



Revista de Comunicación Digital

Alfabetización mediática frente a la desinformación: revisión de propuestas educativas en el ámbito universitario hispanohablante (2014–2023)

Media Literacy Against Disinformation: A Review of Educational Initiatives in Spanish-Speaking Higher Education (2014–2023)

 **Belén García-Delgado Giménez**
belen.garcia-delgado@universidadeuropea.es
Universidad Europea de Madrid

 **Almudena Revilla Guijarro**
almudena.revilla@universidadeuropea.es
Universidad Europea de Madrid

Resumen

Este artículo presenta una revisión sistemática de la literatura académica en español publicada entre 2014 y 2023 sobre alfabetización mediática y desinformación, centrada en el ámbito de la educación superior en Comunicación. El objetivo principal es identificar las iniciativas educativas desarrolladas para combatir la desinformación, clasificándolas en propuestas teóricas, actividades prácticas y estudios basados en encuestas. La metodología empleada consistió en una búsqueda en las bases de datos Dialnet, Scopus y Web of Science, utilizando palabras clave como "desinformación" y "alfabetización mediática". Se aplicaron filtros temáticos, lingüísticos y de disciplina, resultando en un corpus final de 40 artículos. Los resultados revelan un incremento significativo del interés investigativo a partir de la pandemia de COVID-19. De los 40 artículos, 16 presentaron propuestas curriculares, 11 describieron actividades prácticas (como *fact-checking*, talleres o análisis de bots) y 13 se basaron en encuestas a estudiantes, docentes o periodistas. La mayoría fueron publicados en revistas de alto impacto (cuartiles 1 y 2). La investigación concluye que, aunque la producción científica sobre el tema aún es limitada, las iniciativas analizadas son relevantes y muestran una clara evolución hacia una educación crítica, digital y ética frente a la desinformación.

Palabras clave

Desinformación, alfabetización mediática, Comunicación, Periodismo, revisión sistemática, 2014-2023, español.

Cómo citar este artículo:

García-Delgado Giménez, B. y Revilla Guijarro, A. (2025) Alfabetización mediática frente a la desinformación: revisión de propuestas educativas en el ámbito universitario hispanohablante (2014–2023). *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 11: 78-99. DOI: 10.7203/drdcd.v0i11.313

Recibido: 21/10/2024 Aceptado: 28/5/2025



Abstract

This article presents a systematic review of academic literature in Spanish published between 2014 and 2023 on media literacy and disinformation, with a focus on higher education in the field of Communication. The main objective is to identify educational initiatives developed to combat disinformation, classifying them into theoretical proposals, practical activities, and survey-based studies. The methodology involved searches in the Dialnet, Scopus, and Web of Science databases using keywords such as “disinformation” and “media literacy.” The search was refined using thematic, linguistic, and disciplinary filters, resulting in a final corpus of 40 articles. The results reveal a significant increase in research interest following the COVID-19 pandemic. Of the 40 articles, 16 presented curricular proposals, 11 described practical activities (such as fact-checking, workshops, or bot analysis), and 13 were based on surveys conducted with students, educators, or journalists. Most of these were published in high-impact journals (quartiles 1 and 2). The study concludes that, although scientific output on the topic remains limited, the initiatives analyzed are relevant and demonstrate a clear progression toward a more critical, digital, and ethical approach to education in the face of disinformation.

Keywords

Disinformation, media literacy, Communication, Journalism, systematic review, 2014-2023, Spanish

1. INTRODUCCIÓN

En la era actual, la comunicación se enfrenta al desafío de una sobreabundancia informativa que ha incrementado la preocupación por la desinformación de carácter endógeno en el ámbito periodístico (Aguaded y Romero-Rodríguez, 2015), lo que hace aún más necesario promover la alfabetización mediática tanto entre los futuros periodistas como entre la ciudadanía. En este contexto, la proliferación de noticias falsas, la manipulación informativa y la escasa alfabetización mediática se han convertido en un reto prioritario, especialmente para las instituciones de educación superior, en particular aquellas que imparten grados en Comunicación.

En 2016, el Diccionario Oxford eligió «posverdad» como palabra del año; en 2017 fue el turno de «fake news», y en 2018, el protagonismo recayó en «desinformación», ampliando el concepto de noticia falsa para incluir aquellas informaciones descontextualizadas. Este uso terminológico, tanto por parte de los medios como del público, ya alertaba sobre un fenómeno que, aunque presente desde los orígenes de la comunicación humana —como lo son la propaganda y la manipulación—, adquiriría una nueva dimensión. En la actualidad, bajo ciertos discursos populistas, la mentira parece haberse consolidado como parte del mensaje, y una parte de la ciudadanía se muestra persuadida por un relativismo pernicioso, disfrazado de escepticismo (D’Ancona, 2019). Así, la desinformación ha dejado de ser una mera distorsión en el flujo comunicativo para convertirse en una amenaza real a la cohesión social y la seguridad, en una sociedad sobresaturada y sobreexpuesta a datos. Badillo (2019) ya advertía que en Europa el tema ganaba protagonismo desde 2014, aunque fue con la pandemia global cuando su relevancia se hizo evidente: la avalancha de información, los rumores y las teorías conspirativas desataron confusión y ansiedad colectiva —lo que la OMS denominó “infodemia” (OMS, 2020). La difusión de información falsa o engañosa ha demostrado tener un impacto profundo, alterando la percepción de la realidad y afectando la toma de decisiones.

En este contexto, se observa un creciente interés por comprender y contrarrestar los efectos de la desinformación a través de la educación y la formación en competencias mediáticas, especialmente entre quienes serán los futuros profesionales encargados de transmitir información veraz y verificable. El propósito de esta investigación es detectar si los esfuerzos se han reorientado hacia la enseñanza de competencias vinculadas a la desinformación y la alfabetización mediática dirigidas al público general, o si se han concentrado en los niveles de

educación media y superior, así como identificar si ha habido una evolución en estas prácticas desde 2014 hasta la actualidad. Este estudio busca ofrecer una visión global de las iniciativas y estrategias implementadas en el ámbito académico en español para enfrentar los desafíos que plantea la desinformación en el campo de la comunicación y la alfabetización mediática. Una alfabetización que no debe ser solo funcional, sino también crítica y conceptual, capaz de abordar “cómo las estructuras de poder se ven afectadas por las tecnologías basadas en datos y cuáles son las consecuencias para el bienestar económico, social, cultural y político, tanto individual como colectivo, en el contexto de la transformación digital” (Nguyen y Hekman, 2022: 440). Este conocimiento resulta esencial para que los profesionales de la comunicación puedan mitigar su impacto y fomentar una ciudadanía informada y crítica.

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

Un entorno informativo más fiable depende de la responsabilidad de los medios de comunicación y del compromiso de los profesionales del periodismo y la comunicación para combatir la desinformación. Se requieren profesionales capacitados, formados en una redefinición del oficio periodístico adaptada a un contexto en el que la información circula a una velocidad sin precedentes y, en consecuencia, la desinformación también. Esto implica valorar la gestión de la información en un entorno profesional donde el usuario ocupa el centro, y donde los futuros periodistas deberán actuar con conocimiento, libertad, voluntad, responsabilidad y sentido del deber (Pérez Tornero et al., 2018). Estos profesionales se formarán adquiriendo habilidades críticas y éticas que les permitan mantener la integridad y veracidad en sus contenidos, identificar bulos y reconocer fuentes y datos falsos, sin olvidar su rol de orientación hacia un consumo crítico de la información por parte del público. Los periodistas deberán clarificar el tipo de contenido que ofrecen, en un entorno donde cada vez es más difícil para los usuarios distinguir entre información, opinión y entretenimiento.

La desinformación en la era de la posverdad dificulta la convivencia y el desarrollo ciudadano al generar una desconfianza generalizada hacia los medios. Detectar información falsa requiere del uso pleno de herramientas y competencias profesionales que impidan que estas historias lleguen a difundirse. La inmediatez, característica propia de los medios, puede desempeñar un papel devastador si compromete la veracidad. Por ello, la verificación rigurosa y crítica de los contenidos es hoy más necesaria que nunca, ya que es precisamente este proceso el que define la profesionalidad periodística (Kovach y Rosenstiel, 2012).

