

Decálogo de la Alfabetización Mediática e Informacional

(AMI) de AMARC ALC

AMARC
América Latina y el Caribe

CON EL APOYO DE:

UNESCO unesco

Índice

Créditos	4
Presentación de autoridades AMARC ALC	5
Introducción	6
Objetivos	8
Decálogo de la Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) de AMARC ALC	9
Proceso de diálogo y aprobación	13
Conclusión	14
Glosario	15
Bibliografía	17
Anexos	18

AMARC
América Latina y el Caribe

Créditos

Dirección general: Oscar Antonio Pérez, Coordinador Regional de AMARC ALC

Redacción: Diego René Hernández Umanzor, consultor de AMARC ALC

Diseño gráfico: Nathalie Trabanino, consultora independiente

Colaborador: Iván D. Mercado Sarmiento - Vokaribe Radio 89.6 FM

Colaboradora: Anamaría Rodríguez, consultora

Organización responsable: AMARC ALC

San Salvador, El Salvador, Centroamérica
Octubre de 2025

Presentación de autoridades AMARC ALC

La Asociación Mundial de Radios Comunitarias, AMARC América Latina y Caribe, comparte este *Decálogo sobre Alfabetización Mediática e Informacional (AMI)*, como una brújula ética y política creada en especial para el sector comunitario de la comunicación.

El derecho a la comunicación se ejerce en las distintas plataformas y territorios. Por ello, se entrega esta herramienta que implica un compromiso ciudadano para verificar y sospechar sobre la información antes de amplificarla. Entre otras tareas, también se señalan la importancia de promulgar por narrativas inclusivas y pluralistas, proteger datos personales y robustecer la seguridad digital de equipos de trabajo y fuentes de información.

Este Decálogo actualiza nuestro compromiso en cuanto red de medios comunitarios. Es método y resultado: abrir micrófonos, producir contenidos en lenguas originarias, hacer periodismo comunitario y local, deliberar en consejos editoriales comunitarios y promover el fortalecimiento de los medios a través del desarrollo de procesos en red.

La desinformación, las falsas noticias, los discursos de odio, la manipulación de contenidos y la difamación, son, entre otros, pan de cada día en la disputa ruidosa del relato con el que se pretende atajar la conquista de derechos y el diálogo social que históricamente los movimientos sociales han propuesto.

Hoy más que nunca se necesitan canales de comunicación agenciados por organizaciones y procesos sociales, que dinamicen la participación ciudadana, y preserven la comunicación y la información como bienes públicos, en los cuales la diversidad de sus voces no sea socavada por el miedo, la mentira y el silenciamiento.

AMARC ALC entrega estos diez postulados a productores y públicos para profundizar en la defensa del derecho a la comunicación y la libertad de prensa. Este proceso requiere de un trabajo continuo, que respalde a quienes informan desde territorios complejos y en contextos de graves violaciones a los derechos humanos, donde también urge cerrar brechas.

Se insiste, asimismo, en la necesidad de defender el acceso equitativo al espectro electromagnético, enfrentar la concentración mediática, exigir reguladores independientes y garantizar una transición digital que no deje a nadie atrás.

Finalmente, la implementación de este Decálogo es una invitación a construir poder ciudadano desde los medios comunitarios y fortalecer así una esfera pública más plural, democrática e inclusiva en América Latina y el Caribe.

Mónica Valdés
Vicepresidenta de AMARC ALC

Introducción

En el marco del proyecto “Radios comunitarias de América Latina y el Caribe promueven y trabajan la Alfabetización Mediática e Informacional (AMI)”, impulsado por la Asociación Mundial de Radios Comunitarias para América Latina y el Caribe (AMARC ALC) y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), se identificó la necesidad de contar con un Decálogo de la Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) que oriente el quehacer de los medios comunitarios asociados en AMARC ALC.

Este Decálogo de la AMI surge como respuesta a la actual coyuntura caracterizada por la desinformación, las persistentes desigualdades comunicacionales en la región de América Latina y el Caribe y la necesidad de actualización permanente ante el avance tecnológico exponencial. Frente a estos desafíos, se vuelve imprescindible contar con herramientas pedagógicas claras, útiles y contextualizadas que fortalezcan la alfabetización mediática e informacional (AMI) desde una perspectiva política, crítica y transformadora.

AMARC ALC reconoce que los medios comunitarios desempeñan un papel fundamental en la construcción de ciudadanía, la defensa de los derechos humanos y la promoción de la diversidad y el pluralismo. Por ello, este Decálogo reconoce los principios rectores que hacen parte del origen y sentido de los medios comunitarios los cuales, son al mismo tiempo, compartidos y reflejados en la propuesta de Alfabetización Mediática e Informacional – AMI, para contribuir a la democratización de las comunicaciones y la libertad de expresión en la región.

Para ello, el Decálogo de la AMI toma como base dos documentos fundamentales: el primero es el currículum de AMI para educadores y estudiantes de la UNESCO “Ciudadanos con Alfabetización Mediática e Informacional: Piensa críticamente, haz clic con inteligencia”, dentro del cual se encuentran las Cinco Leyes sobre Alfabetización Mediática e Informacional (ver Anexo 1), inspiradas en las Cinco Leyes de la Ciencia de la Biblioteca de S. R. Ranganathan, según el documento de la UNESCO (P. 13, 2023), que sirven como una guía para todas las personas interesadas en aplicar la AMI en cualquier función (UNESCO, p.13, 2023) .

El segundo documento se denomina “Principios para garantizar la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión y los servicios de comunicación audiovisual” (ver Anexo 2), publicado por AMARC ALC en 2010, el cual constituye una referencia central para los medios comunitarios de América Latina y el Caribe. En él se establecen cuarenta principios orientados a promover la diversidad, el pluralismo, la equidad en el acceso al espectro radioeléctrico y la protección del derecho a la comunicación como pilares fundamentales para la democracia y la ciudadanía.

Muchos principios de la AMI ya están en el ADN de los medios comunitarios, como la participación, pluralismo y pertinencia cultural. Este Decálogo los reconoce y sistematiza, y a la vez propone innovar prácticas, como la verificación, seguridad digital, alfabetización, para complementar lo construido y fortalecer el impacto.

