
ARTÍCULO CIENTÍFICO

Estrategia de alfabetización mediática e informacional para la capacitación de investigadores villaclareños

Media and information literacy strategy for the training of Villa Clara researchers

Lic. Maritza Beatriz González Hevia

 <https://orcid.org/0000-0002-5586-7854>

Centro de Información y Gestión Tecnológica de Villa Clara, Cuba
heviam93@gmail.com

Lic. Claudia Rodríguez Cruz

 <https://orcid.org/0000-0003-2438-7708>

Centro de Información y Gestión Tecnológica de Villa Clara, Cuba
crcruzz31@gmail.com

Recibido: 10/03/2024

Aceptado: 07/06/2024

Resumen

El presente artículo parte de la necesidad de identificar las competencias de Alfabetización Mediática e Informacional en diferentes grupos de profesionales. Tiene como objetivo principal capacitar a los investigadores sobre cuestiones de comunicación científica. Se aplican una serie de preguntas de control para determinar las competencias de cada investigador y se arriban a conclusiones que permitan elevar las competencias del auditorio teniendo en cuenta sus particularidades. En los talleres realizados se pudo constatar que faltan habilidades y conocimientos sobre el trabajo con la web. Se identificó que los usuarios presentan problemas al buscar, acceder y recuperar información. Demostrando la necesidad de intencionar más capacitaciones de alfabetización mediática e informacional orientadas a fortalecer la preparación en este sentido. Se demostró la necesidad de capacitar a los usuarios desde edades tempranas, puesto que su desempeño laboral en el futuro y su vida activa en la red dependerá en gran medida del desarrollo de las habilidades y competencias en Alfabetización Mediática e Informacional.

Palabras clave: alfabetización mediática e informacional, capacitación, información digital, competencias informacionales, habilidades informacionales

Abstract

This article is based on the need to identify Media and Information Literacy competencies in different groups of professionals. Its main objective is to train researchers on scientific



communication issues. A series of control questions are applied to determine the competencies of each researcher and conclusions are reached that allow the audience's competencies to be raised, taking into account their particularities. In the workshops carried out, it was found that there is a lack of skills and knowledge about working with the web. It was identified that users have problems when searching, accessing and retrieving information. Demonstrating the need to provide more media and information literacy training aimed at strengthening preparation in this regard. The need to train users from an early age was demonstrated, since their future work performance and active life on the Internet will depend largely on the development of skills and competencies in Media and Information Literacy.

Keywords: media and information literacy, training, digital information, informational competencies, informational skills

Introducción

El desarrollo tecnológico de la información y la comunicación en la actualidad, demandan por parte de los usuarios el manejo crítico de la información en línea. En internet existen grandes volúmenes de información que incluyen fuentes fiables y no fiables. El poder discernir cuáles son las que proporcionan información verdadera depende de las competencias mediáticas de los usuarios y del consumo crítico de esta información. Esto implica saber encontrar la información adecuada, entender la manera cómo los medios de comunicación influyen en la cultura popular, en las opiniones de las masas y en las preferencias individuales (Braesel y Karg, 2018).

La Alfabetización Mediática e Informativa (AMI) es un "conjunto de competencias que permite a una persona acceder a los medios, analizar y reflexionar sobre su contenido, producir mensajes en estos formatos y tomar acciones sobre los mismos" (Braesel y Karg, 2018, p.11). Una vía para enfrentar los desafíos que proponen el desarrollo de las tecnologías en la actualidad es el conjunto de habilidades que permiten a los usuarios utilizar completamente los diversos tipos de medios de comunicación.

La Alfabetización mediática e informativa proporciona un conjunto de habilidades esenciales para hacer frente a los desafíos del siglo XXI, incluyendo la proliferación de la desinformación y la incitación al odio, la disminución de la confianza en los medios de comunicación y las innovaciones digitales, en particular la inteligencia artificial (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2024).

La AMI posibilita el mayor acceso a los medios de comunicación y la participación de las personas en la creación de contenidos para estos medios. Dando lugar a formas de acceso y control mediático. Desarrollando la sociedad con ciudadanos activos y no solo como consumidores (Figuroa, 2024).