Medios, profesionales y audiencias deben colaborar para promover una cultura de información verificada, alejada de la presión por ser los primeros en publicar o por caer en coberturas sensacionalistas sin contexto, a menudo alimentadas por las redes sociales. Sin embargo, se observa una pérdida progresiva de confianza en los medios. Según el *Digital News Report España 2023*, desde 2018 la confianza en las noticias ha caído al 44%, coincidiendo con la aparición del término *fake news*. En 2020, solo el 36% de los españoles afirmaba confiar habitualmente en las noticias, cifra que descendió al 33% en 2023, frente a un 40% que decía no confiar en ellas. El informe destaca que, durante el mandato de Donald Trump y a raíz del referéndum ilegal de independencia en Cataluña, surgieron numerosas acusaciones de desinformación desde diferentes sectores políticos. En ese contexto, los partidos más extremos intensificaron sus críticas a los medios, alimentando la polarización social, política e informativa (Vara-Miguel et al., 2023).

Actualmente, la alfabetización informacional juega un papel clave. La American Library Association (ALA) definió por primera vez en 1989 a un usuario alfabetizado como alguien capaz de reconocer cuándo necesita información y con habilidades para localizarla, evaluarla y utilizarla de manera eficaz (ALA, 1989). En 2018, esta definición fue ampliada para incluir distintos contextos, desde el ámbito educativo hasta la vida cotidiana (CILIP, 2018). Con el tiempo, el concepto ha evolucionado hasta incluir también la comprensión del impacto social de la desinformación y la promoción de prácticas informativas responsables.

Por su parte, el término *alfabetización mediática* fue acuñado en 1992 por Aufderheide, quien lo definió como un movimiento destinado a ayudar a interpretar, producir y negociar significados en una cultura de imágenes, palabras y sonidos. En 2007, la Comisión Europea lo definió como la capacidad de acceder, comprender y evaluar críticamente los contenidos de los medios y, a partir de ahí, crear comunicaciones en diversos contextos (Koltay, 2011). El Centro de Alfabetización Mediática amplía este marco, incorporando la participación activa con mensajes en distintos formatos, desde el impreso hasta el digital (Thoman, 2003). Esta evolución responde al auge de los contenidos audiovisuales en prensa, radio y televisión (Carmi et al., 2020).

En este sentido, los jóvenes se identifican como el colectivo más expuesto a la desinformación, debido a su uso intensivo de dispositivos digitales y al consumo frecuente de contenidos procedentes de fuentes poco fiables. Por ello, en los últimos años, la investigación académica ha centrado su atención en esta franja de la población (Salaverría & Cardoso, 2023), convirtiéndose en objeto prioritario de estudio.

En cualquier caso, tanto la alfabetización mediática como la digital ofrecen herramientas clave para afrontar los retos de la información digital y la tecnología. Es esencial comprender el uso y la apropiación de los dispositivos, así como el manejo y la interpretación crítica de los contenidos (Carmi et al., 2020). Esto permite examinar matices y sesgos derivados de la interacción con los medios (Chomintra, 2023). Algunos estudios sugieren, además, que el uso de la tecnología varía en función de factores como la ideología política, la raza o el nivel educativo de los usuarios (Breakstone et al., 2021).

3.METODOLOGÍA

La investigación, basada en una revisión sistemática en el contexto de la educación superior en Comunicación y Periodismo, parte de una pregunta central: ¿cómo se proyectan las iniciativas sobre alfabetización mediática ante la desinformación en los estudios publicados en español entre 2014 y 2023? Para dar respuesta a esta cuestión, se establecieron los siguientes objetivos verificables:

- Identificar si los estudios analizados corresponden a propuestas de alfabetización mediática o a actividades con resultados prácticos o estadísticos desarrolladas en centros concretos.
- Evaluar la idoneidad de los resultados obtenidos en dichos estudios y determinar su grado de satisfacción.
- Analizar la influencia de la pandemia de COVID-19 en la expansión de la desinformación en los medios de comunicación, así como su impacto en los resultados o propuestas de las investigaciones.
- Examinar el tipo de publicaciones en las que aparecen estos estudios, considerando el cuartil de las revistas científicas o si se trata de monográficos específicos sobre alfabetización mediática o periodística. La categoría académica de cada publicación permite delimitar el respaldo científico de los trabajos.

Para el análisis se seleccionó como corpus de trabajo un conjunto de artículos científicos publicados entre 2014 y 2023, localizados en tres bases de datos de referencia: Dialnet Plus, Scopus y Web of Science (WOS). Estas fueron elegidas por su amplia cobertura en el ámbito de las Ciencias Sociales y, especialmente, en el área de Comunicación. En el caso de Dialnet Plus, se valoró su enfoque en contenidos en español y su acceso a una variedad de documentos académicos, como revistas, tesis y otros trabajos relevantes.

La búsqueda se realizó utilizando las palabras clave “desinformación” y “alfabetización mediática” en Dialnet, y sus equivalentes en inglés, “disinformation” y “news literacy”, en Scopus y WOS. Además del rango temporal y las palabras clave, se aplicaron otros criterios de inclusión: los textos debían estar redactados en español, pertenecer al área de Ciencias Sociales, y más concretamente al campo de la Comunicación. No se descartaron los textos por no estar completos en la base de datos o por estar disponibles solo en formato de resumen. El resultado inicial arrojó un total de 54 artículos en Dialnet, 14 en Scopus y 17 en WOS, que cumplieran con los criterios establecidos.

Posteriormente, los artículos fueron descargados en el gestor bibliográfico Zotero para su organización y para eliminar duplicados. A partir de los títulos, se excluyeron aquellos textos que, aunque relacionados temáticamente, abordaban enfoques no vinculados a la comunicación o a la educación superior. Se identificaron 11 duplicados.

Una vez descargados, todos los textos fueron leídos para confirmar su pertinencia con los objetivos del estudio. Se excluyeron 34 artículos adicionales por diferentes motivos: algunos se limitaban a estudios empíricos sin propuestas concretas (6), otros eran exclusivamente teóricos (10), y algunos se centraban en revisiones sistemáticas sin vinculación a actividades educativas (4). También se descartaron trabajos con enfoque en otras nacionalidades fuera del ámbito hispánico (6), textos que no cumplieran con los requisitos formales de un artículo científico, como introducciones, epílogos o cartas institucionales (4), y artículos pertenecientes a otras disciplinas, especialmente del área sanitaria o vinculados a la infodemia durante la pandemia (4).

En el Grafico 1 se puede consultar el flujo de trabajo realizado.



Gráfico 1. Diagrama Prisma con la representación del proceso de búsqueda y recuperación de textos en el período analizado. Fuente: elaboración propia a partir de Page et al. (2021).

Después de la aplicación de los diferentes filtros, se obtuvo un total de 40 publicaciones científicas (ver anexo 1) que habían sido recogidas en 20 revistas académicas diferentes. Los países donde se publicaron las revistas son cuatro: Argentina; España, con una muestra mayoritaria; Perú; y Uruguay. Aunque no siempre coincide con la nacionalidad de los investigadores ni con el análisis de los datos.

Tabla 1. Publicaciones del corpus de trabajo por: título, cuartil y año de publicación						
CUENTA DE AÑO		CUARTIL				
Año	Título de revista	0	1	2	3	4
2019	Cultura y Educación		1			
	Profesional de la Información		1			
Total 2019			2			
2020	Comunicar		1			
	Icono14			2		
	Prisma Social: revista de investigación social				1	
	Revista internacional de relaciones públicas			1		
Total 2020			1	3	1	
2021	adComunica				1	
	CIC-Cuadernos de información y comunicación			1		
	Revista de Comunicación		1			
	Revista de comunicación de la SEECI			1		
Total 2021			1	2	1	
2022	Comunicar		3			
	Espejo de Monografías de Comunicación Social	1				
	Revista de Comunicación		1			
	Vivat Academia			1		
Total 2022		1	4	1		
2023	adComunica				2	
	Comunicar		1			
	Correspondencias & Análisis					
	Documentación de las ciencias de la información					1
	Espejo de Monografías de Comunicación Social	3				
	Estudios sobre el mensaje periodístico			4		
	Hologramática					
	Icono14			1		
	Informatio: Instituto de Información. Facultad de Información y Comunicación					2
	Profesional de la Información		1			
	RAE-IC: Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación				1	
	Revista de Comunicación		1			
Revista latina de comunicación social		1				
Revista Mediterránea Comunicación			2			
Total 2023		3	4	7	3	3
Total general		4	12	13	5	3

Fuente: Elaboración Propia.

Clasificación de las publicaciones en las que se incluyen los textos recuperados por año, título y cuartil en SCOPUS, Dialnet plus y WOS.