La realidad de AMARC ALC hoy convoca un ecosistema diverso donde no solo hay radios, sino también medios comunitarios digitales, prácticas radiofónicas de organizaciones sociales y grupos de comunicación productores de contenidos. Por eso, el Decálogo adopta un lenguaje multiplataforma y criterios válidos para programación al aire, podcasts, redes y sitios web.





Objetivos

1. Establecer un marco de principios políticos y éticos que guíe el trabajo de AMARC ALC y el de sus medios comunitarios asociados en la promoción, defensa y ejercicio de la Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) para contribuir a la democratización de la comunicación, la libertad de expresión y la participación ciudadana en la región.

2. Fortalecer las capacidades institucionales y político-comunicacionales de los medios comunitarios asociados a AMARC ALC mediante la adopción progresiva de estos principios, integrándolos en sus prácticas, discursos, programaciones y estrategias comunicacionales para hacer frente a los desafíos de la desinformación, las desigualdades comunicativas en la región y la necesidad de actualización permanente ante el avance tecnológico exponencial.

3. Convertir el Decálogo de la AMI en una herramienta de referencia y de incidencia hacia otros actores del ecosistema mediático, social y político, para posicionar a AMARC ALC como un referente regional en la defensa de la diversidad, el pluralismo y los derechos ciudadanos en el ámbito de la comunicación y la información.

Decálogo de la Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) de AMARC ALC

Los 10 principios de este Decálogo se presentan con tres elementos: una descripción que sintetiza su propósito y alcance; una orientación de aplicación en el medio comunitario con acciones concretas; y un respaldo técnico que indica qué Leyes de la AMI de la UNESCO y qué principios de AMARC ALC sustentan cada punto.

1. La comunicación es un derecho, no un privilegio

La AMI se funda en el derecho a buscar, recibir y difundir información en igualdad de condiciones. Ninguna forma de comunicación prevalece sobre otra: todas son esenciales para la ciudadanía y el desarrollo sostenible. Defender este derecho implica exigir marcos legales que reconozcan y protejan a los medios comunitarios. Defendemos el reconocimiento igualitario de los sectores público, comercial y social/comunitario, con reserva equitativa de frecuencias y acceso a todas las plataformas.

En los medios comunitarios: elabora un posicionamiento público sobre libertad de expresión y acceso equitativo al espectro; actualízalo cada año, publícalo en el sitio web y/o haz cuñas para promocionarlo. Aprovecha este esfuerzo para organizarte junto con otros medios comunitarios para eventualmente formar un colectivo que tenga incidencia política y se pueda exigir mejores marcos normativos.

Respaldo: UNESCO - Ley 1; Ley 4. AMARC ALC - Principios 1, 2, 5, 11, 12, 15.

2. Todas las personas tienen derecho a producir y difundir mensajes

Cada persona tiene el derecho y la capacidad de producir y circular mensajes. Los medios comunitarios abren sus micrófonos y reconocen en su origen e historia, la incorporación de voces que han sido históricamente excluidas y las que surgen como nuevos excluidos del panorama comunicacional de nuestras sociedades. AMARC ALC continuará desde la diversidad de sus medios y productos comunicativos, garantizando la diversidad y la inclusión de personas y organizaciones en la agenda pública.

En los medios comunitarios: agenda franjas participativas y desarrolla Producciones mediáticas construidas con y por grupos que representan las diversidades y sus agendas de derechos (mujeres, juventudes, pueblos originarios, entre otros).

Respaldo: UNESCO - Ley 2. AMARC ALC - Principios 16, 17, 18.

3. Toda información debe ser verificada

La AMI promueve el pensamiento crítico: evaluar la credibilidad, detectar sesgos (incluso propios) y desmontar los discursos de odio o la desinformación. En los medios comunitarios, se promueve la verificación colaborativa y el análisis abierto de contenidos.
En los medios comunitarios: usa una lista de chequeo por contenido (fuentes, contexto, evidencia) y comenta al aire lo que está en verificación. Considera crear una sección de verificación de información dentro de tu programación, sitio web o redes sociales.

Respaldo: UNESCO - Ley 3; Ley 5. AMARC ALC - Principios 3, 4.

4. El acceso a la información es un derecho que debe garantizarse de manera permanente y oportuna

El acceso libre y oportuno a la información no debe verse comprometido por intereses políticos, económicos o tecnológicos. También es necesario traducir y adaptar formatos a las realidades de cada comunidad o región de tu cobertura.
En los medios comunitarios: publica resúmenes informativos en lenguas locales y en formatos sonoros, visuales y texto dirigido a públicos diversos. Considera crear un canal o espacio de preguntas ciudadanas dentro de tu programación, sitio web o redes sociales.

Respaldo: UNESCO - Ley 4. AMARC ALC - Principios 11, 12, 13, 14.

5. La Alfabetización Mediática e Informacional se aprende con práctica, reflexión y diálogo

Los medios comunitarios deben tener espacios de capacitación continua que integre conocimientos, habilidades, actitudes y aptitudes críticas para producir, distribuir y analizar contenidos. Esta práctica se reflejará en la programación del medio comunitario.
En los medios comunitarios: implementa un plan anual de formación y círculos de aprendizaje; documenta y comparte estas experiencias y materiales hechos.

Respaldo: UNESCO - Ley 5. AMARC ALC - Principios 15, 16, 17.

6. La diversidad y el pluralismo sostienen la democracia

La AMI garantiza la representación de todas las voces, culturas, géneros e identidades y combate la concentración mediática. Se requiere crear y promover políticas públicas y marcos jurídicos que aseguren el acceso equitativo al espectro y reglas de fomento de sostenibilidad integral.

En los medios comunitarios: adopta una política de pluralismo (cuotas de contenido local, lenguas originarias, temas invisibilizados) y monitorea su cumplimiento. Considera implementar este principio en tu proyecto político-comunicacional, no solamente como política.

Respaldo: UNESCO - Ley 1. AMARC ALC - Principios 3, 4, 6, 9.

