

Estrategias Efectivas en Programas de Alfabetización Mediática contra la Desinformación Digital (Effective Strategies in Media Literacy Programs against Digital Disinformation)

Mónica Niño
Universidad de Huelva, España
Monica.nino@alu.uhu.es
[0000-0002-7409-5124](https://orcid.org/0000-0002-7409-5124)

Received: 15-11-2024

Accepted: 22-12-2024

Resumen

En la era digital, la desinformación representa un desafío creciente para la integridad informativa y la democracia, exacerbado por la rapidez de difusión de noticias falsas en plataformas digitales. Este estudio examina la efectividad de programas educativos de alfabetización mediática implementados en Europa y América Latina, dirigidos a distintos grupos como jóvenes, personas mayores y comunidades vulnerables. A través de un enfoque metodológico mixto, que incluye revisión de literatura, análisis de contenido y cuestionarios a periodistas, se identificaron factores clave en el diseño e implementación en iniciativas alfabetizadoras. Los hallazgos destacan la efectividad de metodologías adaptadas, como simulaciones de redes sociales para jóvenes y talleres presenciales para adultos mayores, en la mejora de habilidades críticas frente a la desinformación. Sin embargo, persisten desafíos en la inclusión de comunidades marginadas y en la capacitación tecnológica de periodistas, quienes consideran esencial la alfabetización algorítmica para enfrentar la manipulación informativa. Este artículo concluye que los programas de alfabetización mediática, combinados con marcos regulatorios y colaboración interinstitucional, son herramientas fundamentales para construir una ciudadanía informada y resiliente frente a los riesgos de la sociedad digital.

Palabras clave Alfabetización mediática, Desinformación, Educación digital, Competencias críticas, Periodismo algorítmico

Abstract

In the digital age, misinformation represents a growing challenge to information integrity and democracy, exacerbated by the rapid spread of fake news on digital platforms. This study examines the effectiveness of media literacy education programs implemented in Europe and Latin America, targeting different groups such as youth, the elderly and vulnerable communities. Through a mixed methodological approach, including literature review, content analysis and questionnaires to journalists, key factors in the design and implementation of literacy initiatives were identified. The findings highlight the effectiveness of adapted methodologies, such as social network simulations for young people and face-to-face workshops for older adults, in improving critical skills in the face of misinformation. However, challenges remain in the inclusion of marginalized communities and in the technological training of journalists, who consider algorithmic literacy essential to confront information manipulation. This article concludes that media literacy programs, combined with regulatory frameworks and inter-institutional collaboration, are fundamental tools for building an informed and resilient citizenry in the face of the risks of the digital society.

Keywords Media literacy, Disinformation, Digital education, Critical skills, Algorithmic journalism

1. Introducción

En la era digital, la desinformación se ha convertido en uno de los mayores retos para la calidad de la información y la confianza pública en los medios. La rapidez de propagación que ofrecen las plataformas digitales y la prioridad dada a los contenidos virales sobre los veraces representan un riesgo creciente para los sistemas democráticos. En este contexto, la alfabetización mediática emerge como una estrategia esencial para fortalecer las competencias críticas de la ciudadanía y mitigar la propagación de contenidos falsos. La alfabetización mediática permite a los usuarios comprender y cuestionar la información que consumen, ayudándoles a reconocer contenidos manipulados y a desarrollar un pensamiento crítico frente a los mensajes que circulan en redes sociales y otros espacios digitales.

El presente estudio se centra en analizar casos específicos de programas exitosos de alfabetización mediática implementados en distintos contextos y audiencias, identificando los factores que han contribuido a su efectividad. Estos programas ofrecen una variedad de enfoques, desde la capacitación en verificación de datos hasta el desarrollo de habilidades para identificar y resistir la manipulación informativa. A través de un análisis detallado de iniciativas en Europa y América Latina, esta investigación examina cómo la alfabetización mediática puede empoderar a los usuarios para enfrentarse de manera crítica a la desinformación y reducir su impacto en la sociedad.

Este artículo aborda además el papel que juegan los algoritmos en la viralización de contenidos desinformativos y cómo una sólida alfabetización mediática puede contrarrestar este fenómeno. Finalmente, se subraya la importancia de una colaboración entre gobiernos, plataformas digitales y la sociedad civil para promover programas de alfabetización mediática y desarrollar un ecosistema informativo donde la verdad prevalezca sobre la viralidad, creando una ciudadanía informada y resiliente frente a la desinformación.

2. Revisión de la literatura

2.1 Desinformación y su impacto en entornos digitales

La desinformación, entendida como la difusión intencionada de información falsa o engañosa, ha cobrado una relevancia significativa en el entorno digital. La velocidad con la que se propaga en redes sociales y otras plataformas dificulta que las audiencias puedan verificar la veracidad del contenido que consumen, lo cual representa un desafío para la integridad informativa (Tandoc et al., 2017). Este fenómeno ha suscitado un creciente interés entre académicos, periodistas y reguladores, quienes buscan tanto identificar los factores que facilitan la desinformación como analizar sus consecuencias para la opinión pública (Wardle & Derakhshan, 2017). De acuerdo con Carenzio et al. (2021), las personas mayores de 60 años carecen de la fortaleza de las competencias digitales frente a la desinformación y la comunicación digital; en auge están los periódicos digitales y repertorios mediáticos de toda índole, por lo que la capacitación para este tipo de público se hace imprescindible.

Elías-Zambrano et al. (2022) destacan cómo el contexto político y cultural actual potencia la difusión de contenidos falsos, que se esparcen en los entornos digitales a una velocidad difícil de controlar. Este escenario, según López-García y Vizoso (2021), requiere que el periodismo se adapte

constantemente a los avances tecnológicos para no quedar rezagado en la lucha contra la desinformación, especialmente en un entorno de alta interactividad y consumo rápido de información.