Como se puede ver en la tabla 1, las publicaciones repetidas son *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación* (n=5), *Estudios sobre el mensaje periodístico* (n=4), *Icono 14* (n=3), *adComunica: revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación* (n=3), *Revista de Comunicación* (n=3), *Informatio: Instituto de Información* (n=2), *Revista Mediterránea Comunicación-Journal of Communication* (n=2) y el monográfico "Narrativas digitales contra la desinformación. Verificación de datos y alfabetización en la sociedad digital" publicado por *Espejo de Monografías de Comunicación Social* (n=5).

En función del índice de revistas, el año de publicación y el área de conocimiento, los cuartiles, en los que se sitúa una misma revista, pueden variar, por lo que en este estudio se ha optado por seleccionar dos de los índices a los que pertenecen 2 de las bases de datos objeto de análisis: SJR (perteneciente a SCOPUS) y Dialnet *metrics* (de Dialnet). No se han tenido en cuenta los datos de WOS, ya que difieren en gran medida de los de SJR y Dialnet, siendo estos dos últimos más similares en la mayoría de los casos. Además, se ha tomado el índice de impacto del año 2022; en muchos casos no se disponen aún de los datos de 2023. En último lugar, el área de conocimiento de 'comunicación' es del que se han tomado los datos, ya que uno de los objetivos de este trabajo es realizar una revisión sistemática de la literatura en el contexto de la educación superior en Comunicación y Periodismo.

En este sentido se encontraron los siguientes resultados: 4 de los textos no están incluidos en ninguno de los índices anteriormente mencionados: 1 en 2022 y otros 3 en 2023. Eso sí, todos ellos se encuentran en la base de datos de Dialnet, pero no están indexadas en Dialnet *metrics*. Únicamente un total de 3 artículos publicados en 2023 se encuentran situados en el cuartil 4 y 5 en el cuartil 3 (3 de ellos de 2023, 1 de 2021 y otro de 2020). Por tanto, predominan las publicaciones de alto nivel indexadas en el C1: un total de 12, de las cuales 2 son de 2019, 1 de 2020, 1 de 2021, 4 de 2022 y 4 de 2023. Algo similar ocurre con las del C2, ya que se hallan 13 textos: 7 de 2023, 1 de 2022, 2 de 2021 y 3 de 2020. Se puede afirmar, por tanto, que la mayoría de las publicaciones, del total del corpus de textos analizados, se encuentran en los dos primeros cuartiles de los índices objeto de estudio. Esto indica que, a pesar de no ser un amplio número los artículos que versan sobre este tema en particular, los que hay se publican en revistas muy relevantes en el sector.

En su totalidad la categoría a la que pertenecen las revistas analizadas en este estudio es 'Comunicación'. La única excepción es la que lleva el título de *Cultura y educación* que se encuentra clasificada en la categoría de 'Estudios culturales'.

Por otro lado, para poder averiguar el índice de frecuencia de palabras y conceptos presentes en los artículos se hizo uso del programa *Atlas.ti*. Este *software* ofrece la posibilidad de importar los textos desde Zotero para luego analizar el número de veces que se repiten las palabras, y/o conceptos de los mismos, representándolos en nubes de palabras, árboles o tablas. Estos gráficos de co-ocurrencia facilitan el estudio; ayudan a observar la evolución temática que predomina en cada uno de los períodos de tiempo objeto de análisis. Los gráficos producidos son interactivos: al presionar sobre uno de ellos se indica en qué contexto (frase o fragmento del texto) se encuentra cada uno de ellos.

Con el fin de representar gráficamente los documentos analizados, se ha utilizado el programa informático *Research Rabbit*. Este programa hace uso de la inteligencia artificial para presentar un mapa de los artículos. Para ello, ofrece la posibilidad de importar dichos textos a través de Zotero. Una vez hecho esto, se generan representaciones visuales en las que cada uno de los primeros autores, junto al año de publicación, aparecen reflejados en una esfera de color verde. Se representan por tanto los datos externos de los documentos (autor y fecha) (ver Gráfico 2).

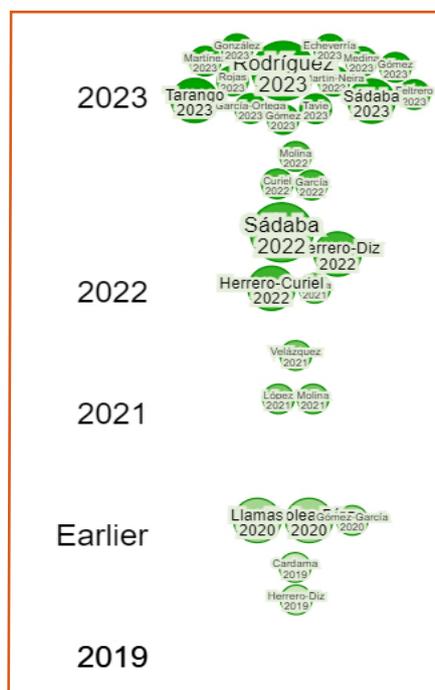


Gráfico 2. Publicaciones analizadas representadas por año y primer autor. Fuente: Elaboración propia.

El tamaño de las esferas dependerá del número de publicaciones que haya firmadas por ese autor en el corpus de textos analizados. La proximidad entre unos círculos y otros significa la conexión que existe entre los firmantes de los artículos. A menor distancia entre los círculos, mayor conexión. Esto indica que la autoría habrá sido compartida.

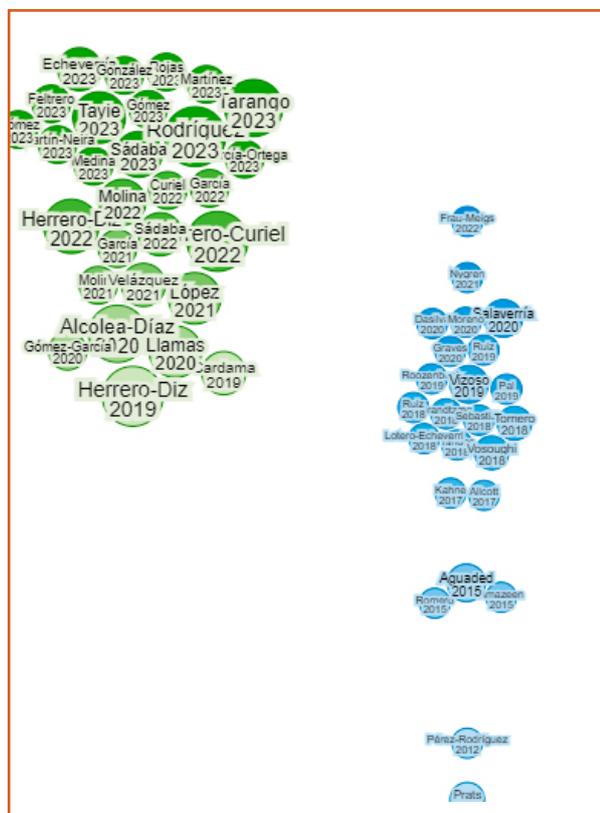


Gráfico 3. Textos analizados en contraposición con los textos relacionados, de temática similar. Fuente: Elaboración propia

Se lleva a cabo una selección previa de los documentos de temática similar no aportados al análisis, sino recuperados a través de la inteligencia artificial (esferas de color azul). Esto ayuda a entender qué textos/publicaciones se han aportado en el presente estudio, con respecto a todos los que puede haber en la red de esta misma temática. En este sentido, se conoce la fuente de información exacta de cada una de las publicaciones incluidas en el estudio, es decir, las bases de datos donde se han recuperado, pero se desconoce la procedencia de aquellas que aparecen en el gráfico disponibles a través de la inteligencia artificial.

Por tanto, con este programa se producirá una imagen visual de los datos externos de los documentos, mientras que en el caso de *Atlas.ti* se hace un análisis de contenido. Ambos programas son complementarios y aportan una visión completa del área de conocimiento analizado.

4. ANÁLISIS

Para extraer los datos de los artículos seleccionados (ver anexo 1), se elaboraron fichas mediante la plataforma Zotero para cada uno de ellos, en las que se registraron datos clave como la población objeto de estudio, nacionalidad, universidad, revista y enfoque del estudio (propuesta teórica, actividad práctica o encuesta). En cuanto a la metodología y enfoque, se clasificaron 16 artículos como propuestas curriculares, 11 centrados en actividades y 13 basados en encuestas.

Partiendo de la pregunta de investigación sobre cómo se está alfabetizando en desinformación desde los estudios de comunicación en español entre 2014 y 2023, se analizaron diversos enfoques, metodologías y elementos como términos frecuentes, instituciones de procedencia y revistas de publicación, que facilitaron el desarrollo del análisis.