7. La ética es el corazón de la comunicación

La práctica de la AMI exige responsabilidad y transparencia: respetar la dignidad, proteger la privacidad, evitar la manipulación y actuar con honestidad editorial. La coherencia se prueba con correcciones visibles.
En los medios comunitarios: construye y publica un manual de estilo del medio comunitario y mantén un registro de correcciones y aclaraciones. En caso necesario, aclara conflictos de interés y fe de erratas al aire.

Respaldo: UNESCO - Ley 3; Ley 5. AMARC ALC - Principios 20, 23, 28.

8. Comprender el mundo digital para promover los derechos humanos y contribuir a la democracia

No basta con estar en plataformas digitales, hay que entender cómo funcionan los algoritmos y los modelos de negocio de las redes sociales para distribuir información con criterios de interés público, reducir el posible daño y evitar el *clickbait* o utilización de titulares sensacionalistas y/o engañosos para atraer atención y clics a un enlace.
En los medios comunitarios: define una política de moderación de contenidos. Monitorea el bienestar digital del equipo de trabajo y capacítalo en alfabetización algorítmica e inteligencia artificial.

Respaldo: UNESCO - Ley 3; Ley 5. AMARC ALC - Principios 39, 40.

9. Participar es construir poder ciudadano

La AMI es ejercicio político. La participación activa de la comunidad en la producción y circulación de contenidos fortalece el tejido social y promueve la incidencia en las decisiones del medio de comunicación. El medio comunitario es un espacio de encuentro y organización.
En los medios comunitarios: delimita claramente tu línea editorial, instala un Consejo Editorial Comunitario, realiza cabildos radiofónicos o editoriales y publica qué cambios se hicieron por sugerencia ciudadana.

Respaldo: UNESCO - Ley 2; Ley 4. AMARC ALC - Principios 16, 17.

10. Impulsar la AMI como herramienta de cambio social, garantizando los derechos digitales, la seguridad y sostenibilidad de los medios comunitarios

Aplicada con perspectiva transformadora, la AMI ayuda a narrar la realidad, visibilizar las luchas y avances en el acceso a los derechos y proponer alternativas. Esto exige privacidad y seguridad digital, y una transición tecnológica que amplíe el pluralismo sin perder audiencias.
En los medios comunitarios: adopta un protocolo de seguridad digital (cifrado, 2FA, utilización de gestores de contraseñas e implementación de buenas prácticas) y un plan de transición analógico-digital con metas e indicadores.

Respaldo: UNESCO - Ley 1; Ley 5. AMARC ALC - Principios 20, 38, 39, 40.

AMARC
América Latina y el Caribe

Proceso de diálogo y aprobación

La revisión del Decálogo fue un proceso de participación y validación que asegura su pertinencia para toda la red. El documento fue revisado por la Oficina de la Coordinación Regional de AMARC ALC, lo que permitió afinar el enfoque político-comunicacional y la coherencia con la misión de la asociación. Esta primera lectura sienta las bases para abrir el texto a más miradas y garantizar la legitimidad del Decálogo.

Luego, fue revisado por el formador de formadores del proceso de formación en AMI de AMARC ALC, y por las mismas personas formadoras del proceso. Esto ayudó a que el Decálogo fuera trabajado por criterios de toda América Latina, pues las personas formadoras las conforman expertas y expertos de México, El Salvador, Chile, Argentina, Colombia y Uruguay.

En octubre, en Colombia, AMARC ALC y sus medios comunitarios asociados realizaron una validación colectiva del Decálogo como herramienta ética y metodológica para el trabajo cotidiano frente al entorno mediático actual. La revisión se organizó con criterios explícitos de relevancia e importancia, aplicabilidad y apropiación, con el objetivo de asegurar que cada principio pueda implementarse en contextos diversos y con pertinencia territorial.

La evaluación concluyó con la aprobación del Decálogo por parte de las y los representantes nacionales de AMARC ALC, reconociéndolo como una reafirmación del compromiso de la red con los siguientes fines: elevar la calidad informativa, fortalecer la participación ciudadana en la producción de contenidos y cuidar a las audiencias (verificación, correcciones visibles, prevención de conflictos de interés, entre otros).

Se recomendó integrarlo en los instrumentos de gestión (proyecto político-comunicacional, libro de estilo, código de ética y estatutos) y avanzar en mediaciones pedagógicas y adaptaciones según la identidad de cada país (por ejemplo, el uso de “idiomas” en lugar de “lenguas” en Guatemala).

En suma, el Decálogo consolida el carácter político y cultural de los medios comunitarios y su vínculo con la gente.

Conclusión

La adopción de este Decálogo es, ante todo, un compromiso colectivo: traduce el derecho a la comunicación en principios accionables que los medios comunitarios pueden incorporar a su vida institucional. El documento articula las Cinco Leyes de la AMI con los 40 principios de diversidad y pluralismo de AMARC ALC para ofrecer una hoja de ruta que fortalece la calidad informativa, la participación ciudadana y la incidencia pública en la región; lo cual lo hace un documento único en el mundo.

Su implementación demanda formación continua, protocolos claros de verificación, privacidad y seguridad digital, moderación responsable y rendición de cuentas (correcciones y transparencia), y otras actividades que promueven el fortalecimiento de los medios comunitarios y el respeto a sus audiencias.

Invitamos a cada medio comunitario a adaptar estos principios a su territorio y compartir aprendizajes en red. Con revisiones periódicas y participación activa, el Decálogo se mantendrá como una herramienta viva, capaz de responder a cambios tecnológicos y contextuales sin perder su norte: ampliar la diversidad y el pluralismo del contexto mediático para construir una región más democrática, inclusiva y sostenible.



Glosario

AMI (Alfabetización Mediática e Informacional) - Conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes para acceder, evaluar, producir y distribuir información de forma crítica, ética e inclusiva.

Acceso equitativo al espectro radioeléctrico - Principio según el cual el espectro radioeléctrico se asigna con igualdad de condiciones a sectores público, comercial y social/comunitario, evitando exclusiones.

Accesibilidad - Diseño de contenidos y servicios comprensibles y utilizables por todas las personas (formatos alternativos, lenguas locales, subtitulado, lectura fácil).