2.2 Papel de los algoritmos y las plataformas digitales en la difusión de desinformación

En este entorno digital, los algoritmos de plataformas como Facebook, X y Google juegan un papel crucial al priorizar el contenido que genera mayor interacción, sin considerar su veracidad. Este fenómeno facilita la viralización de noticias falsas, tal y como expresan Vosoughi et al. (2018) acerca del mayor número mayor de noticias falsas viralizadas y difundidas en X (antes Twitter) respecto de las noticias verdaderas; lo falso se difundió “más lejos, más rápido, más profundamente y más ampliamente” que lo verdadero. En el análisis de Allcott & Gentzkow (2017), se concluye que esta acelerada difusión de desinformación socava la confianza en los medios y plantea un desafío para los procesos de verificación informativa; exponen una encuesta de Gallup, en la que se revela un declive continuo de la “confianza” en los medios de comunicación y esto puede ser la causa y la consecuencia de que las noticias falsas ganen terreno. Bakir & McStay (2018) también subrayan el impacto de los “medios empáticos” o “información emocional”, en los que la personalización algorítmica refuerza las respuestas afectivas del público, incrementando la resonancia de los mensajes desinformativos. Y presta especial atención a las cercanas y posibles noticias falsas, “automatizadas optimizadas empáticamente”.

2.3 Regulación y alfabetización mediática como estrategias complementarias

Diversos países han implementado marcos regulatorios para mitigar la desinformación. Por ejemplo, la Unión Europea desarrolló un Código de Prácticas contra la Desinformación para limitar la difusión de contenido falso (Reglamento UE 2022/2065), mientras que en España se establecieron códigos de conducta para proteger a los usuarios de la desinformación en la Ley 13/2022 (Bukovska, 2018). Sin embargo, estos marcos enfrentan desafíos importantes, especialmente en relación con la protección de la libertad de expresión, lo que ha llevado a explorar la alfabetización mediática como una solución adicional para dotar a los ciudadanos de herramientas críticas frente a la desinformación.

2.4 Alfabetización mediática y su efectividad en la detección de desinformación

La alfabetización mediática ha emergido como una estrategia crucial para combatir la desinformación en entornos digitales. Pérez-Rodríguez y Delgado-Ponce (2012) argumentan que empoderar a la ciudadanía con competencias en acceso y evaluación crítica de la información es fundamental para enfrentar la manipulación mediática. Aguaded y Romero-Rodríguez (2015) señalan que estas competencias permiten a los usuarios manejar el espacio digital con mayor seguridad y discernimiento, dotándolos de las herramientas necesarias para navegar la “sociedad líquida” donde la información sin verificar se propaga rápidamente.

Estudios recientes han confirmado la efectividad de los programas de alfabetización mediática en distintos grupos de edad. Carezio (2021) explora cómo programas implementados en entornos escolares ayudan a los estudiantes a identificar información falsa mediante el desarrollo de habilidades críticas. Contreras Espinosa (2020) analiza el rol de las instituciones educativas en

Cataluña en la promoción de un pensamiento crítico entre los jóvenes, concluyendo que estos programas reducen la susceptibilidad a la manipulación informativa.

Además, Tymoshchuk (2021) examina la eficacia de los programas de alfabetización mediática dirigidos a audiencias mayores, un grupo frecuentemente afectado por la desinformación en redes sociales. Sus hallazgos indican que las iniciativas orientadas a este grupo, como el programa "Mayores con Wifi", mejoran su capacidad de discernir entre noticias confiables y engañosas, aumentando su resiliencia frente a la desinformación.

Benesch (2023) enfatiza la necesidad de enfoques educativos proactivos y flexibles para mitigar los efectos de la desinformación. Argumenta que la alfabetización mediática no solo ayuda a las personas a evaluar críticamente la información, sino que también fomenta una cultura de responsabilidad y verificación, facilitando la identificación de intentos de manipulación.

2.5 Casos exitosos de alfabetización mediática

La alfabetización mediática ha mostrado resultados prometedores en iniciativas como "EduMedia Test" y "EduCAC", programas diseñados para aumentar la competencia crítica frente a la desinformación en diferentes audiencias (Elías-Zambrano et al., 2022). "EduMedia Test", lanzado por el Consejo Audiovisual de Portugal, se enfoca en capacitar a jóvenes en la identificación de información falsa y el impacto de los algoritmos en la personalización de contenidos, mientras que "EduCAC" promueve la verificación de datos y la detección de noticias falsas entre estudiantes y docentes en Cataluña. Estos programas han demostrado ser efectivos en la mejora de la comprensión de los riesgos de la desinformación y representan un modelo replicable para otras regiones (Celot, 2021). Destacan Diehl et al. (2024) acerca de la necesidad de adquirir competencias

La alfabetización mediática ha emergido como una estrategia crucial para combatir la desinformación en entornos digitales. Pérez-Rodríguez y Delgado-Ponce (2012) argumentan que empoderar a la ciudadanía con competencias en acceso y evaluación crítica de la información es fundamental para enfrentar la manipulación mediática. Aguaded y Romero-Rodríguez (2015) señalan que estas competencias permiten a los usuarios manejar el espacio digital con mayor seguridad y discernimiento, dotándolos de las herramientas necesarias para navegar la "sociedad líquida" donde la información sin verificar se propaga rápidamente.

Estudios recientes han confirmado la efectividad de los programas de alfabetización mediática en distintos grupos de edad. Carenzio (2021) explora cómo programas implementados en entornos escolares ayudan a los estudiantes a identificar información falsa mediante el desarrollo de habilidades críticas. Contreras Espinosa (2020) analiza el rol de las instituciones educativas en Cataluña en la promoción de un pensamiento crítico entre los jóvenes, concluyendo que estos programas reducen la susceptibilidad a la manipulación informativa.

Además, Tymoshchuk (2021) examina la eficacia de los programas de alfabetización mediática dirigidos a audiencias mayores, un grupo frecuentemente afectado por la desinformación en redes sociales. Sus hallazgos indican que las iniciativas orientadas a este grupo, como el programa

"Mayores con Wifi", mejoran su capacidad de discernir entre noticias confiables y engañosas, aumentando su resiliencia frente a la desinformación.

