

Los pilares de la alfabetización mediática e informacional en tiempos de la inteligencia artificial

The Pillars of Media and Information Literacy in Times of Artificial Intelligence

Os pilares da alfabetização midiática e informacional em tempos de inteligência artificial

Janneth Trejo-Quintana

Universidad Nacional Autónoma de México

México

jtrejoquintana@politicass.unam.mx

Alexandre Sayad

UNESCO

Brasil

alevoci@gmail.com

Abstract: This article reflects on the pillars of media and information literacy (MIL) in the context of artificial intelligence (AI). As AI-based technologies are integrated into the contemporary media ecosystem, the need to develop skills that enable critical and effective interaction with these systems becomes increasingly urgent. Key skills such as access, analysis, creation, reflection, and action are highlighted, with a proposed update for each to address the challenges and opportunities that AI presents. The final reflection emphasizes the importance of adapting and expanding MIL competencies to strengthen civic engagement and critical thinking in an algorithm-mediated world.

Keywords:

Media Literacy, Artificial Intelligence, Digital Technologies, Algorithms, Civic Engagement, Media Ecosystem

Resumen: Este artículo reflexiona sobre los pilares de la alfabetización mediática e informacional (AMI) en el contexto de la inteligencia artificial (IA). A medida que las tecnologías basadas en IA se integran en el ecosistema mediático contemporáneo, la necesidad de desarrollar competencias que permitan una interacción crítica y eficaz con estos sistemas se vuelve cada vez más urgente. Se destacan las habilidades clave, como el acceso, análisis,

creación, reflexión y acción, proponiendo una actualización de cada una de ellas para enfrentar los desafíos y oportunidades que la IA presenta. La reflexión final subraya la importancia de adaptar y expandir las competencias AMI para fortalecer la participación ciudadana y el pensamiento crítico en un mundo mediado por algoritmos.

Palabras clave:

Alfabetización mediática, Inteligencia artificial, Tecnologías digitales, Algoritmos, Participación ciudadana, Ecosistema mediático

Resumo: Este artigo reflete sobre os pilares da alfabetização midiática e informacional (AMI) no contexto da inteligência artificial (IA). À medida que as tecnologias baseadas em IA são integradas ao ecossistema midiático contemporâneo, torna-se cada vez mais urgente desenvolver competências que permitam uma interação crítica e eficaz com esses sistemas. São destacadas habilidades-chave como acesso, análise, criação, reflexão e ação, com uma atualização proposta para cada uma delas, de forma a enfrentar os desafios e oportunidades que a IA apresenta. A reflexão final enfatiza a importância de adaptar e expandir as competências da AMI para fortalecer o engajamento cívico e o pensamento crítico em um mundo mediado por algoritmos.

Palavras-chave:

Alfabetização midiática, Inteligência artificial, Tecnologias digitais, Algoritmos, Engajamento cívico, Ecosistema midiático

1. Introducción

Los medios de comunicación y las grandes empresas tecnológicas son poderes fácticos en las sociedades contemporáneas. No sólo influyen en la construcción de imaginarios y en la configuración de la agenda pública, sino que pueden servir como instrumentos para defender los intereses de agentes políticos y económicos. En otras palabras, en el funcionamiento cotidiano de los medios de comunicación –tanto análogos como digitales– subrayan estructuras de poder.

Este fenómeno ha sido ampliamente estudiado. Algunos planteamientos señalan directamente la necesidad de que las personas desarrollen capacidades para cuestionar y consumir reflexivamente los mensajes emitidos en los medios de comunicación. Bajo esta

mirada, desde la segunda mitad del siglo pasado, se han acuñado diversos constructos analíticos (Trejo Quintana, 2017), como “educación mediática” (Oliveira, 2009), “educación mediática” (Bacher, 2013), “alfabetización mediática” (Center for Media Literacy, 2003; Jenkins et al., 2009), por mencionar algunos. Ya entrado el siglo XXI, se empezó a utilizar el concepto Alfabetización Mediática e Información (AMI) con el mismo propósito y desde una perspectiva similar.