Algoritmo - Conjunto de reglas que ordenan y recomiendan contenidos en plataformas; influyen en la visibilidad y el alcance de mensajes.

Alfabetización algorítmica - Capacidades para entender, auditar y explicar cómo impactan los algoritmos en lo que se ve, se comparte y se cree.

Cabildo radiofónico - Espacio periódico de deliberación pública al aire donde la audiencia plantea, debate y prioriza temas con la emisora.

Clickbait - Titulares o formatos sensacionalistas/engañosos orientados a generar clics más que valor informativo.

Concentración mediática - Mecanismos visibles y trazables para rectificar errores publicados y rendir cuentas a la audiencia.

AMARC América Latina y el Caribe

Correcciones y fe de errata - Mecanismos visibles y trazables para rectificar errores publicados y rendir cuentas a la audiencia.

Dato personal - Información que identifica o puede identificar a una persona (nombre, voz, rostro, geolocalización, etc.).

Debido proceso - Garantías de imparcialidad, transparencia y defensa en procedimientos de licenciamiento o sanción.

Desinformación - Contenido falso o engañoso, difundido con intención de manipular u obtener ventaja.

Discurso de odio - Expresiones que atacan o incitan a la discriminación o violencia contra personas o grupos protegidos.

Diversidad- Presencia de múltiples identidades, culturas, lenguas y miradas en la producción y circulación de contenidos.

Espectro radioeléctrico - Recurso público y finito por donde viajan las señales; su gestión debe priorizar el interés general.

Interés público - Criterio que prioriza derechos, bienestar y necesidades colectivas por encima de intereses particulares o comerciales.

Libertad de expresión - Derecho a buscar, recibir y difundir información e ideas sin censura previa y con responsabilidades ulteriores.

Libro de estilo - Documento que fija criterios editoriales y éticos (lenguaje, fuentes, tratamiento de temas sensibles, correcciones).

Línea editorial - Orientación política del medio (principios, prioridades y límites) que guía decisiones informativas.

Lista de chequeo (checklist) - Herramienta de control previo: fuentes, evidencia, contexto, derechos involucrados, riesgos y correcciones.

Minimización de datos - Regla de recoger solo los datos personales necesarios, por el tiempo mínimo y con finalidad clara.

Pluralismo mediático - Coexistencia efectiva de medios de comunicación con múltiples propietarios, formatos y perspectivas accesibles para la ciudadanía.

AMARC América Latina y el Caribe

Privacidad y protección de datos - Derechos que resguardan la intimidad y el control sobre información personal frente a usos indebidos.

Reserva equitativa de frecuencias - Porción del espectro asignada explícitamente a medios comunitarios y otros, para garantizar pluralismo.

Rendición de cuentas - Prácticas de transparencia y explicación de decisiones (fuentes, financiamiento, correcciones, conflictos de interés).

Regulador independiente - Autoridad de comunicación autónoma, idónea y transparente que aplica la ley con participación social.

Seguridad digital - Medidas técnicas y organizativas para proteger información, equipos y personas (cifrado, copias, protocolos).

Transición analógico–digital - Proceso de migración tecnológica desde un aspecto analógico a uno digital que debe ampliar el pluralismo y no excluir a medios comunitarios.

2FA (Autenticación de dos factores) - Segundo paso de verificación (código/app/llave) además de la contraseña para reforzar accesos.

Cifrado - Conversión de datos a un formato ilegible para terceros no autorizados, recuperable con clave.

Gestor de contraseñas - Software que crea y almacena contraseñas fuertes y únicas de forma segura.

Consentimiento informado - Aceptación libre y explícita de una persona sobre el uso de su información o su imagen.

Bibliografía

- AMARC ALC (2010). Principios para garantizar la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión y los servicios de comunicación audiovisual. Argentina. P. 11 - 109. **https://amarcalc.org/wcontent/uploads/2023/01/40_Principios_diversidad_pluralismo_libro-AMARC-ALC.pdf**
- UNESCO (2023). Ciudadanía alfabetizada en medios e información: pensar críticamente, hacer clic sabiamente. Francia. P. 13. **https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000385119**

AMARC América Latina y el Caribe

Anexos

Anexo 1 – Cinco Leyes de la AMI de la UNESCO

1. La información, la comunicación, las bibliotecas, los medios de comunicación, la tecnología, e internet, así como otras formas de transmitir y comunicarse son usadas como formas de comunicación para el compromiso de la sociedad civil y el desarrollo sostenible. Son iguales en importancia y ninguna debe resaltar más que otra.

2. Cada ciudadano es creador de contenido y trasmisor de mensajes. Todos deben ser alentados a comunicarse, trasmitir sus mensajes y expresarse. Los Mil son un nexo con los derechos humanos, y están dirigidos tanto a hombres como a mujeres.

3. Las informaciones, conocimientos y mensajes, no siempre son neutrales o proceden de fuentes independientes y fiables. Cualquier conceptualización, uso o aplicación de los MIL debe hacerse de una manera fiable y comprensible para todos los ciudadanos.

4. Cada ciudadano quiere saber y comprender las nuevas informaciones, conocimientos y mensajes, así como poder comunicarse, incluso si no es consciente de ello o admite hacerlo. Sus derechos nunca deben verse comprometidos.

5. La alfabetización mediática e informacional no se adquiere de golpe. Es un proceso vivo y una experiencia dinámica, mucho más completa aún cuando incluye conocimientos, habilidades, y aptitudes, así como el acceso, la cobertura, evaluación, asignación, uso, producción, y comunicación del contenido de los medios de comunicación.

Anexo 2 - Principios para garantizar la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión y los servicios de comunicación audiovisual de AMARC ALC

01 | Sobre la libertad de expresión

Toda persona tiene derecho a investigar, buscar, recibir y difundir informaciones, opiniones e ideas, sin censura previa, a través de la radio, la televisión y otros servicios de comunicación audiovisual, además de cualquier otro procedimiento a su elección, en el marco del respeto al Estado de derecho democrático y los derechos humanos. Este derecho comprende el de fundar medios de comunicación masivos.