La desinformación, como tema de interés en comunicación, ha evolucionado en la última década, pasando de un fenómeno marginal a una preocupación central en la esfera pública y política. Este cambio ha estado marcado por factores como la proliferación de redes sociales, la posverdad, y la pandemia de COVID-19. Para este estudio se distinguieron tres etapas: textos publicados antes de la pandemia (2014–2019), durante los años inmediatos posteriores (2020–2022), y en 2023 (sin considerar 2024 por estar en curso).

En 2014, las redes sociales ya actuaban como catalizadoras de la desinformación al facilitar la difusión masiva de contenidos falsos. Sin embargo, en el corpus analizado no se reflejaban propuestas académicas concretas frente a este fenómeno antes de 2019. El término «posverdad» cobró protagonismo en 2016 en contextos como el referéndum del Brexit o las elecciones presidenciales en EE. UU., donde la desinformación fue usada estratégicamente (Broda y Strömbäck, 2024). Aunque surgieron iniciativas como Maldita.es (2018), en las bases de datos revisadas sólo se hallaron dos artículos científicos publicados en 2019 sobre alfabetización mediática ante la desinformación, ambos en universidades españolas y centrados en estudiantes universitarios.

En el gráfico 3 (esferas de color azul) se observa cómo son únicamente 15 los textos publicados antes de 2019 que versan sobre esta temática. Se podría afirmar entonces que el análisis realizado en este trabajo es bastante exhaustivo. Esto se debe a que, tras realizar búsquedas en 3 bases de datos de reconocido prestigio, son únicamente 15 el total de textos recuperados en la red de esta misma temática en un período de 7 años.

Herrero Diz *et al.* (2019) abordan la problemática de la desinformación en internet y la credibilidad de las noticias que se publican en la red desde una investigación aplicada a una muestra de 188 estudiantes universitarios de Educación y de Comunicación en la Universidad Loyola de Andalucía. Los investigadores realizaron una actividad basada en el test CRAAP, que evalúa cinco criterios de la información: la actualidad, la relevancia, la autoridad, la precisión y

el propósito. El estudio confirmó que la credibilidad de una noticia depende significativamente del medio que la difunde y del nivel de formación de los estudiantes por lo que el alumnado de Comunicación demostró tener una mayor capacidad para evaluar críticamente las noticias en comparación con los estudiantes de Educación. Así, el artículo subraya la importancia de la alfabetización mediática como herramienta para combatir la desinformación; que los estudiantes puedan evaluar críticamente la información y protegerse contra las noticias falsas adquiriendo competencias mediáticas que deben integrarse en los planes de estudio y, por tanto, fortalecer la capacidad crítica de los futuros profesionales.

También Martínez-Cardama y Algora-Cancho (2019) subrayan la importancia de la alfabetización mediática y la formación en competencias y recursos educativos para la población universitaria a la hora de detectar y evaluar la información veraz, pero lo hacen analizando el potencial de las bibliotecas universitarias y la colaboración de estas con el profesorado para concienciar sobre las noticias falsas y combatir la desinformación. El artículo explica la actual labor y acciones desarrolladas por las bibliotecas universitarias españolas ante esta cuestión con la ayuda de un cuestionario aplicado a 75 universidades públicas y privadas de España. La respuesta fue del 56% y los resultados manifestaron la preocupación ante la desinformación en la educación superior y cómo las bibliotecas pueden ejercer un papel relevante como agentes en la alfabetización.

Ante estos resultados, se puede entender que, durante los años previos a la pandemia, la desinformación no era un tema tan relevante en la agenda de investigación en español como lo será más adelante. Las prioridades de investigación en comunicación en muchos países de habla hispana se centraban en otros temas, como la digitalización de los medios (Bustamante, 2010; Legerén, 2012, Martín-Guart, 2012; Baiget, 2014) la participación ciudadana en la era digital (Ure, 2010; Parra, 2011; Pedreira, 2013; Sánchez, 2017) y el impacto de las redes sociales en la política y en la sociedad (Mármol, 2010; Urribarri, 2011; Mc Phail, 2013; Tascón, 2013), temas destacados por ser considerados más urgentes, pero también por los que había una mayor probabilidad de recibir financiación por estar más de actualidad en la agenda de preferencias de los investigadores. La desinformación, aunque presente, no había provocado una atención académica significativa en los estudios de comunicación si se atiende a los resultados. Tampoco se puede desechar la idea de que se publicaran artículos científicos sobre desinformación y alfabetización mediática en otros idiomas, principalmente en inglés, porque se diera una mayor relevancia a esa temática que en las revistas en español.

Esta tendencia empieza a cambiar cuando se toma conciencia sobre el impacto de la desinformación, especialmente a raíz de la pandemia de COVID-19 y del fenómeno de la infodemia. La crisis sanitaria global generó una demanda sin precedentes de información, y la incertidumbre y el miedo propiciaron la propagación de rumores y teorías de conspiración que complicaron los esfuerzos para controlar la pandemia desde la comunicación, incluyendo resistencia a las medidas de la salud pública y la vacunación. Esto desde el ámbito de la información sanitaria. De hecho, en 2023 un 64% declara estar preocupado total o parcialmente por la difusión de contenidos falsos por internet, mientras que en 2018 era de un 69%. Por tanto, parece que actualmente la sociedad es más crítica con la información y más capaz de detectar y evitar la desinformación (Vara-Miguel, 2023).

En los estudios sobre comunicación es evidente que la infodemia e infoxicación ha complicado la recepción de información precisa por parte de las audiencias, pero la alfabetización mediática puede ser una solución efectiva y fomentar una ciudadanía más responsable; ayudar a las personas en el manejo de la ingente cantidad de información disponible en la actualidad para saber evaluar las fuentes, verificar la exactitud de los datos proporcionados o incluso comprender cómo los algoritmos pueden influir en la recepción de la información.

Morejón-Llamas (2020) tiene en cuenta precisamente ese entorno de exceso de información, la rapidez de circulación de las noticias, la emocionalidad de los mensajes y la falta de confianza en las instituciones, por lo que en el artículo se subraya la importancia del papel de las instituciones en la lucha contra la desinformación. Teniendo en cuenta una muestra de recursos visuales (20) mediante análisis de contenido y de discurso intenta determinar si las instituciones

siguen eficazmente directivas internacionales sobre alfabetización mediática y concluye que sería necesaria una estrategia coordinada en la que se vieran involucrados los medios, los periodistas, los educadores y los gobiernos para mejorar la aplicación de dichas directrices. También Muñiz y Navazo (2021) atienden en su artículo a recursos visuales, a la desinformación visual (80 ítems), durante la aparición y desarrollo de la pandemia para obtener unas pautas comunes referenciales que pudieran ser extrapolables y evitar la manipulación de la imagen que se daba en ese tiempo. Estos artículos son dos de los seis artículos científicos donde se presentan diferentes propuestas dentro del periodo 2020-22 publicadas por investigadores de universidades españolas: Santiago de Compostela, Cantabria, Sevilla, Salamanca, Universidad Nebrija, Rey Juan Carlos, o las sevillanas Pablo de Olavide y Loyola, como en estos dos casos comentados.

En la propuesta de Alcolea-Díaz *et al.* (2020), de las universidades de Sevilla y Rey Juan Carlos, analizan el currículo de Alfabetización Mediática e Informativa (AMI) del profesorado, elaborado por la UNESCO, que establece la necesidad de la alfabetización mediática en los docentes de Comunicación para la impartición entre sus estudiantes atendiendo especialmente el análisis crítico del contenido y el papel de los medios en democracia, aunque contemplan la insuficiente atención a los medios que se sigue llevando a cabo.

Sixto-García *et al.* (2021) centran su estudio en dos medios nativos digitales de España y Portugal, *eldiario.es* y *Observador*, a través de entrevistas a profesionales de la verificación en estos periódicos y establecen cuáles son los pasos para gestionar la verificación de contenidos generados por los usuarios y cuál es la implicación de las audiencias en la lucha contra la desinformación, crucial para mantener la credibilidad. En el artículo se contempla como una amenaza para el periodismo y la democracia las *fake news* y la desinformación y abogan por una mayor alfabetización mediática y digital proponiendo los modelos DIGCOMP y TPACK.

