Un nuevo paradigma para las políticas públicas y la investigación

POR **JOSÉ MANUEL PÉREZ TORNERO**

La alfabetización mediática e informacional (AMI) ha surgido, en las últimas décadas, como un nuevo paradigma conceptual referido a las capacidades que permiten el uso crítico, autónomo y creativo -por parte de las personas y las comunidades- de cualquier medio de información y comunicación y de sus lenguajes específicos. La falta de esta alfabetización constituye una de las barreras más serias al desarrollo personal, social y cultural.

Por ello, la Comisión Europea y la Unesco han desarrollado estudios y proyectos que han consolidado a la AMI como nuevo paradigma para las políticas públicas relacionadas con los medios y el desarrollo económico y democrático. La consolidación de este nuevo marco conceptual se aprecia en diferentes regiones del planeta.

La AMI se está convirtiendo en un nuevo paradigma para el desarrollo de la investigación científica sobre medios y sociedad. Se completa así una evolución que va desde los modelos masivos de la comunicación hacia los reticulados, e interactivos, en los que los individuos desarrollan sus propias capacidades comuicativas.

En el año 2012, la Unesco acabó una década de promoción de la alfabetización universal. Solo dos años después, en 2014, se constataba que sus resultados habían sido ambivalentes. Por un lado, desde 1970 se logró reducir a la mitad la tasa mundial de analfabetismo, pero por otro, quedaban aún en el planeta más de 774 millones de analfabetos -entre ellos 123 millones de niños-, es decir, aproximadamente, una décima parte de una población de un conjunto de más de 7.500 millones de personas (UIS, 2013; Unesco, 2013).

Al mismo tiempo, se constata que está surgiendo un nuevo tipo de analfabetismo que agrava el convencional. Es la brecha cognitiva (Wilson, 1997; Kuttan y Peters, 2003; Bujanda y Zúñiga, 2008; Lau, 2009; Wilson, 1997), relativa al nuevo entorno mediático digital y que tiene consecuencias sobre todos los ámbitos de la vida.

Analfabetismo y brecha digital

Fundación Telefónica
Telefónica

En los últimos años se ha producido una completa mediatización (Bolter y Grusin, 1999) de la vida social organizada en torno a Internet (Castells, 2009). Pero el acceso a las redes digitales es diferencial -brecha digital- y las capacidades de las personas para apropiarse del nuevo medio son también muy desiguales. Se estima que el número de analfabetos digitales superaría el millar de millones de personas.

Potenciadas entre sí, las dos formas de analfabetismo constituyen una auténtica barrera que impide -o dificulta- el acceso al desarrollo, tanto personal como social. En consecuencia, su superación constituye hoy en día, junto a la escolarización universal, uno de los grandes desafíos de la humanidad. Se sabe que no se podrá luchar eficazmente contra la desigualdad si no se eliminan las trabas a la difusión del conocimiento y a la educación que representan estos analfabetismos (Piketty, 2014).
Es justamente en este contexto en el que surge y se consolida el marco conceptual (Pérez Tornero, 2008) de la alfabetización mediática e informacional, que está promoviendo nuevas políticas de actuación y nuevas líneas de investigación.

La forja de un concepto

La construcción del marco conceptual de la alfabetización mediática e informacional (en adelante AMI) ha sido producto de un proceso de convergencia múltiple de conceptos (Adams y Hamm, 2001), disciplinas y estrategias educativas y mediáticas; cada una de ellas, con diferentes orígenes y orientaciones.

En el marco de la AMI se integran conceptos que provienen de la tradición de la educación en medios, de alfabetización digital, de la llamada alfabetización informacional, la mediática, la audiovisual, la fílmica y las alfabetizaciones múltiples. Todas ellos convergen y se integran hoy en un paradigma que tanto la Unesco como la Comisión Europea reconocen como las capacidades que permiten el uso crítico, autónomo y creativo -por parte de las personas y las comunidades- de cualquier medio de información, comunicación y expresión y de sus lenguajes específicos. Estas capacidades van desde las habilidades técnicas más sencillas de uso de los medios hasta las cognitivas empleadas en el procesamiento de la información y en la utilización de los lenguajes y el razonamiento -mucho más complejas-. Todas ellas son claves y absolutamente necesarias en el contexto de la sociedad del conocimiento.