02 | Sobre la radiodifusión como una forma de expresión

La radiodifusión y los demás servicios de comunicación audiovisual deben ser entendidos como una de las formas o vías de ejercicio del derecho de libertad de expresión. Ello incluye informaciones e ideas de toda índole, incluidas las demostraciones culturales, ya sea oralmente o en forma impresa o artística, sin consideración de fronteras.

03 | Sobre la promoción de la diversidad y el pluralismo

La promoción de la diversidad y el pluralismo debe ser el objetivo primordial de la reglamentación de la radiodifusión y demás servicios de comunicación audiovisual. Esto implica igualdad de género e igualdad de oportunidades para el acceso y participación de todos los sectores de la sociedad en la titularidad y gestión de los servicios de radiodifusión y de comunicación audiovisual, sin que se adopten restricciones directas o indirectas al ejercicio del derecho a la libertad de expresión.

04 | Sobre las medidas para promover la diversidad

Son necesarias medidas efectivas para promover la diversidad de contenidos y perspectivas, el acceso a los medios de radiodifusión y el reconocimiento de diversidad de formas jurídicas de propiedad, finalidad y formas de funcionamiento, incluyendo medidas para prevenir la concentración de medios.

05 | Sobre el reconocimiento de los tres sectores que actúan en la comunicación audiovisual

Los marcos regulatorios deben explicitar el reconocimiento de tres diferentes sectores o modalidades de radiodifusión y servicios de comunicación audiovisual: público, comercial y social/sin fines de lucro, el cual incluye los medios propiamente comunitarios. Todos ellos deben ser capaces de operar en, y tener acceso equitativo a, todas las plataformas de transmisión disponibles. Las medidas específicas para promover la diversidad pueden incluir reservas adecuadas de frecuencias para diferentes tipos de medios, contar con must-carry rules (sobre el deber de transmisión), requerir que tanto las tecnologías de distribución como las de recepción sean complementarias y/o interoperables.

06 | Sobre las políticas públicas que garanticen la diversidad y pluralidad de los contenidos

En cumplimiento de convenios internacionales y según estándares existentes, los Estados están facultados y obligados para establecer políticas públicas que de modo genérico y como condición de obtención de concesiones, establezcan el cumplimiento de cuotas que garanticen la difusión de contenidos sonoros y audiovisuales de producción local, regional y nacional y diversidad de contenidos y pluralidad entre los tipos de medios de comunicación.

07 | Sobre los espacios publicitarios

Los Estados tienen la facultad y el deber -en función de la protección a los derechos del público- de establecer topes a la cantidad de espacios publicitarios respecto de la totalidad de la programación en forma genérica y sin discriminación basada en la naturaleza jurídica del titular de los medios.

08 | Sobre las garantías para la libertad de opinión

Se debe impedir y castigar por ley toda forma de presión, ventaja o castigo a los comunicadores, empresas o instituciones prestadoras en función de sus opiniones, línea informativa o editorial, en el marco del respeto al Estado de derecho democrático y los derechos humanos.

09 | Sobre la regulación de prevención de monopolios

Los Estados deben adoptar políticas y medidas efectivas para evitar la concentración de la propiedad de los medios de comunicación. La propiedad y control de los servicios de radiodifusión y de comunicación audiovisual deben estar sujetos a normas antimonopólicas, mediante el cumplimiento de estrictos requisitos de transparencia sobre la propiedad de los medios de comunicación a todos los niveles por cuanto los monopolios y oligopolios conspiran contra la democracia al restringir la pluralidad y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho a la cultura y a la información de todas las personas.

10 | Sobre las limitaciones a la cantidad de licencias y a las posiciones dominantes

Los Estados deben fijar normas contra la concentración basadas tanto en la cantidad de servicios de comunicación audiovisual que pueda acumularse por titularidad directa, control u otros modos de injerencia en la voluntad social, como por la incidencia en los mercados en los que actuara o influyera.

11 | Sobre las frecuencias radioeléctricas y su naturaleza

Las frecuencias radioeléctricas deben ser consagradas legalmente como patrimonio común de la humanidad, y la potestad para su administración como parte esencial de las facultades y obligaciones del Estado.

12 | Sobre la reserva de frecuencias

Los planes de gestión del espectro deben incluir una reserva equitativa en todas las bandas de radiodifusión, respecto a los otros sectores o modalidades de radiodifusión, para el acceso de medios comunitarios y otros no comerciales como forma de garantizar su existencia. Este principio deberá ser aplicado a las nuevas asignaciones de espectro para emisoras digitales.

Los criterios de administración -sea por la existencia previa de un plan de frecuencias o por otros mecanismos de asignación geográfica de las localizaciones- deben asegurar que las frecuencias se asignen en función del interés general y en forma equitativa entre los distintos tipos de prestadores de medios de radiodifusión (pública, comercial y comunitaria), los dos tipos de emisoras (radio y televisión) y las emisoras de distinto alcance geográfico (nacional, regional y local).

13 | Sobre la prevención de la discriminación a causa de la naturaleza jurídica del prestador

Los Estados deben adoptar medidas por las cuales se prevenga, prohíba y repare suficientemente todo tipo de discriminación o cercenamiento a causa de la naturaleza jurídica de la organización propietaria, en cuanto a potencia, cantidad de frecuencias disponibles o limitaciones a los contenidos. Esto implica que no deben haber límites arbitrarios y preestablecidos referidos a: áreas geográficas de servicio, cobertura, potencia o número de estaciones en una localidad particular, región o país, excepto restricciones razonables debido a una limitada disponibilidad de frecuencias o la necesidad de impedir la concentración en la propiedad de medios.

14 | Sobre el registro de las concesiones

En la administración del espectro radioeléctrico los Estados deben mantener un registro transparente, público, permanente y abierto de concesiones. El registro deberá contener los datos que identifiquen fehacientemente a los titulares de cada concesión, y los integrantes de sus órganos de administración además de las condiciones bajo las cuales fue asignada la frecuencia.