Dentro de las propuestas, las publicaciones de dos monográficos, el coordinado por García-Ruiz y Pérez-Escoda (2020) y el capítulo 3 de *La alfabetización mediática e informativa en las Facultades de Comunicación en España* de Martín García y Marcos Ramos (2022). En el primer artículo publicado como monográfico se centra en la redefinición de la digitalización y la conectividad sobre las dinámicas sociales y educativas y cómo esa transformación digital se vio acelerada por la pandemia de Covid-19. En el texto se insiste sobre la educación en comunicación para el desarrollo de competencias digitales y transmediáticas y el fomento del pensamiento crítico, sin olvidar que algunas redes sociales (X e Instagram) pueden presentarse como plataformas educativas. Este monográfico propone un enfoque curricular sobre cómo la convergencia entre comunicación y educación puede enfrentar los retos de la desinformación y mejorar la alfabetización mediática en un mundo digital. Martín García y Marcos Ramos (2022) también inciden en el aspecto del pensamiento crítico y, en consecuencia, se plantea como necesario diseñar políticas educativas desde la universidad que contribuyan al desarrollo de una ciudadanía crítica y activa. Gómez-García y Carrillo-Vera (2020), de las universidades de Valladolid e Internacional de Valencia, se adentran en el mundo de los videojuegos y el periodismo a través de los *newsgames*, de su discurso, y la posible vinculación de estos con la desinformación y el impulso para la alfabetización mediática en un género donde su naturaleza lúdica e interactiva puede llevar a oscurecer el propósito informativo. Los juegos digitales utilizados en la práctica explicada en el artículo científico fueron Bad News (DROG, 2017), Fake It To Make It (Amanda Warner, 2017), iReporter (BBC, 2018) y Factitious (Augame Studio, 2017-20). Después de su análisis, de corte cualitativo, los investigadores señalan a los *newsgames* como posibles herramientas de alfabetización mediática.

Se discriminan en este periodo de tiempo (2020-22) también los artículos científicos que explicaban experiencias y actividades en las aulas universitarias. Como en Calvo, Cano-Orón y Esteban Abengozar (2020), que desarrollan una actividad llevada a cabo en el espacio universitario para mejorar la alfabetización mediática y que consistía en la identificación de *bots* sociales en 10 cuentas de Twitter (ahora X) en contextos de desinformación política de casos reales. A los estudiantes se les explicó y se les entregó una serie de recursos para facilitar dicha identificación y respondieron a un cuestionario online cuyo resultado pusieron

En 2023, la desinformación sigue siendo un desafío persistente y complejo sobre el que se presta una mayor atención en su estudio, siendo así el concepto que predomina en este período con una frecuencia de 713 casos. En las investigaciones señalan los esfuerzos significativos para combatir la desinformación, pero también cómo esta sigue evolucionando y adaptándose. Entre esos esfuerzos para afrontar la desinformación, hay algunos de los artículos que apuntan la importancia de la verificación, sea de tipo personal y basada en el pensamiento crítico con la ayuda de alguna herramienta tecnológica básica (Dafonte Gómez, 2023), sea con acciones más específicas de *fact checking* puestas en práctica en medios (Sierra Martínez, 2023) y con un control de experiencias (Tarango y Machin-Mastromatteo, 2023) como las políticas de alfabetización que están desarrollando las plataformas de verificación en España, pero también en Italia y Portugal, o bien la descripción y explicación de 120 *fact checkers*, 120 herramientas y 50 proyectos que aportan el conocimiento de una cartografía mundial (Tejedor Calvo y Sancho-Ligorred, 2023).

Otras propuestas de estudios de 2023 versan sobre la necesidad de establecer unas pautas de alfabetización informacional y mediática (Cabrera Castiglioni *et al.*, 2023) que puedan ser utilizadas por los docentes en las aulas, pero también por los periodistas, convirtiéndose en educadores mediáticos (Marcos Martín-Martín y Palomo, 2023). Así, el concepto de alfabetización mediática se repite en un total de 446 casos en este año. La generación de una alfabetización digital y científica en las audiencias se evidencia en un periodismo especializado como el científico, puesto que muchas veces muestran una escasa cultura sobre ciencia y tecnología y el enfrentarse a las noticias y fuentes veraces se hace más complicado, como señalan Martín-Neira *et al.* con la entrevista a profesionales y especialistas en la materia y con la presentación de un decálogo para facilitar esa educación a los públicos lectores de información científica. Además, hay una propuesta de revisión documental legislativa de informes y textos de la Unión Europea (Sádaba y Salaverría, 2023) en la que se evalúa la relevancia que se concede a la alfabetización mediática para enfrentarse a la desinformación y se concluye apostando por una responsabilización de la ciudadanía siempre contando con políticas activas de alfabetización mediática.

Las actividades que se proponen en los artículos recopilados en 2023 son 8, dirigidas al público general, a la ciudadanía; dentro de la educación reglada a la secundaria y a la educación superior, y, por supuesto, a los profesionales de la información.

Cea *et al.* (2023) utilizan la técnica del encuadre de forma diacrónica (2016-2022) con cinco periódicos de información general para conocer la evolución en la agenda mediática de los bulos y la desinformación. Los resultados del estudio indican una transición hacia una cobertura más interpretativa que contextualiza las informaciones, minimizando así las *fake news* y desmentidos más destacados en los primeros años del corpus analizado.

Dafonte-Gómez (2023) explica las diferentes actividades desarrolladas por estudiantes de Publicidad en el proyecto DIXITAIS de la Universidad de Vigo. Fundamentalmente, la creación de piezas audiovisuales divulgativas sobre la alfabetización mediática y digital con algunos vídeos con más de 60.000 reproducciones que contribuyeron a la concienciación de este tema. También se intenta dar protagonismo al contenido audiovisual con el proyecto "Is this legit?", de García-Ortega (2023), que involucró a estudiantes de secundaria en la visualización y verificación de 37 vídeos virales sobre diversos temas de actualidad. Este estudio concluye que la mayoría de estudiantes se centra en técnicas de verificación como la lectura lateral y la búsqueda inversa de imágenes ante el contenido engañoso, el contenido falso y el contenido fabricado que encontraban en los vídeos.

Feltrero *et al.* (2023) presenta un proyecto educativo europeo llamado YouVerify! que busca fomentar la alfabetización mediática e informacional (AMI) a través de un curso masivo en línea social (sMOOC) titulado "Desinformación Paso a Paso" dirigido a estudiantes y periodistas, mediadores entre las noticias y el público. Que los ciudadanos puedan entender y confirmar la información que consumen como veraz con apoyo de la verificación y la refutación de las noticias. Esa necesidad de incluir la alfabetización mediática como una asignatura obligatoria también

la contemplan Mateus y Gómez Rojas (2023) en las escuelas peruanas, con la involucración de profesores y familias. La actividad que se cuenta en el artículo se desarrolló entre estudiantes de secundaria de una zona desfavorecida de Perú en la que se evaluaban sus capacidades en actualidad, relevancia, autoría, precisión y propósito del texto (CRAAP) de dos noticias, una verdadera y otra falsa, sobre las elecciones presidenciales de Perú de 2021. El estudio de Morejón-Llamas (2023) no es tampoco ajeno a la necesidad urgente de desarrollar competencias mediáticas en los jóvenes, no únicamente adolescentes, para que puedan navegar de manera crítica y segura en el entorno digital actual en este caso con los resultados obtenidos con el análisis de *newsgames* siguiendo un método deductivo para aportar una visión explicativa-descriptiva que escenifique el empleo de la ludificación en el plano de la información y con la atención específica hacia el juego GoViral!, creado contra la desinformación sobre la COVID-19. Destacable es la actividad reseñada en el artículo de Sádaba *et al.* (2023), dirigida a otro tipo de públicos como son los mayores de 50 años, un colectivo considerado más vulnerable. La actividad consistió en evaluar la eficacia de un curso, que se impartió a través de *WhatsApp*, para mejorar las habilidades en la detección de noticias falsas. El curso tuvo una duración de 10 días y la muestra utilizada para tal fin fue de 1.029 individuos donde se utilizó un grupo de control y otro de experimentación. Este último terminó mostrando una mayor seguridad en su capacidad para evaluar la veracidad de las noticias, pero también, en algunos casos, llevó a un efecto de sobreconfianza. Las conclusiones extraídas en el artículo determinan la necesidad de esa formación (alfabetización) con un diseño de cursos asequibles y en unas plataformas adecuadas para una mejor estrategia educativa.