El gran impulso de la AMI se dio en 2011, cuando la UNESCO (2011) promovió este término para integrar analíticamente dos ámbitos clave en las interacciones que se llevan a cabo en el actual entorno digitalizado: 1) lo mediático y 2) lo informacional. Con este constructo se buscó responder a los desafíos que representan fenómenos como la superabundancia de información, la difusión de mensajes y discursos que juegan un rol fundamental en la formación de las opiniones, entre otros.

En el contexto de la Inteligencia Artificial (IA), la Alfabetización Mediática e Informacional es de suma pertinencia para desarrollar competencias que permitan entender cómo funcionan los algoritmos, cómo influyen en la distribución de la información y en los procesos de toma de decisiones. El presente texto reflexiona sobre la conveniencia de adaptar los cimientos conceptuales de la AMI ante los nuevos retos y oportunidades que trae consigo la IA.

2. Encuadre teórico: la IA en el ecosistema mediático contemporáneo

Si bien la Inteligencia Artificial no es una tecnología nueva, su amplia difusión sí es una novedad. Y aunque la IA no constituye un medio de comunicación en sí misma, es una tecnología que se ha insertado en el actual ecosistema mediático¹. Los algoritmos están impactando en las dinámicas de consumo, interpretación, producción y en los hábitos informativos, así como en la configuración de discursos.

Desde la perspectiva de la ecología de los medios (McLuhan, 1964), se entiende que tanto los medios como las tecnologías funcionan como lenguajes que generan códigos comunicativos. Estos códigos desempeñan un papel fundamental en la percepción y en la orientación de las acciones humanas (Islas, 2015) y, en esa medida, en la formación de la opinión pública.

La relevancia de analizar las dinámicas que suceden en el ecosistema mediático no radica únicamente en que ahí ocurre la circulación y la generación de información, así como los actos

¹ Según la UNESCO (2024), la IA es “un sistema colectivo de software, hardware, algoritmos, redes, etc.”

comunicativos –de suyo fundamental–, sino también por la función que cumple como espacio para la difusión y producción colectiva del conocimiento. Así, extender el acceso y uso a los medios y las tecnologías, para que individuos y sociedades le saquen el mayor provecho posible, contribuiría a reducir la brecha digital (van Dijk, 2005).

Es ampliamente reconocido que la brecha digital exacerba las desigualdades preexistentes; profundiza y perpetúa la marginación; restringe el pleno ejercicio de los derechos políticos y cívicos; limita significativamente las oportunidades educativas. Esta brecha acentúa las divisiones sociales entre individuos, entre comunidades, incluso, entre países. Así pues, las barreras en el acceso, el uso y el desarrollo de capacidades para aprovechar las innovaciones tecnológicas, incluida la Inteligencia Artificial, se convierten en un factor crítico que amplifica las disparidades estructurales e imposibilita la equidad en las sociedades contemporáneas.

3. Competencias para un mundo algorítmico

El acceso y uso de las tecnologías y los medios debería ser una preocupación para los gobiernos y las sociedades en su conjunto. También les debería inquietar el desarrollo de competencias para que los individuos puedan interactuar y aprovechar eficazmente las tecnologías que constituyen el ecosistema mediático contemporáneo.

Con la creciente integración de la Inteligencia Artificial a dicho ecosistema, la AMI se vuelve esencial. Si bien la IA ofrece enormes beneficios, también puede acarrear consecuencias no deseadas. Un ejemplo claro es el efecto del “filtro burbuja”; es decir, las limitaciones que se tienen para acceder a la diversidad informativa y el refuerzo de sesgos preexistentes causado por la programación algorítmica y la automatización (Aranguren, 2019).

En un entorno donde la Inteligencia Artificial media gran parte del flujo de información, ¿cómo debe adaptarse la AMI? ¿Qué nuevas competencias son necesarias para que las personas interactúen eficazmente con tecnologías basadas en IA? Es imperativo una alfabetización digital crítica que no sólo analice la información, sino que también permita comprender el rol fundamental que juegan los algoritmos en su distribución. Una primera propuesta consiste en actualizar las definiciones y acciones que sustentan la Alfabetización Mediática e Informativa, para adecuarlas a los desafíos contemporáneos que plantea la IA.