La UNESCO es una de las organizaciones que apoya el desarrollo de la alfabetización mediática e informacional y las competencias digitales para todos, con el fin de capacitar a las personas para utilizar la información de forma crítica, navegar por el entorno en línea de forma segura y responsable y garantizar la confianza en nuestro ecosistema de información y en las tecnologías digitales.

La Comunidad Baratz plantea que la Información Mediática e Informacional permite desarrollar habilidades de pensamiento crítico, comprender cómo los mensajes de los medios de comunicación moldean la cultura y la sociedad. Identificar estrategias específicas de marketing, reconocer qué es lo que los medios de comunicación quieren que las personas creen y hagan, conocer las técnicas de persuasión utilizadas. Además de proponer cambios en el sistema de los medios de comunicación, reconocer los sesgos, la desinformación y las mentiras, descubrir las partes de la historia que no se cuentan, evaluar los mensajes de los medios de comunicación basados en las propias experiencias, habilidades, creencias y valores, crear y distribuir mensajes propios a través de los medios de comunicación (Comunidad Baratz, 2022).

Para garantizar una adecuada alfabetización mediática e informacional, tanto, países como instituciones han trazado estrategias y políticas. En el CIGET de Villa Clara se ha optado por impulsar a través de cursos de capacitación a diferentes profesionales para que incidan adecuadamente en la AMI de sus instituciones. Para ello se plantea como objetivo general de esta investigación: diseñar una estrategia de alfabetización mediática e informacional para la capacitación en comunicación científica de investigadores de la provincia Villa Clara.

Materiales y Métodos

En el estudio se empleó el análisis documental en el acercamiento a referentes teóricos-metodológicos tanto nacionales como internacionales en torno a la Alfabetización Mediática e Informacional. Se toma como referencia metodológica la Guía práctica para capacitadores. Alfabetización mediática e informacional de la DW Akademie (Braesel y Karg, 2018). Se seleccionó una muestra no probabilística por conveniencia (Hernández Sampieri et al., 2010) a partir de la disponibilidad de los participantes en el momento de la investigación.

Como parte de la estrategia se han realizado talleres de capacitación a investigadores interesados en los temas propuestos. Entre ellos se destacan dos grupos con características diferentes en cuanto a sus intereses profesionales; un grupo 1: académicos fundamentalmente y un grupo 2: profesionales del sector empresarial. Cada grupo contó con 30 participantes.

Ambos grupos presentan carencias en cuanto a las habilidades informacionales identificadas por la UNESCO como competencias AMI: Acceso, Evaluación y Creación. (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2013) Por ello

en los talleres se realizan preguntas de comprobación que tributan a estas competencias, con el objetivo de identificar las fortalezas y debilidades de los integrantes de cada grupo. En la tabla 1: Competencias AMI, se muestran los resultados positivos en cuanto a las respuestas de los participantes por cada competencia.

Tabla 1.

Competencias AMI

Competencias	Grupo 1	Grupo 2
Acceso	90 %	50 %
Evaluación	70 %	30 %
Creación	20 %	10 %

Fuente: elaboración propia

Con la información arrojada luego de las encuestas se caracterizan ambos grupos. El objetivo es potenciar en el taller los conocimientos que tributen a desarrollar en los estudiantes capacidades de acceso, análisis, creación de contenido, reflexión y manejo crítico de la información. Estos son pasos especificados en la guía práctica para capacitadores.

En cuanto al Acceso la Dra. C. Grizly Meneses Placeres nos dice que entender los medios de comunicación y su influencia en la sociedad y en los individuos es una habilidad que debe ser desarrollada por todos. Las competencias adquiridas en este campo permiten a la ciudadanía ser consciente de su cultura, sus valores y de la importancia de la información y la comunicación. Los sistemas mediáticos y las sociedades son complejos y multifacéticos. Por eso, las personas con conocimiento y destreza en medios deben evitar hacer juicios rápidos y simplistas (Meneses Placeres, 2024).

La Evaluación es demostrar la habilidad para examinar y comparar la información de distintas fuentes a fin de evaluar si es confiable, válida, exacta, tiene autoridad, es oportuna y si existen sesgos. Permite utilizar una gran variedad de criterios en cuanto a claridad, precisión, eficacia, etc. para evaluar los medios de información. Con ella se determina la probable veracidad de la información al cuestionar las fuentes de los datos, limitaciones en las herramientas o estrategias de recolección de información y la razonabilidad de las conclusiones. (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2016).