Finalmente, en el corpus de 2023, se encuentran distintos estudios basados en encuestas. Cuestionarios más básicos y otros más cercanos a las entrevistas en profundidad realizadas a los ciudadanos de Argentina (Pino y Arréquez Manozzo), México (Echeverría y Rodríguez Cano) y España (Medina *et al.*) como evaluación de sello de calidad de los medios de comunicación de los diferentes países y su relación con la presencia de informaciones no veraces. La internacionalidad también está presente en Samie-Tayie *et al.* con la colaboración entre profesores de la Universidad Autónoma de Barcelona y una profesora de un centro de educación superior de Egipto (The Arab Academy for Science, Technology and Maritime Transport) a la hora de realizar unas encuestas entre estudiantes de ambas nacionalidades, española y egipcia, sobre el compromiso responsable de los medios de comunicación en la filtración de bulos y desinformación con resultados poco halagüeños en ese aspecto. Los encuestados expresaron una serie de percepciones negativas sobre la eficacia de los medios de comunicación profesionales en el cumplimiento de sus funciones como verificadores, sin embargo, los encuestados sí vieron como positiva la correlación entre alfabetización mediática e identificación de noticias falsas; algo necesario entre la ciudadanía que quiere estar informada.

También en los artículos de 2023 se encuentran encuestas dirigidas a aquellos responsables de la alfabetización de los ciudadanos, como son los profesores universitarios y los implicados en los medios: periodistas, asociaciones de prensa y relaciones públicas. En el caso del estudio de Perdomo *et al.* (2023), con una encuesta realizada a 123 docentes de la universidad peruana, se confirmó que el conocimiento sobre las *fake news* no es suficiente y los docentes, y en consecuencia sus alumnos, son vulnerables ante la desinformación. Los profesores afirmaban ser capaces de identificar noticias falsas, sin embargo, la mayoría no supo definir bien el término *fake news* ni reconocer qué noticias eran verdaderas o falsas en un contexto político, habitual en la información de carácter general. Mientras, en las nueve entrevistas realizadas por Rodríguez-Fernández y Establés (2023), a profesionales de la comunicación, se certificó que se carecía de estrategias capaces de anticipar y neutralizar las desinformaciones que llegan hasta los medios y a los públicos directamente, por lo que, una vez más se demandaban iniciativas de alfabetización mediática para todos, además de una mayor profesionalización en el periodismo donde la verificación y la comprobación de fuentes sea esencial. La verificación en la comprobación de la exactitud de los datos, la corroboración de los hechos y su contextualización y la meticulosidad y responsabilidad del periodista también a la hora de revisar y comprobar las fuentes para que los medios den la calidad que esperan los ciudadanos.



Gráfico 5. Nube de palabras que representa los conceptos de las publicaciones de 2023 Fuente: Elaboración propia

Si se hace un análisis del corpus completo de textos que comprenden la totalidad de períodos de tiempo (de 2019 a 2023) se pueden obtener las siguientes conclusiones. Tal y como se observa en el gráfico 7, es 'información' el concepto clave predominante en el total de textos analizados en este corpus (1338 casos). En segundo lugar, el término 'comunicación' con 959 casos; los 'medios' (tercer concepto más repetido en un total de 900 casos) de comunicación son los responsables de difundir 'noticias' (con una frecuencia de 749 casos) que contengan datos certeros, veraces y objetivos.



Gráfico 6. Nube de palabras que representa los conceptos de las publicaciones de la totalidad de períodos de tiempo analizados. Fuente: Elaboración propia

Por tanto, mientras que en 2023 era 'desinformación' el concepto con un índice de frecuencia más alto, en el corpus total de textos es 'información' el concepto más repetido. Parece que a lo largo de los años predomina el estudio 'investigación' de la información y datos en general con el fin de saber diferenciar si son fiables o 'fake'. Se podría afirmar que la tendencia es a la enseñanza o alfabetización informacional de la población

5. CONCLUSIONES

La desinformación ha experimentado una evolución significativa en la última década, impulsada por el auge de las redes sociales, la política de la posverdad, la pandemia de COVID-19 y, en los últimos años, los avances tecnológicos derivados de la Inteligencia Artificial (IA). Esta última ha facilitado la creación de contenidos falsificados que resultan cada vez más difíciles de distinguir de la realidad. De hecho, el informe de predicciones de Gartner para 2024 (Gartner, 2023) señala a la IA como una base estratégica de información, pero también como una herramienta que puede facilitar la desinformación, por ejemplo, mediante la generación de *deepfakes*. Sin embargo, a lo largo de este tiempo también se han desarrollado múltiples esfuerzos para contrarrestar este fenómeno.

En este marco, en la presente investigación se planteó cómo abordar el desafío de la desinformación a través de la alfabetización mediática, centrándose en una serie de objetivos clave para ofrecer una visión global de las publicaciones recogidas en Dialnet Plus, Scopus y Web of Science, en el ámbito académico de habla hispana, dentro del contexto de la educación superior en Comunicación y Periodismo, durante el período 2014-2023.

Al revisar estos objetivos, pueden extraerse las siguientes conclusiones:

En primer lugar, se analizaron los estudios identificándolos según su naturaleza: propuestas teóricas, actividades prácticas o investigaciones basadas en encuestas. De los trabajos revisados, 16 corresponden a propuestas curriculares orientadas a integrar la alfabetización mediática en los planes de estudio, con el propósito de fortalecer el pensamiento crítico de los futuros profesionales de la comunicación y el periodismo. Estas propuestas sugieren incluir asignaturas sobre verificación de noticias, análisis crítico de fuentes o producción de contenidos veraces.

Por otro lado, 11 estudios describen actividades prácticas centradas en el abordaje de las noticias falsas, mientras que 13 se basan en encuestas o análisis estadísticos. En conjunto, estas investigaciones proponen implementar proyectos formativos, fomentar la familiarización con plataformas de verificación, organizar campañas de concienciación y promover talleres o seminarios con expertos. Tanto el enfoque teórico como el práctico evidencian la necesidad de una acción multidimensional que involucre a universidades, medios de comunicación, plataformas tecnológicas, instituciones políticas y a la sociedad en su conjunto.

En segundo lugar, se evaluó la calidad e idoneidad de los resultados obtenidos. La investigación cumple con este objetivo, ya que los artículos analizados fueron publicados mayoritariamente en revistas de alto impacto, ubicadas en los dos primeros cuartiles. Además, el uso de herramientas como *Atlas.ti* y *Research Rabbit* permitió identificar patrones y representar gráficamente las tendencias de los contenidos, lo que enriqueció el análisis. En conjunto, los resultados son satisfactorios, al constatar que los estudios aportan herramientas eficaces para enfrentar la desinformación y mejorar las competencias mediáticas en los entornos educativos.

El tercer objetivo se centró en analizar la evolución de la desinformación a lo largo del tiempo y el impacto de la pandemia. Los resultados muestran un claro aumento de la producción científica a partir de 2020, lo que sugiere que la infodemia asociada al COVID-19 actuó como catalizador para el desarrollo de iniciativas de alfabetización mediática. A partir de ese momento, se observa una mayor preocupación por formar a los usuarios frente a la desinformación mediante actividades concretas. No obstante, antes de 2019 los estudios sobre esta temática eran escasos tanto en las bases de datos analizadas como en el ámbito académico general.

El cuarto objetivo hacía referencia al tipo de publicaciones en las que se incluían los artículos seleccionados. La mayoría de los textos fueron publicados en revistas del ámbito de la Comunicación, principalmente de origen español. De las 20 revistas que conforman el corpus, solo cuatro proceden de Argentina, Perú y Uruguay. Además, algunos números incluían varios

artículos sobre el tema, y cinco de los textos pertenecen a un monográfico especializado.

Respecto al posicionamiento de las revistas en los índices de impacto, 13 artículos se encuentran en revistas del cuartil 2 y 12 en el cuartil 1. Solo tres están en el cuartil 4 y cinco en el cuartil 3. Estos datos refuerzan la conclusión de que la desinformación y la alfabetización mediática son temas de creciente relevancia en la investigación académica, publicándose mayoritariamente en revistas de prestigio. Esto indica que el campo es considerado pertinente y prioritario dentro del ámbito universitario.