Siguiendo la propuesta de Renee Hobbs (2010), las cinco competencias básicas necesarias en los procesos de alfabetización en el siglo XXI son: acceder, analizar, crear,

reflexionar y actuar. Enseguida, se presenta un esbozo sobre la posible actualización de las competencias mencionadas, dada la incursión de la IA:

a. Competencia: Acceder. Se refiere a las habilidades técnicas para obtener información y utilizar recursos con los que se puedan ampliar los conocimientos en cualquier ámbito, de forma efectiva, eficiente y ética.

- **Acceder en tiempos de IA.** Dado que la personalización excesiva puede llevar a la creación de "burbujas informativas" y sesgos en el contenido accesible, es fundamental fomentar el desarrollo de herramientas que permitan a los usuarios comprender cómo se selecciona y prioriza la información mediante algoritmos. La competencia de acceso debe incluir la capacidad de identificar la transparencia y "neutralidad" en los sistemas impulsados por Inteligencia Artificial.

b. Competencia: Analizar. Es la habilidad de evaluar y verificar los contenidos a los que se accede en cualquier medio de comunicación (análogo o digital). Desarrollar esta competencia permite valorar la credibilidad, veracidad y los sesgos de las fuentes de información; ser conscientes de que cualquier información, mensaje o discurso difundido está financiado de alguna forma y, por tanto, responde a intereses particulares.

- **Analizar en tiempos de IA.** Debido a que el uso de Inteligencia Artificial para analizar grandes volúmenes de datos puede introducir sesgos algorítmicos que no siempre son visibles para la persona usuaria, es urgente que el desarrollo de la capacidad analítica subraye las aptitudes para evaluar y verificar los resultados proporcionados por la IA. Ahora más que nunca, se debe cuestionar la imparcialidad de los algoritmos y considerar las formas en que los sesgos integrados en los sistemas pueden influir en la interpretación de los mensajes y los discursos. Así, el desarrollo de la capacidad de análisis es indispensable para identificar el funcionamiento técnico, pero también los intereses e ideologías detrás de cualquier contenido.

c. Competencia: Crear. Se trata del desarrollo de destrezas para generar información, crear productos comunicativos con un propósito definido, de forma creativa y ética. El propósito es desarrollar competencias para producir, compartir información y conocimiento de diversos tipos. Uno de los objetivos más importantes es generar confianza entre los ciudadanos ante la posibilidad de ejercer su derecho a expresarse con libertad.

- **Crear en tiempos de IA.** Es indispensable tener precaución ante la fabricación automatizada de mensajes, imágenes, discursos y contenidos en general utilizando medios basados en IA. En el desarrollo de la competencia “crear”, se debe advertir que existe el peligro de difundir, pero también de generar contenidos descontextualizados o manipulados de mala fe. Al contrario, la AMI buscaría incentivar capacidades creativas y positivas para usufructuar la Inteligencia Artificial, siempre explicitando la intención con la que se genera cualquier producto comunicativo. El énfasis debe estar en comprender que al crear contenidos se tiene una responsabilidad social y ética.

d. Competencia: Reflexionar. Con esta competencia se subraya la relevancia de contar con habilidades emocionales e intelectuales para pensar sobre su propia experiencia en el uso de los medios. Reconocer que la interacción con estos impacta en la autoestima, en las actitudes, comportamientos, relaciones y prácticas sociales. Con esta competencia se busca desarrollar el sentido de responsabilidad social, los principios éticos y el resguardo de los derechos propios y ajenos.

- **Reflexionar en tiempos de IA.** La manipulación de datos personales puede limitar la reflexión crítica, al influir en las decisiones de las personas usuarias de medios basados en Inteligencia Artificial. La competencia “reflexionar” en este contexto debe incluir una autoevaluación sobre cómo los sistemas de IA afectan la autonomía de las personas, influyen u orientan los patrones de consumo mediante el uso de análisis predictivos y de comportamiento. La Alfabetización Mediática e Informativa debe reforzar sus acciones en el fomento de capacidades que ayuden a advertir y resistir la manipulación

algorítmica, así como el mantener una postura crítica sobre las fuentes y contenidos consumidos.

e. Competencia: Actuar. Como parte de las competencias que sustentan la AMI, esta busca habilitar a las personas para participar y tomar decisiones de manera reflexiva y ética. Esta competencia potencia la agencia en las personas.