La Creación de contenidos es el poder analizar la información. Es el segundo paso en este proceso de formación. Una persona con capacidades analíticas puede interpretar y evaluar los mensajes expresados en imágenes, textos, videos, películas, videojuegos, internet y redes sociales. Los participantes deben ser formados con estrategias para comprender y evaluar los medios impresos (libros y periódicos), los medios visuales (videos y fotografías), los medios sonoros (radio y música) y los medios digitales (sitios web y redes sociales). Una persona con

habilidades analíticas sabe que la fuente, el objetivo y el punto de vista de los medios deben ser examinados en detalle para entender sobre qué supuestos se fundamentan los mensajes y cómo se construyen. Los participantes deben comprender lo importante que es tener en cuenta la calidad, la audiencia, la autenticidad, la credibilidad y los posibles efectos y consecuencias de un mensaje. Aprender a formular buenas preguntas es fundamental para el análisis de medios. Esta capacidad sirve para reflexionar sobre el contenido social, político, histórico, económico y cultural de los mensajes mediáticos (Izquierdo Cuéllar et al., 2020).

En la creación de contenidos se les solicita a los participantes crear sus propios mensajes de acuerdo con su capacidad de análisis y el acceso a ciertos medios de comunicación. Lo anterior es necesario para formar parte de un sistema mediático que incluye la producción y el uso de herramientas digitales; así como la expresión de ideas a través del trabajo colaborativo

La reflexión es el cuarto paso en este proceso de alfabetización y se construye sobre las habilidades de acceso, análisis y creación. Desarrollar esta competencia requiere de un pensamiento estructurado y del conocimiento y estudio de la experiencia diaria con los medios de comunicación. Es esencial pensar en el impacto que los mensajes mediáticos y la tecnología producen en el individuo y en la sociedad (Geizzle et al., 2023).

Resultados y Discusión

En los talleres se pudo constatar que faltan habilidades y conocimientos sobre el trabajo con la web. En un primer momento se analiza la competencia de Acceso, donde se identifica que los usuarios reconozcan la demanda, puedan buscar, acceder y recuperar información y contenidos multimedia.

Se pudo determinar que el 90 % de los participantes del grupo 1 y el 50% de los del grupo 2, reconocen la necesidad de contenidos informativos y mediáticos. Definen la necesidad de contenidos informativos y mediáticos. Reconocen la necesidad e importancia de los proveedores de proveedores. Pueden determinar y especificar las necesidades de información relacionando conceptos, disciplinas y temas fundamentales y relevantes para transformar una necesidad en una forma de actuación. Se dan cuenta de que los distintos tipos de necesidades/problemas de información requieren distintos problemas, diferentes fuentes de información (otras personas, grupos, organizaciones u objetos). Asumen que los distintos tipos de necesidades de información pueden no resolverse sin la ayuda de otros, como personas, grupos u organizaciones.

En cuanto a la competencia Evaluación se comprobó que el 70% y el 30% de los participantes de los grupos 1 y 2 respectivamente, comprenden, analizan y evalúan la información y los medios de comunicación. Comprenden el papel y las funciones de informar, enseñar, influir y entretener los proveedores de información y medios de comunicación en la

sociedad. Están familiarizado con los conceptos de ética y relacionados con la información y los medios de comunicación, así como las normas internacionales y profesionales. Reconocen el impacto, aunque sea causado por el contenido de la información y los medios de comunicación. E identifican y diferencian entre propietario y creador de contenidos de información y medios de comunicación.

Por último, se identificó que sólo el 20% de los participantes del grupo 1 y el 10% de los del grupo 2 saben crear, utilizar y supervisar contenidos informativos y mediáticos. Reconocen que la información y los medios de comunicación existentes pueden combinarse con el pensamiento original, experimentación y análisis, para producir nueva información y nuevos conocimientos. Pueden organizar la información recopilada y los contenidos de los medios de comunicación de forma que apoye los propósitos y el formato de la nueva información, nuevos contenidos o conocimientos mediáticos y resolver el problema. Son capaces de interiorizar, integrar, formular y presentar contenidos informativos y mediáticos utilizando herramientas y formatos en un nuevo contexto.