15 | Sobre el reconocimiento y promoción de los medios comunitarios

El reconocimiento y diferenciación de los medios comunitarios en la legislación nacional de radiodifusión debe tener como objetivo garantizar el derecho a la información, a la comunicación y a la libertad de expresión, asegurar la diversidad y pluralidad de medios y promover este sector. Este reconocimiento necesita acompañarse con procedimientos, condiciones y políticas públicas de respeto, protección y promoción para garantizar su existencia y desarrollo.

16 | Sobre la definición de los medios comunitarios

Las radios y televisoras comunitarias son actores privados que tienen una finalidad social y se caracterizan por ser gestionadas por organizaciones sociales de diverso tipo sin fines de lucro. Su característica fundamental es la participación de la comunidad tanto en la propiedad del medio como en la programación, administración, operación, financiamiento y evaluación. Se trata de medios independientes y no gubernamentales, que no realizan proselitismo religioso, ni son de propiedad o están controlados o vinculados a partidos políticos o empresas comerciales.

17 | Sobre las características y finalidades de los medios comunitarios

Los medios comunitarios deben su razón de ser a satisfacer las necesidades de comunicación y habilitar el ejercicio del derecho a la información y libertad de expresión de los integrantes de sus comunidades, sean éstas territoriales, etnolingüísticas o de intereses. Sus finalidades se relacionan directamente con las de la comunidad a la cual sirven y representan. Entre otras, serán la promoción del desarrollo social, de los derechos humanos, de la diversidad cultural y lingüística, de la pluralidad de informaciones y opiniones, de los valores democráticos, de la satisfacción de las necesidades de comunicación social, de la convivencia pacífica y del fortalecimiento de las identidades culturales y sociales. Son medios pluralistas y por tanto deben permitir y promover el acceso, diálogo y participación de la diversidad de movimientos sociales, razas, etnias, géneros, orientaciones sexuales y religiosas, edades o de cualquier otro tipo, en sus emisoras.

18 | Sobre el derecho de las comunidades a fundar medios

Todas las comunidades organizadas y entidades sin fines de lucro tienen derecho a fundar emisoras de radio y TV, así como a utilizar cualquier tecnología de radiodifusión disponible, incluyendo cable y otros vínculos físicos, señales satelitales o por cualquiera de las bandas de radio y TV y otros sistemas que utilicen el espectro radioeléctrico, tanto analógicos como digitales.

19 | Sobre la cobertura y alcance de los medios comunitarios

Las características técnicas de una emisora comunitaria, en el marco de la disponibilidad y planes de gestión del espectro, dependen únicamente de las necesidades de la comunidad que sirve y de su propuesta comunicacional. En ningún caso se entenderá que una radio o TV comunitaria implica necesariamente un servicio de cobertura geográfica restringida.

20 | Sobre el financiamiento de los medios comunitarios

Los medios comunitarios tienen derecho a asegurar su sustentabilidad económica, independencia y desarrollo a través de recursos obtenidos mediante donaciones, auspicios, patrocinios, publicidad comercial y oficial y otros legítimos. Todo ellos deberán ser reinvertidos íntegramente en el funcionamiento de la emisora para el cumplimiento de sus objetivos y fines. Cualquier límite en el tiempo o cantidad de publicidad debe ser razonable y no discriminatorio. Los medios deben rendir cuentas de forma periódica a la comunidad a la que representan haciendo transparente y público el manejo de sus recursos

21 | Sobre la función y el financiamiento de los medios públicos

Los medios estatales deben ser públicos y no gubernamentales, y para ello deben incluir diversas formas de participación de los sectores de la sociedad en su gestión y sus autoridades aprobadas con mayorías parlamentarias. Se deben explorar mecanismos innovadores para el financiamiento de los medios públicos, de forma tal que éste sea suficiente para permitirles cumplir con su mandato de servicio público, que sea garantizado por adelantado para periodos de varios años y que sea ajustado de acuerdo a la inflación.

22 | Sobre la promoción de la diversidad en los medios públicos

El mandato de los medios públicos debe estar claramente establecido por ley y debe incluir, entre otros aspectos, el contribuir a la diversidad proveyendo una amplia variedad de programación informativa, educativa, cultural, de ficción y de entretenimiento, así como dar voz y satisfacer las necesidades de información e intereses de todos los sectores de la sociedad, garantizando la participación ciudadana.

23 | Sobre los organismos de aplicación

El otorgamiento de concesiones y las asignaciones de uso de frecuencias, cuando correspondan, para los servicios de radiodifusión y de comunicación audiovisual, así como las tareas de aplicación, regulación y fiscalización deben ser desarrolladas por organismos estatales autárquicos e independientes del gobierno en el ejercicio de su mandato y protegidos de la interferencia de grupos económicos o empresariales. Se debe garantizar una efectiva participación de la sociedad civil en estos procesos.

24 | Sobre la conformación de la autoridad reguladora

Los Estados deben sancionar normas que prevean las condiciones de idoneidad de los integrantes de la autoridad reguladora y de aplicación, así como de su independencia funcional de parte de los sectores regulados con cierta anterioridad a su incorporación y de un lapso posterior a su egreso.

25 | Sobre las sanciones

Para brindar certezas jurídicas, cualquier sanción o medida adoptada por la autoridad reguladora y de aplicación debe estar fundada en ley formal y cumplir los requisitos de publicidad y justicia del debido proceso legal, perseguir un fin legítimo y ser estrictamente proporcional a la gravedad de la falta acreditada y a los antecedentes del involucrado.

26 | Sobre las responsabilidades ulteriores

Los Estados sólo deben incorporar en sus marcos regulatorios responsabilidades ulteriores que estén vinculadas al ejercicio de la actividad de la comunicación audiovisual, que cumplan con los requisitos y las doctrinas del derecho internacional de los derechos humanos. Las responsabilidades civiles y penales deben estar previstas en la legislación general y sus previsiones no pueden estar sólo orientadas a la actividad de la comunicación audiovisual. No deberían ser admisibles las sanciones privativas de libertad por la instalación de emisoras sin autorización.