- **Actuar en tiempos de IA.** Para alcanzar un nivel avanzado de alfabetización mediática y digital es necesario incentivar en las personas la participación proactiva y ética en su entorno mediato e inmediato. El objetivo de esta competencia es garantizar que las personas usen la IA para amplificar su participación de manera crítica y social, en lugar de simplemente seguir las recomendaciones automáticas de los algoritmos. Esto implica un conocimiento profundo de cómo funcionan los sistemas de IA en plataformas digitales.

4. Reflexión final

La promoción de la Alfabetización Mediática e Informativa busca tener impacto en dos niveles: individual, al dotar a las personas de competencias que potencian sus habilidades críticas y analíticas; y social, al promover actitudes dirigidas a fortalecer las democracias. Esto se refleja en las iniciativas de la AMI para combatir la desinformación y las noticias falsas, erradicar estereotipos y discursos de odio, promover la comprensión científica, estimular el pensamiento crítico y el compromiso cívico.

En el contexto de la Inteligencia Artificial surge la imperiosa necesidad de adaptar y ampliar las competencias de la AMI. Es fundamental una alfabetización que no sólo impulse el uso eficiente de las tecnologías, sino que también desarrolle una vigilancia crítica constante sobre sus implementaciones y efectos en diversos ámbitos sociales. A pesar de los usos pobres, los malos usos o prácticas poco éticas que pueden surgir del manejo de la IA, estas no deben opacar las múltiples ventajas que ofrece. En cambio, se debe trabajar en el desarrollo de una epistemología del siglo XXI, que nos permita comprender y aplicar las tecnologías de manera responsable, ética, inclusiva y para el bien común.

5. Referencias bibliográficas

- Aranguren, J. (2019, 22 de julio). El filtro burbuja: ¿Decide la Red lo que leemos y pensamos? *Nueva Revista*. <https://www.nuevarevista.net/el-filtro-burbuja-decide-la-red-lo-que-leemos-y-pensamos/>
- Bacher, S. (2013). Educación mediática, educomunicación, educación y comunicación: Una aproximación a la escena actual. En D. Aranda & J. Sánchez Navarro (Dirs.), *Educación mediática y competencia digital: Ludoliteracy, creación colectiva y aprendizajes* (pp. 27-30). Editorial UOC.
- Castells, M. (1999). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Vol. I: La sociedad red*. Siglo XXI.
- Center for Media Literacy. (2003). Conjunto de herramientas para alfabetismo en medios: Un marco de referencia para aprender y enseñar en la era mediática. *Center for Media Literacy*. https://www.medialit.org/sites/default/files/03_MLKorient_spanish.pdf
- Hobbs, R. (2010). *Digital and Media Literacy: A Plan of Action. A White Paper on the Digital and Media Literacy Recommendations of the Knight Commission on the Information Needs of Communities in a Democracy*. The Aspen Institute.
- Islas, O. (2015). La ecología de los medios: metadisciplina compleja y sistémica. *Palabra Clave*, 18 (4), 1057-1083.
<https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/5764>
- Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., & Robison, A. J. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. MacArthur Foundation. <https://doi.org/10.7551/mitpress/8435.001.0001>
- McLuhan, M. (1964). *Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano*. Paidós.
- Oliveira Soares, I. D., (2009). Caminos de la educomunicación: utopías, confrontaciones, reconocimientos. *Nómadas (Col)*, (30), 194-207.
- Trejo Quintana, J., (2017). Apuntes sobre la incorporación del término alfabetización mediática y digital en América Latina. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (51), 227-241.
- UNESCO. (2011). Alfabetización mediática e informacional: Curriculum para profesores. *UNESCO*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216099>

- UNESCO. (2024). Inteligencia artificial, redes sociales y competencias *AMI*. Plataforma electrónica internacional de alfabetización mediática e informacional. *UNESCO*. https://www.unesco.org/mil4teachers/sites/default/files/medias/fichiers/2024/04/MIL_Curriculum_Module_11_SP.pdf?hub=68
- van Dijk, J. A. G. M. (2005). *The deepening Divide: Inequality in the information society*. Sage. <https://doi.org/10.4135/9781452229812>