Benesch (2023) enfatiza la necesidad de enfoques educativos proactivos y flexibles para mitigar los efectos de la desinformación. Argumenta que la alfabetización mediática no solo ayuda a las personas a evaluar críticamente la información, sino que también fomenta una cultura de responsabilidad y verificación, facilitando la identificación de intentos de manipulación.

3. Metodología

Para analizar la efectividad de diversos programas de alfabetización mediática en la lucha contra la desinformación, se seleccionaron iniciativas de varios países que han implementado estrategias específicas para fortalecer las competencias críticas de diferentes grupos de la sociedad. Estos programas incluyen "EduMedia Test" (Portugal), "EduCAC" (Cataluña, España), "Mayores con Wifi" (Andalucía, España), Alfabetización mediática y formación (Perú), *Público na Escola* (Portugal), "Mentes AMI" (España) y *The Learning Network* (EE.UU.).

En este sentido, la metodología para evaluar estos estudios de caso incluye la revisión de la literatura, análisis de contenidos y cuestionario dirigido a periodistas.

En cuanto a la revisión de la literatura, este procedimiento nos aporta estudio crítico sobre nuestro tema de interés y también revela semejanzas y dificultades en la bibliografía analizada (Guirao, 2015). En el caso del análisis de contenido, como se conceptualizó originalmente por Berelson (1952), se presenta como una metodología sistemática, objetiva y cuantitativa diseñada para examinar de manera rigurosa los elementos manifiestos presentes en los mensajes comunicativos. Más adelante, Bardin (1996) amplía esta perspectiva al describir el análisis de contenido como un conjunto versátil de herramientas metodológicas aplicables a una amplia variedad de discursos y contextos comunicativos, ofreciendo un enfoque estructurado para estudiar tanto los significados explícitos como las estructuras subyacentes en los textos. Por último, la selección del cuestionario como herramienta de investigación se fundamenta en su versatilidad dentro del ámbito educativo, especialmente cuando se complementa con la interacción directa que caracteriza a las entrevistas, fortaleciendo la dinámica entre investigador e interlocutor (Rodríguez et al., 1996). Según Hayman (1984), este instrumento resulta ideal para recoger retroalimentación, opiniones, y analizar comportamientos, además de generar recomendaciones que optimicen las decisiones adoptadas y faciliten la comparación sistemática de datos. En el contexto de los medios de comunicación, la adolescencia y el uso de la tecnología, el cuestionario se presenta como una herramienta especialmente adecuada para la recopilación de información relevante, es decir, un "excelente instrumento de recogida de información" (Méndez-Garrido, 2004). Su aplicación permite acceder a datos esenciales sobre conductas, intereses, objetivos y aspiraciones de los grupos objeto de estudio, además de captar el conocimiento que pueden aportar observadores externos sobre los contextos sociales, laborales, profesionales o personales de dichos colectivos (Pérez y García, 1989).

Tendremos en cuenta los objetivos de cada programa, con sus fines, incluyendo a qué población objetivo busca servir y qué habilidades mediáticas críticas desea fortalecer.

4. Resultados y discusión

4.1 Resultados del análisis de contenido

Cada estudio de caso se explora a continuación con los elementos de metodología y evaluación mencionados anteriormente.

“EduMedia Test”, desarrollado por la Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) de Portugal, está dirigido a jóvenes estudiantes y busca capacitarles en competencias de análisis crítico de la información, como vemos en la figura 1 (portada del método). Su objetivo es que los participantes comprendan el impacto de los algoritmos en la personalización de contenidos y cómo estos pueden influir en la percepción de la realidad.

Los resultados iniciales indican una mejora significativa en la habilidad de los estudiantes para identificar noticias falsas y un aumento en la conciencia sobre el papel de los algoritmos en la difusión de información.



Figura 1. EduMediaTest

“EduCAC”, impulsado por el Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC), se orienta tanto a estudiantes como a docentes, promoviendo la conciencia crítica sobre el consumo de información en línea. El programa fomenta competencias en verificación de datos y comprensión de cómo los algoritmos crean “burbujas informativas”. En la figura 2, vemos un espacio dedicado a las noticias falsas.

Se ha registrado un aumento en las habilidades de verificación de datos entre los estudiantes y una mayor disposición de los docentes para integrar contenidos de alfabetización mediática en sus clases.

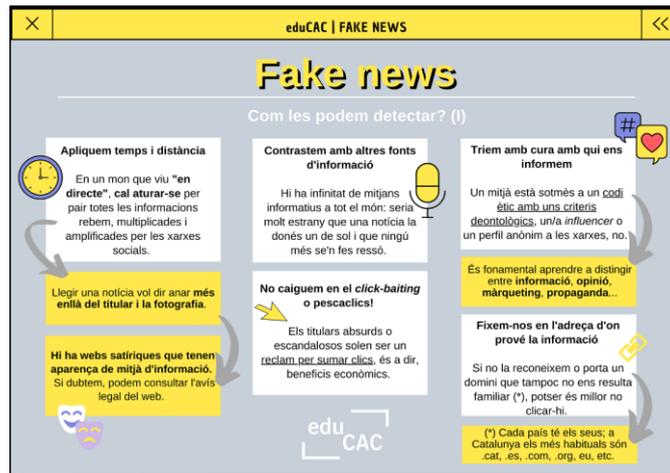


Figura 2. EduCac

Este programa del Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) está diseñado para capacitar a personas mayores en la identificación de desinformación y en la comprensión del papel de los algoritmos, tal y como vemos en la figura 3, con un cartel sobre uno de sus talleres. Se centra en aumentar la resiliencia de este grupo ante bulos y noticias falsas.

Los participantes mostraron una mejora en su capacidad para reconocer desinformación y un incremento en su confianza al usar herramientas digitales.



Figura 3. Mayores con wifi

Esta iniciativa, desarrollada por el Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV) en Perú, busca promover una cultura de responsabilidad informativa en comunidades de difícil acceso. Su meta es fortalecer la capacidad de discernimiento entre jóvenes y adultos frente a contenidos falsos. Una de sus líneas de trabajo es el "ABC de la Alfabetización Mediática e Informativa", en la figura 4 tenemos una imagen de la preparación online de docentes de este desarrollo. Las encuestas a los participantes muestran una mejora significativa en la capacidad de reconocer desinformación y en la adopción de prácticas responsables al consumir información.