REFERENCIAS

- Aguaded, I., y Romero-Rodríguez, L. (2015). Mediamorfosis y desinformación en la infoesfera: Alfabetización mediática, digital e informacional ante los cambios de hábitos de consumo informativo. *Education in the Knowledge Society*, 16(1), 44-57. <https://doi.org/10.14201/eks20151614457>
- American Library Association. (1989). *Presidential committee on information literacy: Final report* [White paper]. <http://www.ala.org/acrl/publications/whitepapers/presidential>
- Badillo, A. (2019, mayo 14). La sociedad de la desinformación: propaganda, 'fake news' y la nueva geopolítica de la información. *Real Instituto Elcano*. <https://www.realinstitutoelcano.org/documento-de-trabajo/la-sociedad-de-la-desinformacion-propaganda-fake-news-y-la-nueva-geopolitica-de-la-informacion>
- Baiget, T. (2014). Las revistas científicas ante la digitalización y la globalización. *Revista Española de Drogodependencias*, 1, 5-11.
- Breakstone, J., Smith, M., Wineburg, S., Rapaport, A., Carle, J., Garland, M., y Saavedra, A. (2021). Students' civic online reasoning: A national portrait. *Educational Researcher*, 50(8), 505-515. <https://doi.org/10.3102/0013189X211017495>
- Broda, E., y Strömbäck, J. (2024). Misinformation, disinformation, and fake news: Lessons from an interdisciplinary, systematic literature review. *Annals of the International Communication Association*, 48(2), 139-166. <https://doi.org/10.1080/23808985.2024.2323736>
- Bustamante Giralt, G., Cobo Barri, E., Gabaldà Azofra, J., Portús i Vinyeta, M. D., y Vives i Gràcia, J. (2010). Políticas del Departamento de Cultura y Medios de Comunicación de la Generalitat de Catalunya para la digitalización de la cultura. *BiD: Textos Universitaris de Biblioteconomia i Documentació*, 24. <https://doi.org/10.1344/105.000001555>
- Carmi, E., Yates, S. J., Lockley, E., y Pawluczuk, A. (2020). Data citizenship: Rethinking data literacy in the age of disinformation, misinformation, and malinformation. *Internet Policy Review*, 9(2). <https://doi.org/10.14763/2020.2.1481>
- Chomintra, M. (2023). Assessing the use of critical literacies in mis/disinformation literacy instruction. *The Journal of Academic Librarianship*, 49(5). <https://doi.org/10.1016/j.aca-lib.2023.102762>
- CILIP. (2018, April 4). What is information literacy? <https://www.cilip.org.uk/page/information-literacy>

- D'Ancona, M. (2019). *Posverdad. La nueva guerra contra la verdad y cómo combatirla*. Alianza Editorial.
- De Paor, S., y Heravi, B. (2020). Information literacy and fake news: How the field of librarianship can help combat the epidemic of fake news. *The Journal of Academic Librarianship*, 46(5), 102218. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2020.102218>
- Gartner. (2023). *Gartner's top strategic predictions for 2024 and beyond*. <https://www.gartner.com/en/articles/gartner-s-top-strategic-predictions-for-2024-and-beyond>
- Koltay, T. (2011). The media and the literacies: Media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, Culture & Society*, 33(2), 211–221. <https://doi.org/10.1177/0163443710393382>
- Kovach, B., y Rosenstiel, T. (2012). *Los elementos del periodismo* (A. D. Rodríguez, Trad.). Santillana Ediciones Generales. (Original publicado en 2001)
- Legerén Lago, B. (2012). De Homero a Laidlaw. La digitalización recupera la participación en la obra narrativa. *Icono14*, 10(2), 29–42. <https://doi.org/10.7195/ri14.v10i2.153>
- Mármol, J. N. (2010). Del rechazo a los medios, al uso de las redes sociales. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 112, 4–9.
- Martín-Guart, R. F. (2012). La digitalización como eje de transformación de las agencias de medios españolas. *Pensar la Publicidad: Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 6(2), 427. https://doi.org/10.5209/rev_PEP.2012.v6.n2.41243
- Mc Phail Fanger, E. (2013). El debate sobre medios, redes sociales y democracia. *Razón y Palabra*, 85. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=5181513>
- Nguyen, D., y Hekman, E. (2022). The news framing of artificial intelligence: A critical exploration of how media discourses make sense of automation. *AI & Society*. <https://doi.org/10.1007/s00146-022-01511-1>
- Organización Mundial de la Salud. (2020). *Gestión de la infodemia sobre la COVID-19: Promover comportamientos saludables y mitigar los daños derivados de la información incorrecta y falsa*. <https://www.who.int/es/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., ... y Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. *The BMJ*, 372. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Parra Orozco, J. D. (2011). Narrativas del periodismo ciudadano: Espacios informativos etiquetados como periodismo ciudadano. *Revista Luciérnaga - Comunicación*, 3(6), 23–27. <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/article/view/274>
- Pedreira Souto, E. (2013). Periodismo ciudadano: Entre la profesionalidad y la participación. *Comunicación y Hombre: Revista Interdisciplinaria de Ciencias de la Comunicación y Humanidades*, 9, 21–22. <https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2013.9.418.21-22>

- Pérez Tornero, J. M., Samy Tayie, S., Tejedor, S., y Pulido, C. (2018). ¿Cómo afrontar las noticias falseadas mediante la alfabetización periodística? Estado de la cuestión. *Doxa Comunicación*, 26, 211–235. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n26a10>
- Salaverría, R., y Cardoso, G. (2023). Futuro de los estudios sobre desinformación: Campos de investigación emergentes. *Profesional de la Información*, 32(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.25>
- Sánchez Guijaldo Pintor, M. P. (2017). "Periodismo ciudadano", ¿un nuevo fenómeno de periodismo? *Documentación de las Ciencias de la Información*, 40, 31–54. <https://doi.org/10.5209/DCIN.57161>
- Tascón, M., y Quintana, Y. (2013). Los medios ausentes: Redes sociales, Internet, medios de comunicación y activismo. *Temas para el Debate*, 228, 34–36.
- Thoman, E., y Jolls, T. (2003). *Literacy for the 21st Century: An overview & orientation guide to media literacy education*. Center for Media Literacy. <https://www.boostskills.eu/files/5-literacy-for-the-21-century.pdf>
- Ure, M., y Parselis, M. (2010). Una ética autorregulada para el periodismo ciudadano. *Global Media Journal México*, 7(13). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=3726778>
- Urribarrí, R. (2011). Redes sociales y medios digitales: ¿alternativa comunicacional en Venezuela? *Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación*, 156, 47–52. https://gumite-ca.org/PDF/COM2011156_47-52.pdf
- Vara-Miguel, A., Negredo, S., Moreno, E., Kaufmann, J., y Amoedo, A. (2023). *Digital News Report 2023: Spain*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023/spain>

ANEXO 1: Publicaciones científicas analizadas

- Alcolea-Díaz, G., Reig, R., y Mancinas Chávez, R. (2020). Currículo de Alfabetización Mediática e Informacional de la UNESCO para profesores desde la perspectiva de la Estructura de la Información. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 62, 103–114. <https://doi.org/10.3916/C62-2020-09>
- Cabrera Castiglioni, M., Canzani Cuello, J., y Saraiva Cruz, I. (2023). Pautas de alfabetización informacional y mediática en contextos de desinformación: Su proceso de elaboración. *Informatio: Instituto de Información. Facultad de Información y Comunicación*, 28(2), 117–132. <https://doi.org/10.35643/Info.28.2.15>
- Calvo, D., Cano-Orón, L., y Esteban Abengozar, A. (2020). Materiales y evaluación del nivel de alfabetización para el reconocimiento de bots sociales en contextos de desinformación política. *Icono14*, 18(2), 111–137. <https://doi.org/ri14.v18i2.1515>
- Cea Esteruelas, N., Fernández Torres, M. J., y Teruel Rodríguez, L. (2023). Tratamiento del fenómeno de la desinformación en la prensa española. Un análisis de su evolución. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 29, 881–891. <https://doi.org/10.5209/esmp.88087>
- Dafonte Gómez, A. (2023a). Capítulo 3. Técnicas básicas de verificación para la ciudadanía. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, 19, 41–54. <https://doi.org/10.52495/>

[c3.emcs.19.p105](#)