27 | Sobre los procedimientos y requisitos para la adjudicación de licencias y concesiones

Es una obligación de los Estados la adopción -por legislación formalmente aprobada por el Poder Legislativo- de reglas que determinen de modo previo, claro y preciso los requisitos, procedimientos y criterios de evaluación y selección que serán necesarios para obtener la titularidad de una concesión o registro de servicios de comunicación audiovisual. Las concesiones de uso de frecuencias radioeléctricas deben ser adjudicadas por períodos de tiempo determinados a quienes ofrezcan prestar un mejor servicio de comunicación.

28 | Sobre la transparencia de los mecanismos de adjudicación

El principio general para la adjudicación de concesiones para los sectores comunitario y comercial debe ser el concurso abierto, transparente y público, y debe incluir mecanismos de participación pública no vinculantes, como las audiencias públicas. Los Estados podrán fijar condiciones de registro para la explotación de servicios de comunicación audiovisual que no exploten recursos limitados como las frecuencias radioeléctricas o que no lleguen directamente al público.

29 | Sobre la debida ponderación de los requisitos económicos para el otorgamiento de concesiones o licencias

Los Estados pueden establecer exigencias económicas razonables para garantizar la sustentabilidad de la emisora con fondos de circulación legal. Dichas condiciones sólo pueden aplicarse de modo razonable y no discriminatorio como condiciones de admisibilidad de las propuestas y no podrán incidir en la calificación de la propuesta a efectos de la adjudicación de concesiones. Los requisitos administrativos, económicos y técnicos exigidos a las comunidades organizadas y entidades sin fines de lucro interesadas en fundar medios comunitarios deben ser los estrictamente necesarios para garantizar su funcionamiento y el más pleno ejercicio de sus derechos.

30 | Sobre las inhabilidades legales para el ejercicio de la titularidad de medios

Las leyes deben establecer condiciones de incompatibilidad e inhabilidad para ser titulares de servicios de comunicación audiovisual para quienes ocupen cargos electivos oficiales nacionales, provinciales o municipales, funcionarios públicos de los distintos poderes, miembros de las Fuerzas Armadas y de seguridad, como así tampoco aquellos que hayan tenido participación comprometida con violaciones a los derechos humanos.

31 | Sobre las preferencias de asignación a los nacionales

Dados los mecanismos de distribución de las frecuencias a las distintas naciones y la importancia de estos servicios para la identidad y soberanía nacional, los Estados deben dictar normas que privilegien a sus nacionales en la prestación de servicios de comunicación audiovisual cuando se utilicen recursos finitos o agotables.

32 | Sobre los mecanismos para el acceso de los diferentes sectores a las licencias

Los concursos pueden estar diferenciados según los sectores de radiodifusión, a través de procedimientos y criterios específicos, y deberán tomar en consideración la naturaleza y las particularidades del sector de los medios comunitarios, y otros sin fines de lucro, para garantizarles una participación efectiva y no discriminatoria. Los criterios para evaluar y seleccionar entre varios interesados a una concesión deben estar establecidos en la legislación de manera previa y clara en atención a garantizar la igualdad de oportunidades, la diversidad y el pluralismo en el acceso a los medios tomando en cuenta que los Estados deben propender, con reglas transparentes y no discriminatorias, a que los medios ejerzan con responsabilidad la función social que desarrollan.

33 | Sobre los criterios de acceso a licencias para medios comunitarios

Las solicitudes, en caso de los medios comunitarios o sin fines de lucro, se deberían evaluar teniendo en cuenta los siguientes criterios: la pertinencia del proyecto comunicacional, social y cultural, la participación de la comunidad en la emisora, los antecedentes de trabajo comunitario de la organización interesada y el aporte que hará la emisora a la diversidad en el área de cobertura.

34 | Sobre las condiciones de evaluación de las propuestas de medios comerciales

Las solicitudes en el caso de los medios comerciales se deberían evaluar teniendo en cuenta los siguientes criterios: que provengan de personas físicas o jurídicas que en la actualidad no sean titulares de otros servicios de radiodifusión o comunicación audiovisual; que favorezcan la prestación de servicios a la comunidad mediante la oferta de programas o servicios que no brinden otros medios; que tiendan al fortalecimiento de la producción cultural local a través de espacios destinados a estimular y difundir programas de producción nacional y local, propia o independiente; que contemplen el otorgamiento de espacios gratuitos para organizaciones sociales; que ofrezcan la mayor cantidad de empleos directos y dignos.

35 | Sobre la duración de las concesiones o licencias

Los plazos de las concesiones para la explotación de frecuencias u otros recursos finitos o agotables deben estar definidos por ley y sujetos a condiciones de razonabilidad que permitan el desarrollo de las propuestas comprometidas, la recuperación de las inversiones a tasa razonable de la actividad y el crecimiento tecnológico. Son inadmisibles las discriminaciones en la determinación de los plazos de concesiones basadas en la naturaleza jurídica de prestadores no estatales.

36 | Sobre la renovación de concesiones o licencias

La renovación de las concesiones no debe ser automática y debería estar sujeta a la evaluación del cumplimiento de los compromisos asumidos al requerir la adjudicación de la concesión respectiva, previa audiencia pública no vinculante en la que la comunidad opinará y recibirá explicaciones de lo hecho con la explotación de las frecuencias respectivas. Los Estados deben abstenerse de fijar reglas que admitan la automaticidad de las renovaciones por tratarse de la utilización de un bien escaso cuyo uso está destinado al ejercicio y garantía de derechos humanos fundamentales.

37 | Sobre la indelegabilidad de la titularidad de concesiones o licencias

La explotación de los servicios de radiodifusión es indelegable y debe ser prestada por el propio titular de la concesión. El marco regulatorio debe impedir expresamente la transferencia, venta o cualquier forma de cesión, directa o indirecta, de la titularidad de la concesión. Nadie debe apropiarse de las frecuencias y las leyes deberían establecer que deben ser explotadas exclusivamente por sus titulares.

38 | Sobre el derecho de obtención de recursos genuinos

Los Estados deben establecer en sus marcos regulatorios las condiciones necesarias y no discriminatorias para que los servicios de comunicación audiovisual obtengan en igualdad de condiciones recursos económicos genuinos por el desarrollo de sus actividades, sin perjuicio de las medidas que pudieran tomar en resguardo de la diversidad y el pluralismo en condiciones de equidad y transparencia, ya que ello permite asegurar la independencia editorial y establecer condiciones económicas que reconozcan los derechos humanos económicos, sociales y culturales de los participantes de los servicios.