Figura 4. CONCERTV

Público na Escola, del periódico Público, busca inculcar en los estudiantes un uso consciente de los medios y un rechazo activo hacia la desinformación. Su objetivo es fortalecer habilidades críticas y evaluativas frente a la información. Dispone de página web, insertada en la del diario; vemos en la figura 5 su portada de inicio.

Los estudiantes que participaron en el programa demostraron una mayor capacidad crítica para evaluar noticias y una reducción en la compartición de información no verificada.



Figura 5. Público na Escola

Este programa de la Fundación Atresmedia en España está dirigido a capacitar a jóvenes en el reconocimiento de desinformación, con un enfoque en cómo los algoritmos influyen en los contenidos que consumen. “Mentes AMI” ha mostrado resultados positivos en la capacidad de los jóvenes para cuestionar la información y en su concienciación sobre la influencia de los algoritmos. Explicación sobre la Alfabetización Mediática e Informacional en la figura 6.

Alfabetización Mediática e Informativa (AMI)

¿QUÉ ES LA AMI?
Todas las capacidades técnicas, cognitivas, sociales, cívicas, éticas y creativas que permiten acceder a los medios y a la información, analizar los contenidos de forma crítica y utilizarlos de manera eficaz, así como crearlos y compartirlos de manera segura y responsable.

¿CUÁL ES SU OBJETIVO?
Proporcionar todas las habilidades necesarias para aprovechar las ventajas que ofrece el nuevo entorno de la comunicación y mostrar los riesgos que también conlleva y las herramientas para gestionarlos, facilitando la participación en la sociedad de ciudadanos responsables, libres e informados.

¿CUÁLES SON SUS BENEFICIOS?

- La alfabetización mediática e informativa (AMI) facilita nuestro desarrollo cívico y social y nuestra responsabilidad en el consumo y la creación de la información, fomentando una relación con los demás respetuosa y basada en valores.
- La alfabetización mediática e informativa nos permite tomar decisiones libres e informadas, salvaguardando la democracia.

¿CÓMO LO HACEMOS?
La Fundación Atresmedia realiza proyectos de AMI que trasladan a los más jóvenes las capacidades fundamentales para el consumo de información y la creación de contenidos, a través de una metodología que fomenta el pensamiento crítico, impulsa la creatividad y promueve valores esenciales.

Figura 6. Mentas AMI

Desarrollado por The New York Times, este programa ofrece a estudiantes y profesores herramientas para analizar los medios y evaluar críticamente la información, especialmente en temas de actualidad, tal y como visualizamos en la figura 7.

Los estudiantes han mostrado una mayor habilidad para discernir entre noticias verificadas y falsas, y los docentes se sienten más preparados para educar en alfabetización mediática.

The Learning Network

Teach and learn with The Times: Resources for bringing the world into your classroom

HOW TO USE THIS SITE | LESSON PLANS | WRITING PROMPTS | QUIZZES AND VOCABULARY | PHOTOS, GRAPHS AND VIDEOS | CONTESTS

Search The Learning Network

CONVERSATIONS WITH JOURNALISTS
Let's Discuss: "Two Young Drivers Take the Wheel. One, a Teen. The Other, a Tesla."
How do you feel about automated vehicles? What effects do you think they will have on your generation? Read this article and post your comments and questions for Matt Richel by Nov. 14.
November 7, 2024 - By THE LEARNING NETWORK

CONTESTS
Tiny Memoir Contest for Students: Write a 100-Word Personal Narrative
We invite teenagers to tell a true story about a meaningful life experience in just 100 words. Contest dates: Nov. 6 to Dec. 4, 2024.
November 6, 2024 - By THE LEARNING NETWORK

CURRENT EVENTS CONVERSATION
What Teenagers Are Saying About Love
Students tell us what they have learned from the platonic, familial and romantic relationships in their lives.
November 7, 2024 - By THE LEARNING NETWORK

STUDENT OPINION
What Are Your Reactions to the Results of Election 2024?
We invite teenagers to post their reactions and have conversations here. What does this election mean for our nation, and for you?
November 6, 2024 - By KATHERINE SCHULTEN

Figura 7. The Learning Network

4.2 Resultados del cuestionario

En relación con la desinformación, vemos en la figura 8 que los periodistas consideran que la utilización de algoritmos para la verificación de información es algo efectiva (41,6%) y el 25,7% la considera muy efectiva. Por lo tanto, podría contemplarse como una herramienta útil en el espacio de la desinformación y verificación de información.

¿Qué tan efectiva es la utilización de algoritmos para la verificación de información?

113 respuestas

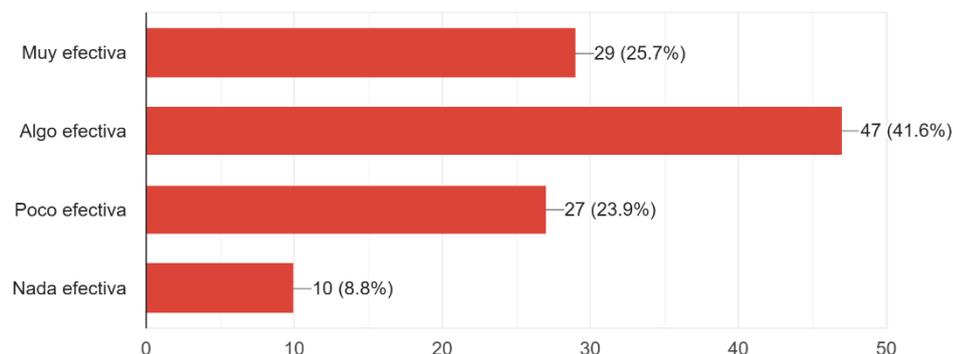


Figura 8. Verificación y desinformación

Para los periodistas consultados, se contempla el uso de herramientas de verificación de información como habilidades esenciales en el paradigma de la alfabetización algorítmica en el periodismo; también -como se ha mencionado anteriormente- en lo relativo a la verificación y desinformación, sobre el uso de algoritmos para verificar la información; además de tener en cuenta la innovación sobre la inteligencia artificial aplicada al periodismo. Acerca de estas habilidades prácticas, que tenemos en la figura 9, los resultados de la muestra destacan las competencias clave necesarias para la alfabetización algorítmica en el periodismo. Entre ellas se encuentran:

- a) la formación en detección de sesgos y discriminación en algoritmos (50,9%);
- b) el análisis de datos (47,4%);
- c) el uso de herramientas para la verificación de información (45,6%);
- d) la capacidad para manejar herramientas de visualización de datos (36,6%);
- e) el conocimiento de metodologías que promuevan la transparencia en el uso de algoritmos (35,1%);
- f) las habilidades comunicativas para explicar al público conceptos relacionados con los algoritmos (31,6%);
- g) la capacidad de auditar algoritmos (28,9%); y
- h) el conocimiento de aspectos éticos relacionados con los algoritmos (27,2%).

En este sentido, el papel de los algoritmos y la inteligencia artificial en la difusión de información es un campo en rápido desarrollo. Si bien estas tecnologías han contribuido a la propagación de noticias falsas, también ofrecen soluciones potenciales. Por ejemplo, se están desarrollando herramientas basadas en inteligencia artificial para detectar automáticamente contenido falso y alertar a los usuarios antes de que lo compartan (Shu et al., 2017). No obstante, estos avances todavía están en sus primeras etapas y presentan limitaciones significativas.

¿Qué habilidades consideras esenciales para la alfabetización algorítmica en el periodismo?

114 respuestas

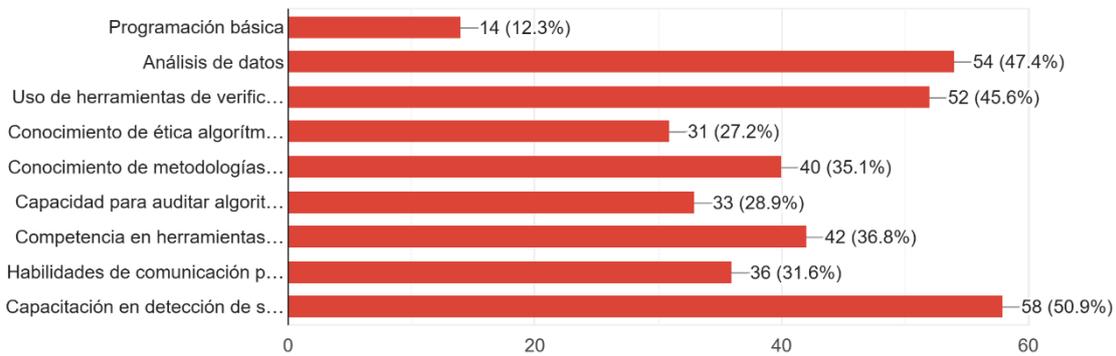


Figura 9. Habilidades prácticas

Por otro lado, la asignatura de la capacitación es relevante en el ámbito de los profesionales. La formación profesional en el ámbito del periodismo debe incluir programas que promuevan la capacitación y la sensibilización para convertir la innovación abierta en herramientas prácticas, reduciendo la resistencia frente al cambio tecnológico. En lugar de temer el avance de la tecnología, la mejor estrategia es adquirir nuevas habilidades, ya que la falta de preparación podría comprometer la calidad de los contenidos periodísticos y aumentar la inestabilidad laboral, como señalan Murcia-Verdú y Ufarte-Ruiz (2019). Según Noain-Sánchez (2022), la implementación de nuevas tecnologías, más ágiles y versátiles, permite reducir tiempos, mejorar la productividad y facilitar tareas repetitivas para los periodistas. La formación y alfabetización tecnológica son esenciales, y algunos grandes medios ya han puesto en marcha programas de capacitación a través de sus Laboratorios o "Labs", mediante talleres o plataformas internas, como describen Zaragoza y García-Avilés (2024).

Porque los desafíos son mayúsculos, lo estamos viendo en cuanto a desinformación, tecnologías emergentes y nuevas herramientas. Un ejemplo son los retos que plantean los algoritmos, que se ven en la figura 10 sobre la "Alfabetización en la profesión": el 43,4% de los profesionales siente que tiene una preparación limitada para enfrentarlos, lo que refleja una falta de confianza en sus competencias actuales y la necesidad de mayor formación en este campo. Un 26,5% se siente moderadamente preparado, indicando que posee un conocimiento básico sobre el impacto de los algoritmos, pero aún necesita mejorar sus habilidades. El 23,9% manifiesta no estar preparado en absoluto, lo que evidencia una preocupación significativa sobre su capacidad de adaptación a las nuevas tecnologías, posiblemente debido a la falta de acceso a recursos formativos. Solo un 6,2% se siente plenamente capacitado, lo que sugiere que este grupo cuenta con una sólida formación y experiencia en el uso de algoritmos, lo que les permite abordar estos desafíos con confianza.

¿Te sientes preparado/a para enfrentar los desafíos que plantean los algoritmos en tu carrera?

113 respuestas

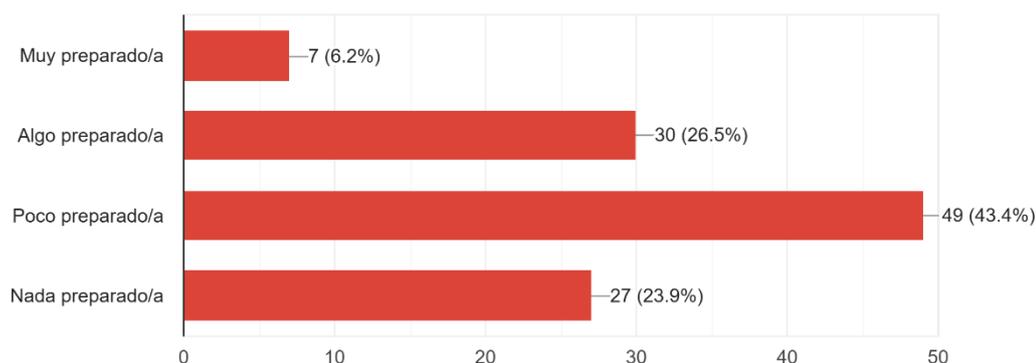


Figura 10. Alfabetización en la profesión

4.3 Espacio digital y desinformación

El análisis empírico confirma las observaciones de Celot (2012) sobre cómo el entorno digital, caracterizado por la sobrecarga informativa y la multiplicidad de pantallas, genera desinformación y pone en riesgo los procesos democráticos. Los resultados del cuestionario dirigido a periodistas muestran que la gran mayoría percibe que la falta de habilidades críticas en las audiencias facilita la difusión de noticias falsas, lo que concuerda con lo expuesto por Guess et al. (2020) sobre la vulnerabilidad de ciertos grupos.