Las competencias de AMI se deben también al entorno donde se desenvuelven las personas, ya que se pudo constatar una marcada diferenciación de las mismas de acuerdo al tipo de grupo trabajado. Demostrando la necesidad de intencionar más capacitaciones de alfabetización mediática e informacional orientadas a fortalecer la preparación en este sentido.

Conclusiones

Los talleres de capacitación diseñados en función de fomentar las competencias AMI arrojaron experiencias valiosas para el posterior desarrollo de la estrategia. Los participantes a pesar de pertenecer a sectores donde las habilidades informacionales son fundamentales, demostraron poco manejo y uso de las mismas.

Por otro lado, nos encontramos con dos grupos de participantes con características diversas según su función laboral. Con edades de entre 40 y 60 años, lo que equivale a decir que son del grupo etario adulto (de 27 a 59 años) y persona mayor (60 en adelante). De esta manera podemos concluir que en estas edades es mayor la insuficiencia de habilidades informacionales.

De igual forma, para la realización de una correcta estrategia AMI se hace fundamental caracterizar a los participantes. Teniendo en cuenta edad, nivel escolar, sector social y laboral. En la caracterización de los grupos se pueden identificar las acciones más pertinentes para la efectividad de la capacitación AMI.

De igual modo, se pudo concluir que la forma más efectiva para la aprensión de los conocimientos fue la forma taller. La colaboración entre los participantes propició que

compartieran experiencias en cuanto a las necesidades informacionales en su trabajo diario. Esto garantizó que se sintieran en un ambiente de igualdad y desarrollo conjunto, además de que las acciones y tareas que se orientaron fueron resueltas desde varios puntos de vista.

Por último, se pudo afirmar que es necesario expandir los talleres de capacitación a otros sectores. Se observa la necesidad de capacitar a los usuarios desde la educación primaria, puesto que su desempeño laboral en el futuro y su educada vida activa en la red dependerá en gran medida del correcto desarrollo de las habilidades y competencias AMI desde edades tempranas.

Referencias Bibliográficas

- Braesel, S. y Karg, T. (2018). Alfabetización mediática e informacional: Una guía práctica para capacitadores. DW Akademie.
- Comunidad Baratz. (2022). Los 12 principales beneficios de la Alfabetización Mediática e Informacional sobre la ciudadanía. <https://www.comunidadbaratz.com/blog/los-12-principales-beneficios-de-la-alfabetizacion-mediatica-e-informacional-sobre-la-ciudadania/>
- Figueroa, P. L. (2024). Alfabetización digital, mediática e informacional: ¿el eslabón perdido? Newsletter Sobre Educación del Siglo XXI, Nos cambiaron las preguntas. <https://www.linkedin.com/pulse/alfabetización-digital-mediática-e-informacional-el-eslabón-figueroa-lpgif/>
- Geizzle, A., Wilson, C., Tuazon, R., Akyempong, K., Cheung C. K., Lau, J., Fischer, R., Gordon, D., Singh, J., Carr, P. R., Stewart, K., Tayie, S., Suraj, O., Jaakkola, M., Thésée, G. y Gulston, C. (2023). Ciudadanía alfabetizada en medios e información: Pensar críticamente, hacer clic sabiamente. Currículum de alfabetización mediática e informacional para educadores y estudiantes. UNESCO.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. del P. (5ed.). (2010). Metodología de la investigación. McGraw-Hill.
- Izquierdo Cuéllar, Y., Del Río López, Y. y Silva Alés, N. (2020). Programa de Alfabetización Mediática e Informacional para estudiantes de pregrado de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana. ALCANCE Revista Cubana de Información y Comunicación, 9(24), 200-219. <http://scielo.sld.cu/pdf/ralc/v9n24/2411-9970-ralc-9-24-200.pdf>
- Meneses Placeres, G. (2024). Curso: Alfabetización Mediática e Informacional (AMI). (Conferencia), Maestría en Gestión de la Comunicación.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).
(2016). Marco de Avaliação Global da Alfabetização Midiática e Informacional (AMI):
disposição e competências do país. – Brasília.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).
(2024). Alfabetización Mediática e Informacional. <https://www.unesco.org/es/media-information-literacy>