39 | Sobre la digitalización y sus efectos sobre el pluralismo

Los Estados deben asegurar que la migración hacia nuevas tecnologías de transmisión sea una oportunidad para el incremento del pluralismo y la diversidad y no para mantener o fortalecer la concentración de servicios de comunicación audiovisual.

40 | Sobre la transición a la radiodifusión digital

En la planificación de la transición de la radiodifusión análoga a la digital se debe considerar el impacto que tiene en el acceso a los medios de comunicación y en los diferentes tipos de medios. Los Estados deben adoptar medidas para asegurar que el costo de la transición digital no limite la capacidad de los medios públicos y comunitarios para operar. Los medios no deberán sufrir discriminaciones y se respetarán las previsiones necesarias para garantizar la continuidad de las emisiones realizadas sobre soporte analógico simultáneamente hasta agotar los procesos de transición en condiciones razonables.

Anexo 3 12 Módulos en la formación de AMI realizada por AMARC ALC (con base a temario de UNESCO)

Módulo
Módulo 1: Introducción a la Alfabetización Mediática e Informacional Subtemas: • Concepto de Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) • AMI como derecho humano y bien público • Importancia del pensamiento crítico en el ecosistema informativo • Medios comunitarios y el derecho a la comunicación en América Latina y el Caribe
Módulo 2: AMI y derechos humanos: ¿cómo se relacionan? Subtemas: • Derecho a la información y libertad de expresión (utilizando sistema internacional de derechos humanos) • Relación entre AMI y la democracia • Acceso a la información y brecha digital • Censura, vigilancia y control de la información en diferentes contextos • AMI como herramienta contra la discriminación y el discurso de odio
Módulo 3: Fuentes de información y procesamiento digital de la información Subtemas: • Tipos de fuentes de información: primarias, secundarias y terciarias • Evaluación de fuentes: criterios de veracidad y confiabilidad • Impacto de los algoritmos en la selección de información • Técnicas de fact-checking y verificación digital

Módulo 4: Competencias de AMI para abordar la información falsa, la desinformación y el discurso de odio

Subtemas:

- Diferencias entre información falsa, desinformación y malinformación
- Estrategias para detectar y contrarrestar noticias falsas
- El papel de los algoritmos y la viralización de la desinformación
- Técnicas de verificación de imágenes, videos y deepfakes
- ¿Hay que responder al discurso de odio en línea?

Módulo 5: Representación en los medios e información: destacando la igualdad de género

Subtemas:

- Estereotipos y roles de género en la publicidad y la industria del entretenimiento
- Representación de las mujeres en la política y el periodismo
- Impacto de los medios en la percepción de género
- Estrategias para fomentar una representación inclusiva y equitativa
- Medios comunitarios y representación de género

Módulo 6: Privacidad y protección de datos

Subtemas:

- Concepto de privacidad digital y su importancia
- Regulación y leyes de protección de datos (combinar distintos instrumentos como el GDPR, leyes locales)
- Big Data y recolección de información personal
- Técnicas de protección de datos: cifrado, VPN, autenticación en dos pasos, gestores de contraseñas
- Derechos digitales y control de datos personales

Módulo 7: Oportunidades y retos del Internet

Subtemas:

- Beneficios del acceso a Internet: educación, economía y comunicación
- Brecha digital y desigualdades en el acceso a Internet
- Riesgos en línea: ciberacoso, estafas y delitos informáticos
- Brecha digital y el papel de los medios comunitarios en la inclusión digital

Módulo 8: Inteligencia Artificial, redes sociales y competencias AMI

Subtemas:

- Cómo funcionan los algoritmos de redes sociales
- Cómo funciona la Inteligencia Artificial
- Distintas herramientas de IA (Open AI, Deepseek, Grok, etc.)
- Desafíos éticos de la IA en la información
- El papel de los influencers y la desinformación
- Uso responsable de redes sociales e IA

Módulo 9: Medios digitales y medios tradicionales

Subtemas:

- Diferencias y similitudes entre medios digitales y tradicionales
- Transformación digital del periodismo y el rol de los medios independientes
- El impacto de los medios en la opinión pública
- Ética periodística en la era digital
- El impacto de la digitalización en los medios comunitarios

Módulo 10: Medios, tecnología y Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Subtemas:

- El rol de los medios en la promoción de los ODS
- Desafíos tecnológicos para la sostenibilidad
- Uso de la tecnología para la educación y la inclusión social
- Fake news y su impacto en el cambio climático y la salud pública
- Medios de comunicación como herramienta de empoderamiento comunitario y desarrollo sostenible (incluir Indicadores AMARC-IGIMCO)

Módulo 11: Medios comunitarios de América Latina y el Caribe y la AMI

Subtemas:

- Historia y evolución de los medios comunitarios en América Latina y el Caribe
- El papel de AMARC ALC en la democratización de la comunicación
- Medios comunitarios y acceso a la información en zonas rurales y marginadas
- Desafíos del periodismo comunitario en la era de la desinformación
- El futuro de los medios comunitarios en América Latina y el Caribe (incluir Alianza Mundial de Medios sobre la AMI de la UNESCO y fortalecimiento del trabajo en red)

Módulo 12: Producción y transmisión de la importancia de la AMI

Subtemas

- Explicación de las producciones de podcast sobre la AMI
- Explicación de la producción de las campañas multimedia de la Coordinación Regional sobre la AMI
- Transmisión de las campañas en la red de AMARC ALC
- Importancia de la difusión de los productos de la Alianza Mundial de Medios sobre la AMI de la UNESCO
- Llenado y envío de formulario de la UNESCO sobre la AMI para solicitar el contenido en español, portugués e inglés

América Latina y el Caribe

DECÁLOGO DE LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA E INFORMACIONAL - (AMI) DE AMARC ALC

AMARC ALC

@amarc.alc

@AMARCALC