4.4 Influencia en la opinión pública

Los datos del análisis de contenido y la revisión de literatura coinciden en que la desinformación afecta significativamente la opinión pública. Tal como afirman Lewandowsky et al. (2017), la exposición continua a información falsa puede crear una "realidad paralela". Esto se refleja en las respuestas de los periodistas, quienes señalaron que la desinformación ha tenido un impacto directo en la percepción de temas políticos y sociales.

4.5 El papel de las redes sociales y la posverdad

El concepto de "posverdad" mencionado por Herrero de la Fuente y Ríos (2021) es respaldado empíricamente: los resultados del cuestionario indican que los periodistas consideran a las redes sociales como las principales fuentes de desinformación. Este hallazgo apoya la idea de que las redes sociales actúan como un "quinto poder" que promueve información no verificada a gran escala. Los periodistas encuestados señalaron que los algoritmos y la falta de regulación en estas plataformas han exacerbado el problema.

En la opinión de Scolari & Contreras-Espinosa (2019), para un público joven YouTube se ha convertido en el principal motor de búsqueda de información; es un signo del cambio de paradigma en la cultura mediática. Las redes sociales pueden ser herramientas útiles y efectivas para ayudar a la comunidad; es el caso planteado por Tymoshchuk et al. (2019) para contribuir en comunidades locales con buenas prácticas implicando a usuarios y a grupos sociales.

4.6 Segmentación y especialización en el periodismo

Redoli (2016) y Tejedor et al. (2020) destacaron la segmentación del periodismo digital y la hiperespecialización de contenidos. Los hallazgos empíricos también reflejan esta tendencia, con ejemplos de cómo ciertos medios están creando contenido dirigido a nichos específicos, lo que puede aumentar la polarización y reducir la exposición a perspectivas diversas.

4.7 Marcos regulatorios y efectividad

Los datos sugieren que las regulaciones, aunque importantes, no son suficientes por sí solas. Como mencionan Congreso Futuro (2022) y Lewandowsky et al. (2017), las grandes plataformas digitales continúan operando sin un marco regulador global efectivo. Para Patino (Congreso Futuro, 2022), el entorno de internet ha evolucionado hacia un espacio de desinformación y piensan las autoridades que algunas soluciones de regulación del uso de móviles mientras se camina por la calle son suficientes; explica el autor que las plataformas intentan capturar el mayor tiempo posible de nosotros. Desde el punto de vista de Lewandowsky et al. (2017), la escasez del contexto regulador que plantea desafíos significativos para la gobernanza de los entornos digitales. Esta carencia no solo perpetúa la fragmentación normativa entre jurisdicciones, sino que también limita la capacidad de abordar de manera integral cuestiones clave como la desinformación, la manipulación algorítmica y la protección de datos personales. En este ámbito, resulta crucial fomentar una alfabetización mediática que no solo habilite a los individuos para identificar y evaluar críticamente la información en línea, sino que también los empodere para participar activamente en debates regulatorios. A través de iniciativas de alfabetización mediática, las personas pueden ser alentadas a alzar su voz, no únicamente con el objetivo de persuadir directamente, sino también para influir en las percepciones sobre normas sociales y la prevalencia de ciertas opiniones en el ámbito digital. Este enfoque contribuye a desmitificar efectos como el del falso consenso, en el que las personas perciben sus opiniones como más ampliamente compartidas de lo que realmente son, exacerbando divisiones y polarizaciones. Al integrar estas dinámicas en el diseño de marcos regulatorios, se podría desarrollar un enfoque más robusto y adaptativo, capaz de responder a los desafíos emergentes y de promover un entorno digital más equitativo y transparente.

Los periodistas encuestados señalaron que la aplicación de las regulaciones existentes presenta una marcada desigualdad, reflejando disparidades tanto en el enfoque como en la implementación según las jurisdicciones y los actores involucrados. Este panorama fragmentado dificulta la eficacia de los esfuerzos para contrarrestar la difusión de noticias falsas, exacerbando el impacto de estas en la confianza pública y en los procesos democráticos.

En este sentido, se identifica la necesidad urgente de una colaboración más estrecha y coherente entre gobiernos, plataformas digitales y otros actores relevantes. Tal cooperación debería incluir la armonización de estándares regulatorios, el desarrollo de mecanismos transnacionales para supervisar la aplicación de normas y la promoción de iniciativas conjuntas en alfabetización mediática. Estas acciones no solo fortalecerían la capacidad para mitigar la propagación de

desinformación, sino que también fomentarían un entorno digital más transparente y resiliente frente a las amenazas informativas.

Asimismo, comparamos los marcos regulatorios en tanto que en Europa la implementación de códigos de conducta como el de la Unión Europea ha mostrado algunos avances, pero los periodistas consideran que estas medidas aún no son suficientemente estrictas. En contraste, países como España y Portugal están avanzando con proyectos específicos que promueven la alfabetización mediática, pero estos aún no son lo suficientemente extensivos. Y es cierto que en ámbito americano se ha desarrollado un marco que cubre los principales factores.