Así, la AMI empieza a considerarse como parte integrante del desarrollo económico y social y de los nuevos derechos de la humanidad (Gavara y Pérez Tornero, 2012), tanto en lo que se refiere al ámbito educativo como del ejercicio de la autonomía personal y la participación política democrática. Ha surgido, así, un nuevo paradigma teórico y práctico que está influyendo decisivamente en la configuración de nuevas aproximaciones a las políticas públicas a la educación y a la investigación.

Comisión Europea y Unesco

Aunque puede considerarse que se trata de un paradigma de arraigo casi global, han sido la Comisión Europea y la Unesco las instituciones internacionales que más han participado en su consolidación. Del mismo modo, han sido los continentes europeos y el norteamericano[1] los

Fundación Telefónica
Telefónica

más proactivos en este terreno, sin que ello signifique la participación de entidades y colectivos cívicos tanto en los citados continentes como en otros.

La Comisión Europea ha insertado el concepto de alfabetización mediática -denominada en algunos momentos 'digital'- en sus planes estratégicos de acción de la última década[2]. Ha realizado, en este sentido, numerosos estudios e investigaciones (Comisión Europea, 2007; Celot y Pérez, 2009, entre otros) y llevado a cabo una política de impulso y estímulo para potenciar la alfabetización digital y mediática.

Uno de los hitos de esta política es la inclusión de la alfabetización mediática en la Directiva Europea de Servicios Audiovisuales[3] como objetivo que deben perseguir todos los Estados y que debe ser evaluada mediante el uso de indicadores. Por otra parte, la Comisión ha sido muy activa a la hora de incluir en el currículo educativo la alfabetización mediática -tanto desde un punto de vista general como en lo que se refiere en concreto a la alfabetización audiovisual y cinematográfica[4]- y en la promoción tanto de foros europeos sobre la materia[5] como de observatorios capaces de monitorizar la situación en Europa[6].

Por su parte, la Unesco, pionera en la educación en medios, inicia una nueva etapa y estrategia en un seminario realizado en Sevilla en el año 2002. Desde entonces, las iniciativas se suceden: creación de un currículo de formación de profesores en AMI (Unesco, 2011); consolidación de una guía para que los países creen indicadores para el desarrollo de la AMI (Unesco, 2000); constitución, en 2013, de la Global Alliance for Media and Information Literacy[7] y potenciación de foros en diversos continentes[8].

Políticas públicas

La AMI se ha constituido, así, como un nuevo horizonte para las políticas públicas en muchas regiones del mundo y en países concretos. Las grandes dimensiones de este nuevo horizonte se pueden describir como sigue:
– Creación de currículos educativos en los que la AMI se constituye tanto en objetivo competencial, como en materias y contenidos que atraviesan todas las disciplinas y, en ocasiones, llegan a constituir asignaturas específicas.
– Aprovechamiento de las competencias mediáticas para estimular el uso de las TIC en la educación y en la vida pública en general, así como para la adaptación y transformación de los sistemas educativos.
– Potenciación de las políticas de protección y formación de los niños y jóvenes en el nuevo entorno mediático digital.
– Potenciación, mediante la AMI de la innovación científica, económica y social en el marco de la sociedad del conocimiento.
– Desarrollo de la AMI como instrumento para la construcción de una ciudadanía activa y participativa y de una esfera pública democrática y libre.
– Constitución de la AMI como un poderoso instrumento para desarrollar la diversidad cultural y el diálogo intercultural.
– Potenciación de la AMI como elemento complementario en las políticas de regulación de los medios audiovisuales y digitales.

Fundación Telefónica
Telefónica

En la medida en que todas estas políticas convergen en el empoderamiento personal de los ciudadanos y de las comunidades, la atención a la AMI está resultando clave en la promoción de nuevas estrategias de desarrollo y de educación a escala global, así como de estímulo a la diversidad cultural y el entendimiento entre los pueblos.