- Dafonte Gómez, A. (2023b). Capítulo 15. Alfabetización mediática a través del Aprendizaje-Servicio. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, 19, 205–216. <https://doi.org/10.52495/c15.emcs.19.p105>
- Echeverría, M., y Rodríguez Cano, C. A. (2023). ¿La alfabetización digital activa la incredulidad en noticias falsas? Eficacia de las actitudes y estrategias contra la desinformación en México. *Revista de Comunicación*, 22(2), 79–95. <https://doi.org/10.26441/RC22.2-2023-3246>
- Feltrero, R., Hernando, S., y Acosta-Sznajderman, L. (2023). Educomunicación contra las fake news: una experiencia en sMOOC para el desarrollo de la alfabetización mediática crítica. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 14(2), 181–194. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.24635>
- Ferreras Rodríguez, E. M. (2023). Análisis de las propuestas educativas de las plataformas de fact checking en España, Italia y Portugal. *RAE-IC: Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 10(19), 341-364. <https://doi.org/10.24137/raeic.10.19.15>
- Galarza Molina, R. (2021). ¿Quién cree las fake news? Análisis de la relación entre consumo de medios y la percepción de veracidad de noticias falsas sobre la enfermedad COVID-19 en Nuevo León, México. *adComunica: revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación*, (21), 265-286. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2021.21.13>
- García Ortega, A. (2023). Is this legit? Un proyecto de verificación de vídeos virales creado por y para adolescentes. *adComunica: revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación*, (25), 211-228. <https://doi.org/10.6035/adcomunica.6858>
- Gómez García, S., y Carrillo Vera, J. A. (2020). El discurso de los newsgames frente a las noticias falsas y la desinformación: Cultura mediática y alfabetización digital. *Prisma Social: revista de investigación social*, (30), 22-46.
- Gómez Rojas, D. C., y Mateus, J.-C. (2023). Competencia mediática para identificar noticias falsas. Estudio de caso con estudiantes de cuarto de secundaria de un colegio en Lima. *Correspondencias y Análisis*, (17), 13-42. <https://doi.org/10.24265/cian.2023.n17.01>
- Herrero Curiel, E., y González Aldea, P. (2022). Impacto de las fake news en estudiantes de periodismo y comunicación audiovisual de la universidad Carlos III de Madrid. *Vivat Academia*, 155. <https://doi.org/10.15178/va.2022.155.e1415>
- Herrero Curiel, E., y La Rosa Barrolleta, L. (2022). Los estudiantes de secundaria y la alfabetización mediática en la era de la desinformación. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, (73), 95-106. <https://doi.org/10.3916/C73-2022-08>
- Herrero-Diz, P., Conde-Jiménez, J., Tapia-Frade, A., y Varona-Aramburu, D. (2019). The credibility of online news: An evaluation of the information by university students. *Culture and Education*, 31(2), 407-435. <https://doi.org/10.1080/11356405.2019.1601937>
- Herrero-Diz, P., Pérez-Escolar, M., y Aramburu, D. (2022). Competencias de verificación de contenidos: una propuesta para los estudios de Comunicación. *Revista de Comunicación*, 21(1), 231-249. <https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-A12>

- Martín García, T., y Marcos Ramos, M. (2022). La importancia de la información en la época de la desinformación: Fomentar el espíritu crítico de los alumnos. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, (9), 49-58. <https://doi.org/10.52495/c3.emcs.9.p95>
- Martín Martín, F. M., y Palomo Torres, M. B. (2023). Capítulo 14. El periodista educador en la era de los desórdenes informativos. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, (19), 193-204. <https://doi.org/10.52495/c13.emcs.19.p105>
- Martin-Neira, J., Trillo-Domínguez, M., y Olvera-Lobo, M. (2023). El periodismo científico ante la desinformación: decálogo de buenas prácticas en el entorno digital y transmedia. *Revista Icono 14: Revista Científica de Comunicación y Tecnologías*, 21(1). <https://doi.org/10.7195/ri14.v21i1.1949>
- Martínez-Cardama, S., y Algora-Cancho, L. (2019). Lucha contra la desinformación desde las bibliotecas universitarias. *Profesional de la Información*, 28(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.jul.12>
- Medina, M., Etayo-Pérez, C., y Serrano-Puche, J. (2023). Categorías de confianza para los informativos televisivos e indicadores para su medición: percepciones de grupos de interés en Alemania, España e Italia. *Revista Mediterránea de Comunicación - Journal of Communication*, 14(1), 307-324. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.23416>
- Molina Galarza, R. A. (2022). Mexican journalism in view of disinformation: Perceptions about responsibilities, implemented strategies and potential solutions to the problem. *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 28(4), 765-776. <https://doi.org/10.5209/esmp.77636>
- Morejón Llamas, N. (2023). Alfabetización mediática y digital ludificada. Go Viral! Contra la desinformación científica. *adComunica: revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación*, (25), 27-50. <https://doi.org/10.6035/adcomunica.5554>
- Morejón-Llamas, N. (2020). Desinformación y alfabetización mediática desde las instituciones: los decálogos contra las fake news / Disinformation and media literacy from the institutions: the decalogues against fake news. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 10(20), 111-134. <https://doi.org/10.5783/RIRP-20-2020-07-111-134>
- Mullo López, A.-H., Casas Moreno, P. de, y Balseca Mera, J. M. (2021). Tratamiento informativo y competencias mediáticas sobre la COVID-19 en Ecuador. *Revista de Comunicación*, 20(1), 137-152. <https://doi.org/10.26441/RC20.1-2021-A8>
- Muñiz, J., y Navazo, P. (2021). Desinformación visual en redes sociales y medios digitales: una propuesta taxonómica de la manipulación fotográfica distribuida durante la pandemia. *CIC-Cuadernos de Información y Comunicación*, (26), 77-87. <https://doi.org/10.5209/ciyc.75235>
- Palau-Sampio, D., Carratalá, A., Tarullo, R., y Crisóstomo, P. (2022). Reconocimiento de la calidad como prescriptor contra la desinformación. *Comunicar*, 30(72). <https://doi.org/10.3916/C72-2022-05>
- Perdomo, B., Ríos Meza, C., y Baldeón Sandoval, M. (2023). ¿Preparados o vulnerables? Conocimiento sobre fake news en docentes universitarios. *Informatio: Instituto de Información de la Facultad de Información y Comunicación*, 28(2), 388-414. <https://doi.org/10.3916/C72-2022-05>

[org/10.35643/Info.28.2.14](https://doi.org/10.35643/Info.28.2.14)

- Pérez Escoda, A., y García Ruiz, R. (2020). Comunicación y Educación en un mundo digital y conectado. Presentación. *Icono14*, 18(2), 1-15. <https://doi.org/ri14.v18i2.1580>
- Pino, A., y Arréguez Manozzo, S. (2023). Habilidades y estrategias que emplean adultos mayores de la Argentina para identificar piezas de desinformación en Whatsapp. *Hologramática*, 38(5), 19-34.
- Rodríguez Fernández, L., y Establés Heras, M. J. (2023). Impacto de la desinformación en las relaciones públicas: Aproximación a la percepción de los profesionales. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, (29), 843-853. <https://doi.org/10.5209/esmp.88661>
- Sádaba, C., Salaverría, R., y Bringué-Sala, X. (2023). How to teach the elderly to detect disinformation: A training experiment with WhatsApp. *Profesional de la Información*, 32(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.04>
- Sadaba, C., y Salaverria, R. (2023). Tackling disinformation with media literacy: Analysis of trends in the European Union. *Revista Latina de Comunicación Social*, (81), 17-33. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1552>
- Samy-Tayie, S., Tejedor, S., y Pulido, C. (2023). Alfabetización periodística entre jóvenes egipcios y españoles: Noticias falsas, discurso de odio y confianza en medios. *Comunicar*, 30(74), 69-81. <https://doi.org/10.3916/C74-2023-06>
- Sierra Martínez, S. (2023). Capítulo 13. La labor de los verificadores de datos en el ámbito de la alfabetización digital. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, (19), 175-191. <https://doi.org/10.52495/c13.emcs.19.p105>
- Sixto-García, J., Rodríguez-Vázquez, A., y López-García, X. (2021). Sistemas de verificación en medios nativos digitales e implicación de la audiencia en la lucha contra la desinformación en el modelo ibérico. *Revista de Comunicación de la SEECI*, (54), 41. <https://doi.org/10.15198/seeci.2021.54.e738>
- Taddeo, G., de-Frutos-Torres, B., y Alvarado, M. (2022). Creadores y espectadores frente al desorden informativo online. Efectos de la producción de contenidos digitales en competencias informativas. *Comunicar*, 30(72). <https://doi.org/10.3916/C72-2022-01>
- Tarango Ortiz, J., y Machin-Mastromatteo, J. D. (2023). Verificación de hechos (fact-checking) para la evaluación de la confiabilidad de fuentes en línea: Conceptualización, actores, estrategias y elementos de factibilidad. *Documentación de las Ciencias de la Información*, (46), 153-159. <https://doi.org/10.5209/dcin.87386>
- Tejedor Calvo, S., y Sancho Ligorred, B. (2023). Cartografía mundial de herramientas, fact-checkers y proyectos contra la infodemia. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, (29), 933-942. <https://doi.org/10.5209/esmp.87838>