4.8 Efectividad de los programas educativos

Los resultados del análisis muestran que los proyectos de alfabetización mediática, como “EduMediaTest” y “Mayores con Wifi”, han sido efectivos en ciertas poblaciones, pero su implementación sigue siendo limitada. Coincide con lo afirmado por Guess et al. (2020) sobre la importancia de dotar a las audiencias con herramientas críticas para identificar desinformación.

Sin embargo, los resultados sugieren que la efectividad de estos programas varía. Los periodistas indicaron que los proyectos dirigidos a jóvenes han tenido más éxito, mientras que los dirigidos a adultos mayores y otras audiencias vulnerables necesitan mayor difusión y accesibilidad. Tejedor et al. (2020) ya indicaban que se requieren nuevos marcos organizativos para atender esta diversidad de audiencias en la era digital. En algunos de los programas estudiados, como “Público na Escola”, se utiliza el juego para lograr esta alfabetización mediática porque se articula desde las fortalezas de los elementos lúdicos: la identificación con personajes, la vinculación con estas dinámicas y el lenguaje lúdico (Carenzio et al., 2024).

5. Conclusiones

La culminación principal de este estudio se sustenta en la efectividad de los programas de alfabetización mediática, según el grupo objetivo y la metodología aplicada. Mientras que los programas dirigidos a jóvenes y estudiantes han mostrado un éxito notable en la adquisición de habilidades críticas, aquellos orientados a personas mayores y grupos vulnerables requieren una mayor adaptación y apoyo logístico. Este hallazgo resalta la importancia de un enfoque diferenciador en los programas, que considere tanto las barreras sociales como tecnológicas que estos grupos enfrentan. Asimismo, la alfabetización algorítmica se está consolidando como una competencia crucial en el ámbito periodístico, sin embargo su implementación aún enfrenta desafíos en términos de capacitación y recursos, lo que subraya la necesidad de políticas públicas que apoyen el acceso a estas herramientas y conocimientos.

En este sentido, las implicaciones de los hallazgos destacan la necesidad de diseñar programas de alfabetización mediática que aborden las necesidades específicas de adultos mayores y poblaciones vulnerables. Estos grupos, al encontrarse con dificultades para acceder a información de calidad y evaluar fuentes confiables, son particularmente susceptibles a la desinformación. Por lo tanto, es fundamental implementar enfoques adaptativos, como talleres presenciales con un enfoque práctico, capacitación en herramientas digitales accesibles y materiales contextualizados

culturalmente. A su vez, se recomienda fomentar alianzas intersectoriales para garantizar que estos programas sean sostenibles y logren un alcance más amplio, promoviendo una ciudadanía más informada y resiliente en contextos de alta vulnerabilidad frente a la desinformación. Un aspecto a considerar en la futura implementación de estas recomendaciones es la necesidad de colaboración entre gobiernos, instituciones educativas, organizaciones no gubernamentales y el sector privado para construir un marco educativo integral y accesible.

Los programas de alfabetización mediática analizados subrayan la importancia de continuar desarrollando estrategias educativas inclusivas y contextualizadas, que respondan a los desafíos específicos de la desinformación en distintos sectores de la sociedad. Es imperativo que, además de adaptarse a las particularidades de cada grupo, estas estrategias se acompañen de una evaluación constante para ajustar los programas según las necesidades emergentes de los participantes. Una discusión adicional es la relevancia de incorporar nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial, en la capacitación mediática, ya que estas herramientas pueden jugar un papel importante en la lucha contra la desinformación, pero también presentan nuevos retos éticos y educativos.

Referencias

- Aguaded, I.; Pérez-Rodríguez, A. & Delgado-Ponce, Á. (2022). El reto de la alfabetización mediática en la sociedad líquida. *Investigación, desarrollo tecnológico e innovación en educación universitaria*. Ediciones OCTAEDRO, S.L. Barcelona, 2022; p. 17-30.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236. DOI: <https://10.1257/jep.31.2.211>
- Almeida, A. M.; Ramos, F.; Pedro, L.; Silva, A.P.;Renó, D. & Tymoshchuk, O. (2019). Mediação digital para a inovação territorial: um estudo de caso múltiplo em redes sociais digitais. Digital mediation for territorial innovation: a multiple case study in social media. *Observatorio*. 13. 70-088. [10.15847/obsOBS13420191435](https://doi.org/10.15847/obsOBS13420191435).
- Bakir, V. & McStay, A. (2018). Fake news and the economy of emotions: Problems, causes, solutions. *Digital Journalism*, 6(2), pp. 154-175. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1345645>
- Bardin, L. (1996). *Análisis de contenido [content Analysis]*. Madrid, España: Akal.
- Benesch, S. (2023, 2 agosto). Civil society puts a hand on the wheel: Diverse responses to harmful speech. *Dangerous Speech Project*. <https://bit.ly/47j1X1H>
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Free Press. Estados Unidos.
- Bukovska, B. (2018). Declaración conjunta sobre Libertad de Expresión y "Noticias Falsas".
- Carenzio, A., Ferrari, S., & Rasi, P. (2021). Older people's media repertoires, digital competences and media literacies: A case study from Italy. *Education Sciences*, 11(10), 584. <https://doi.org/10.3390/educsci11100584>
- Carenzio, A., Ferrari, S., & Rivoltella, P. C. (2021). Media diet today: A framework and tool to question media uses. *Media Education at the Top*, 1-14.
- Carenzio, A., Pasta, S., Ferrari, S., CONTRERAS-ESPINOSA, R., EGUIA-GOMEZ, J. L., ATUNES, M. J., & Tymoshchuk, O. (2024). "Social Media Puppeteers", "Social Media Fake News" and "Data Defenders": games and Video Games to Promote Youngsters' Information and Media Literacy. In *ISYDE 2024. Lifelong Digital Learning and Education: promoting flexibility, inclusion, critical thinking and international exchange* (pp. 105-106). SIEL-SIREM.
- Celot, P. (2021). *MEDIA COACH. How to become a media Literacy Coach*. Eavi.eu <https://bit.ly/4dagbna>
- Del Postigo, D., y Ramírez-Alvarado, M. (2024). Difusión de la ciencia y del conocimiento: líneas de actuación del Consejo Audiovisual de Andalucía en la protección de menores en el entorno digital. *Cuadernos del Audiovisual| CAA*, (11), 11-22. <https://doi.org/10.62269/cavcaa.16>
- Diehl, C., Tymoshchuk, O., Contreras-Espinosa, R., Carenzio, A., Antunes, M., Eguia-Gomez, J. L., & Zagalo, N. (2024, October). Exploring Current Challenges and Opportunities in Media Literacy Skills for Youth: Stakeholders' Perspectives. In *European Conference on Games Based Learning* (Vol. 18, No. 1, pp. 229-23 (6)). <https://doi.org/10.34190/ecgbl.18.1.2711>
- Elías-Zambrano, R., Barrientos, M., y Ramírez-Alvarado, M. M. (2022). Capítulo 6. Medios de comunicación y educación. La necesidad de la Educomunicación en la formación universitaria española. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, (9), 87-101. <https://doi.org/10.52495/c6.emcs.9.p95>
- Guirao Goris, S. J. A. (2015). Utilidad y tipos de revisión de literatura. *Ene*, 9(2), 0-0. <https://doi.org/10.4321/S1988-348X2015000200002>
- Hayman, J. (1984): *Investigación y educación*. Barcelona, Paidós.
- Herrero de la Fuente, M. y Ríos, C. (2021). Construcción de un escenario para la posverdad: redes sociales y desinformación. In *Redes sociales, ¿El quinto poder?: una aproximación por ámbitos al fenómeno que ha transformado la comunicación pública y privada* (pp. 79-97). Tirant Humanidades.

