencia artificial (IA).

Entre sus conclusiones, el informe señala que, durante la última década, se ha producido una transformación significativa en la oferta mediática y en los hábitos de consumo de los usuarios, pasando estos últimos del mero consumo a una combinación de consumo y (re)producción, en particular con el auge del contenido generado por ellos mismos. Las emisiones televisivas lineales tradicionales han dado paso a la difusión bajo demanda de las propias televisiones, de otros servicios audiovisuales, de plataformas de intercambio de vídeos y de redes sociales.

La naturaleza interactiva de estos servicios, sumada a la sobrecarga de información, plantea dificultades para comprender y gestionar el contenido, lo que subraya la importancia de la alfabetización mediática e informacional, que ha evolucionado para dotar de las habilidades, competencias y valores necesarios para interactuar con los medios de comunicación de forma informada, responsable y crítica no sólo a los menores, sino a todos los segmentos de la población.

Esta cuestión ya ha sido abordada a nivel supranacional por múltiples actores, como la UNESCO, el Consejo de Europa, la (entonces) EPRA, la OSCE y la UE. Estas organizaciones han establecido y siguen trabajando en marcos integrales para guiar, facilitar y, en cierta medida, armonizar el enfoque adoptado a nivel nacional.

A la vista del informe, parece que, en la mayoría de los casos, la alfabetización mediática no se desarrolla ampliamente en la legislación primaria, mientras que la legislación secundaria ofrece información más detallada sobre el enfoque y las estrategias empleadas para promoverla. El análisis de estos marcos legales y políticas muestra un énfasis creciente en el empoderamiento de los usuarios, con diferentes tipos de habilidades, competencias y valores como eje central, dependiendo de factores como el contexto cultural, social y político.

Las iniciativas de alfabetización mediática para empoderar a los usuarios también pueden beneficiarse de programas de financiación, que pueden abordarse en la legislación primaria (aunque con menor frecuencia) o secundaria.

Si bien no se aborda de manera uniforme en todos los países, el pensamiento crítico se está consolidando como una habilidad fundamental para la alfabetización mediática, ya que proporciona a los usuarios herramientas esenciales para un consumo responsable de medios.

Un desafío global esencial identificado a través del análisis de estas iniciativas es la necesidad de formar a los educadores. Se están implementando numerosos programas para abordar este problema.

Con la integración de la IA en nuestra vida diaria, la capacidad de evaluar críticamente los medios se vuelve aún más crucial. Los estudios indican que una parte de los menores carece de conciencia, comprensión o capacidad para identificar la IA y el contenido generado por ella. Esto subraya la importancia de reforzar las habilidades de pensamiento crítico, especialmente para reconocer los posibles riesgos y problemas asociados con la IA y los algoritmos, como las falsificaciones profundas, el contenido...