Un nuevo paradigma para la investigación

También la AMI está proporcionando un nuevo campo para la investigación y la experimentación científica. Los estudios de la comunicación habían recorrido en las últimas décadas un camino que iba desde la consideración del impacto directo y determinante de los medios de comunicación en las personas (Bryant y Oliver, 2009), hasta un contexto en el que se reconocía la actividad del receptor (Livingstone, 2004; Bilandzic et al., 2012) -tanto en lo que hace a los procesos individuales como de relación con los demás-. Esta evolución coincidía con la transformación de un sistema de difusión de la información fuertemente centralizado hacia un sistema reticular descentralizado (Castells, 2009) o, en todo caso, fruto de la hibridación entre medios convencionales y digitales Chadwick, 2013).

Es en este contexto evolutivo en el cual la competencia mediática e informacional, así como los procesos mediados por ella, se están convirtiendo en un nuevo campo de investigación. Se pone entonces el acento en las nuevas capacidades de los individuos, en su influencia en los procesos psicológicos y en los sociales (Carlson, Tayie, Jacquinot-Delaunay y Pérez, 2009), en la constitución de nuevos paradigmas sociales de relación (Pentland, 2014) basados en la creatividad y en la innovación de las personas y en sus relaciones, así como en la emergencia de nuevos paradigmas que están transformando espacios, tiempos, contenidos y culturas (Jenkins, 2006).

Todo parece indicar que la próxima década, sin duda, estará dominada por el papel de la AMI tanto en los procesos de desarrollo, como en el avance de la investigación científica.

Notas

[1] Especial referencia debe hacerse al trabajo realizado en Canadá y EEUU, así como en América Latina. Solo en un pasado más reciente, la actividad se ha extendido a Asia y a África. Del mismo modo, los países árabes están mostrando en la última década un interés inusitado por la cuestión.

[2] En 1999 la Comisión Europea lanzó el programa *Internet seguro* para la prevención y protección de los niños ante los eventuales riesgos de Internet. Con ello se empieza a reconocer por parte de las autoridades políticas europeas una cierta política educativa en relación con el sistema mediático. Pero es en el año 2000 cuando la Comisión aborda seriamente un programa que podríamos denominar de educación mediática. Respondiendo al reto lanzado en la reunión del Consejo de Lisboa del año 2000 de intentar desarrollar en el seno de la Unión todas las potencialidades de la Sociedad de la Información (SI), la Comisión pone en marcha un grupo de expertos de alto nivel orientado a diseñar una estrategia de promoción de lo que entonces se llamó alfabetización digital. Al mismo tiempo, encarga un estudio, intitulado *Promoting Digital Literacy* (dirigido por Pérez Tornero) en el que se

Fundación Telefónica
Telefónica

recomienda una estrategia adecuada para desarrollar las competencias digitales (véase Celot y Pérez, 2009), al que seguirán otras investigaciones.

[3] Directiva 2007/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 11 de diciembre de 2007.

[4] Proyecto EMEDUS (véase: *http://www.emedus.info*) y proyecto FilmEd (véase: *https://filmedeurope.wordpress.com*), entre otros.

[5] European Media Literacy Forum (2014) (véase: *http://www.europeanmedialiteracyforum.org*).

[6] European Media Literacy Observatory (véase: *http://eumedus.com*).

[7] Global Alliance for Partnerships on Media and Information Literacy (véase: *http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/global-alliance-for-partnerships-on-media-and-information-literacy/*).

[8] Foro Latinoamericano y del Caribe de Alfabetización Mediática e informacional (véase: *http://www.foroamilac.org/*).

Bibliografía

Adams, D. y Hamm, M. (2001). *Literacy in a multimedia age.* Norwood, MA: Christopher Gordon.

Bilandzic, E. et al. (Ed.) (2012). *The social use of media*. Chicago: The University of Chicago Press.