- Lewandowsky, S., Ecker, U. K., & Cook, J. (2017). Beyond misinformation: Understanding and coping with the “post-truth” era. *Journal of applied research in memory and cognition*, 6(4), 353-369. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>
- Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual, *Boletín Oficial del Estado*, núm. 163, de 8 de julio de 2022, 96114-96220 <https://bit.ly/3Xgx5KK>
- López-García, X. y Vizoso, A. (2021). Periodismo de alta tecnología: signo de los tiempos digitales del tercer milenio. *Profesional de la información*, 30(3). 1-12 <https://doi.org/10.3145/epi.2021.may.01>
- Méndez-Garrido, J. M. (2004). To investigate the media influence in the classrooms by means of questionnaires. *Comunicar*, 11(22), 81-87. doi.org/10.3916/c22-2004-12
- Murcia-Verdú, F. J., y Ufarte-Ruiz, M. J. (2019). Mapa de riesgos del periodismo hi-tech. *Hipertext.net*, (18), 47-55. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2019.i18.05>
- Noain-Sanchez, A. (2022). Addressing the Impact of Artificial Intelligence on Journalism: the perception of experts, journalists and academics. *Communication & Society-Spain*, 35(3), 105-121. <https://10.15581/003.35.3>
- Patino, B. Congreso Futuro. (2022, 19 enero). No puedo hablar, solo mensajes. *Congreso Futuro 2022* [Vídeo]. YouTube. <https://bit.ly/4e1ul5y>
- Pérez, R., & García, M. (1989). *Diagnóstico, evaluación y toma de decisiones*. Madrid: Rialp, DL 1989.
- Pérez-Rodríguez, M. A., y Delgado-Ponce, Á. (2012). From digital and audiovisual competence to media competence: Dimensions and indicators. *Comunicar*, 20(39), 25-34. <https://doi.org/10.3916/c39-2012-02-02>
- Pérez-Tornero, J. M., Tayie, S., Tejedor, S., & Pulido, C. (2018). ¿Cómo afrontar las noticias falseadas mediante la alfabetización periodística? Estado de la cuestión. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinaria de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 26, 211–235. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n26a10>
- Redoli, D. (2016). Comunicación local para un mundo global. El advenimiento definitivo de la «Glocalización». En *Comunicación local para un mundo global* (pp. 13-18). <https://bit.ly/3XoDLqD>
- Reglamento (UE) 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo de 19 de octubre de 2022 relativo a un mercado único de servicios digitales y por el que se modifica la Directiva 2000/31/CE. *Diario Oficial de la Unión Europea*. (Reglamento de Servicios Digitales) <https://bit.ly/4dVb3UU>
- Rodríguez, G., Gil, J., & García, E. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga: Aljibe.
- Scolari, C. and Contreras-Espinosa, R. 2019. How do teens learn to play video games? Informal learning strategies and video game literacy. *Journal of Information Literacy*, 13(1), pp. 45-61. <https://doi.org/10.11645/13.1.2358>
- Shu, K.; Sliva, A.; Wang, S.; Tang, J. & Liu, H.. (2017) Fake news detection on social media: A data mining perspective. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*. <https://doi.org/10.1145/3137597.3137600>
- Tandoc, E. C.; Lim, Z. W.; & Ling, R. (2017). Defining “Fake news”. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Tejedor, S., Cervi, L., Pulido, C., Perez-Tornero, J. M., Sanjines, D. C., Zhang, W., Tayie, S., Ruiz, J., Vila, P., Sánchez Corral, D., Perez, C., Crespo, E., Mayoral, E., Martin, M. A., & Canovas, P. (2020). *Generación automática de textos periodísticos: La inteligencia artificial aplicada a informativos 2019-2020*. <https://bit.ly/3ryd5aM>
- Tymoshchuk, O., Almeida, A.M., Ramos, F., Pedro, L., Alexandra Silva, P., & Renó, D. (2019). Mediação digital para a inovação territorial: um estudo de caso múltiplo em redes sociais digitais. *Observatorio (OBS*)*, 13(4). <https://doi.org/10.15847/obsOBS13420191435>

- Vosoughi, S., Roy, D. & Aral, S. (2018) 'The spread of true and false news online,' *Science*, 359(6380), pp. 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *INFORMATION DISORDER: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making* (Council of Europe report, Ed.).
- Zaragoza, M. T., & García-Avilés, J. A. (2022). Public Service Media laboratories as communities of practice: implementing innovation at BBC News Labs and RTVE Lab. *Journalism Practice*, 18(2) 1-19. <https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2088602>