Bolter, J. D. y Grusin, R. (1999). *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge, MA: The MIT Press.

Bryant, J. y Oliver, M. B. (2009). *Media effects: Advances in theory and research*. New York: Routledge.

Bujanda, M. E., & Zúñiga, M. (2008). *La alfabetización del Siglo XXI en el contexto de una sociedad digital y sostenible*. San José, Costa Rica.

Castells, M. (2009). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura. La sociedad Red*. Tomo 1, Vol. 1. México: Siglo XXI.

Carlsson, U., Tayie, S., Jacquinot-Delaunay, G. y Pérez Tornero, J. M. (Eds.) (2009). *Empowerment Trough Media Education: An Intercultural Dialogue*. Göteborg: Göteborg University.

Fundación Telefónica
Telefónica

Celot, P. y Pérez, J. M. (Coords.) (2009, octubre). *Study on Assesment Criteria for Media Literacy Levels. A comprehensive view on the concept of media literacy and an understanding of how media literacy leve shoul be asessed* [en línea]. Bruselas: Comisión Europea. Disponible en: *http://ec.europa.eu/culture/library/studies/literacy-criteria-report_en.pdf*

Chadwick, A. (2013). *The Hybrid Media System*. Oxford: Oxford University Press.

Comisión Europea (2007). *Study on Medial Literacy: current trends on media literacy and approaches on Media Literacy in Europe* [en línea]. Bruselas: Comisión Europea. Disponible en: *http://ec.europa.eu/culture/library/studies/literacy-trends-report_en.pdf*

Gavara, J. C. y Pérez Tornero, J. M. (2012). *La alfabetización mediática y la ley general de comunicación audiovisual en España*. Barcelona: UOC.

Jenkins, H. (2006). *Convergente culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.

Kuttan, A. y Peters, L. (2003). *From digital divide to digital opportunity*. Lanham, Maryland: Scarecrow Press.

Lau, J. (2009). Panorama mundial: Desarrollo de Habilidades Informativas. Ponencia presentada en el *II Congreso Internacional de Investigación en Ciencias de la Información*, Medellín, Colombia, 4-6 de mayo, 2009.

Livigstone, S. (2004). The Challenge of Changing Audiences Or, What is the Audience Researcher to Do in the Age of the Internet? *European Journal of Communication*, 19(1), mar., 75-86.

Pentland, A. (2014). *How good ideas spread. The lessons from a new science*. London: The Penguin Press.

Pérez Tornero, J. M. (Dir.) (2009). *Promoting Digital Literacy* [en línea]. Disponible en: *http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos/comprender20DL.pdf*

Pérez Tornero, J. M. (2008). Education and media culture in the context of Media Literacy. New Conceptualization. En U. Carlson, S. Tayie, G. Jacquinot-Delaunay y J. M. Pérez Tornero (Eds.), *Empowerment trough Media Education: An Intercultural Dialogue*, pp. 103-116. Göteborg: Göteborg University.

Piketty, T. (2014). *El capital en el siglo XXI*. Barcelona: RBA.

UIS (2013). *Adult and Youth Literacy: National, regional and global trends, 1985-2015* (UIS Information paper) [en línea]. Montreal: UIS. Disponible en: *http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/literacy-statistics-trends-1985-2015.pdf*
Unesco (2000). *Global Media and Information Literacy Assessment Framework: Countriy*

Fundación Telefónica
Telefónica

readliness and competencies [en línea]. Disponible en: *http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002246/224655e.pdf*

Unesco (2011). *Alfabetización mediática e informacional: Curriculum para profesores* [en línea]. Disponible en: *http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002160/216099S.pdf*

Unesco (2013). *Global Report on Adult Learning and Education.Rethinking Literacy*. Hamburg: Unesco Institute for Lifelong Learning.

Wilson, T. D. (1997). Information Behaviour: An Interdisciplinary Perspective. *Information Processing & Management* [en línea], 33(4), 551-572. Disponible en: *http://ptarpp2.uitem.edu.my/silibus/infobeha.pdf*

Fundación Telefónica
Telefónica