

Alfabetización mediática: más allá de la lucha contra la desinformación

Media literacy: beyond the fight against misinformation

Charo Sádaba

Sádaba, Charo (2024). "Alfabetización mediática: más allá de la lucha contra la desinformación". *Anuario ThinkEPI*, v. 18, e18e27.

<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2024.e18a27>

Publicado en *IweTel* el 29 de octubre de 2024

Charo Sádaba

<https://www.directorioexit.info/ficha5540>

<https://orcid.org/0000-0003-2596-2794>

Universidad de Navarra

csadaba@unav.es



Resumen: En los últimos años la alfabetización mediática ha estado, de manera inusitada, en boca de responsables políticos que la señalan como necesaria para enfrentar la pandemia desinformativa que nos asola. Si bien es cierto que la digitalización ha provocado una ola creciente y cada vez más compleja de contenidos manipulados y falsos, también lo es que no se trata de un fenómeno reciente. Tampoco lo es la alfabetización mediática, que busca asegurar la capacitación de la ciudadanía para convivir y participar en un contexto de alta densidad digital y mediática. Fomentar el pensamiento crítico para filtrar contenidos falsos, pero también una actitud responsable para una participación cívica constructiva, están entre los propósitos de esta alfabetización. Limitar su alcance solo a una estrategia de defensa empobrece una propuesta que comprende a los y las ciudadanas del Siglo

XXI insertas en una sociedad de la información y del conocimiento. Que además juegue un papel clave para proteger del principal efecto de la desinformación, la pérdida de confianza, es sin duda un valor añadido en estos momentos.

Palabras clave: Alfabetización mediática; Desinformación; Educomunicación.

Abstract: Media literacy has during the last years unexpectedly become a topic of discussion among policymakers, who highlight it as essential to tackling the disinformation pandemic. While it is true that digitalization has triggered a growing and increasingly complex wave of manipulated and false content, it is equally true that disinformation is not a new phenomenon. Nor is media literacy, which aims to ensure citizens are equipped to coexist and engage in a highly digital and media-dense context in a healthy and positive way. Promoting critical thinking to filter false content, along with fostering a responsible attitude for constructive civic participation, are among the goals of this literacy. Limiting its scope to a mere defensive strategy undermines a proposal that envisions 21st-century citizens embedded in an information and knowledge society. Furthermore, its pivotal role in safeguarding against the main effect of disinformation—loss of trust—is undoubtedly an added value in these times.

Keywords: Media literacy; Disinformation; Media education.

Pese a no tratarse de una realidad nueva, la alfabetización mediática e informacional está disfrutando de una segunda juventud, que tiene como causa inmediata la pandemia desinformativa que asola la esfera pública en los últimos años, y como causa remota la generalización de lo digital en las últimas décadas.

Si bien solo cabe alegrarse de que haya surgido una nueva conciencia sobre la necesidad de una actitud crítica de la ciudadanía ante los medios, la importancia de la variable desinformativa en este auge tiene el riesgo de ocultar aspectos esenciales en la alfabetización mediática que acabe asumiendo, tan solo, una visión parcial de su potencial. Máxime cuando hay algunas cuestiones todavía abiertas sobre esta realidad, como su delimitación conceptual y la articulación de un cuerpo de investigación sólido que genere evidencias para impulsar su práctica. En este punto tienen sentido también visiones que señalan a una visión más ampliada y extendida de la alfabetización mediática (Kačínová; Sádaba, 2022).

Alfabetización mediática e informacional para el siglo XXI

Es habitual referirse a la alfabetización mediática como la capacidad, tanto el conocimiento como las habilidades, para entender y usar los medios de manera crítica (Aufderheide, 1993). En el marco de la propuesta defendida por la *Unesco*, que la denomina alfabetización mediática e informacional, se la considera un “bien público” que

“puede empoderar a la ciudadanía en todos los ámbitos de la vida para buscar, evaluar, utilizar y crear información, medios y contenidos digitales de forma eficaz para alcanzar sus objetivos personales, sociales, laborales, educativos y de desarrollo” (Grizzle *et al.*, 2023, p. 4).

También de acuerdo con la *Unesco*, cuyo trabajo en este ámbito es particularmente reseñable, esta alfabetización tiene tres ejes que se derivan de la confluencia de tres realidades: información, medios y digital. Y este tercer eje, que ya es inseparable de cómo la ciudadanía accede, consume y crea información a través de los medios, marca una diferencia respecto al uso de los medios.

En un entorno de alta digitalización, el ciudadano ya no es solo un emisor pasivo que tiene como única opción ver o no ver, sino que también participa creando, comentando o compartiendo contenidos, lo que, por el concurso del algoritmo, tiene un impacto no solo en su uso personal, sino también en el de aquellos con los que se relaciona.

En este punto, es sencillo pensar por qué la alfabetización mediática es una competencia imprescindible para la ciudadanía del siglo XXI. El entorno digital ha puesto en manos de los ciudadanos el acceso a recursos y contenidos que le permiten tener un impacto mayor en las cuestiones que adquieren relevancia pública. Aunque a priori pueda parecer que la capacidad de la red de albergar contenidos es muy elástica, lo que podría justificar la existencia de contenidos irrelevantes, o repetitivos o falsos siempre que existan otros de más valor, lo cierto es que lo que está en riesgo es la atención, el auténtico recurso escaso. En esta economía de la atención no solo tiene un papel la voluntad personal de consumir o crear uno u otro contenido, sino también el omnipresente papel del algoritmo, que selecciona los contenidos que se presentan, o los intereses, comerciales o ideológicos que pueden formar la exposición de los usuarios a un contenido. No ser consciente de su papel puede derivar en una supuesta libertad de elección que en realidad está también dirigida.

Se desprende entonces con más fuerza y urgencia que nunca la necesidad de una actitud crítica, fundada en conocimientos adecuados y habilidades concretas, que permita tomar decisiones saludables e informadas sobre el comportamiento online. Mientras que muchas de las iniciativas en marcha se dirigen, especialmente, a los jóvenes a través de la educación formal, surgen con fuerza voces que reclaman la necesidad de adelantar esta formación a niños y niñas de primaria (Herre-

ro-Curiel; La Rosa, 2022), pero también de alargarla para alcanzar a toda la ciudadanía, incluidas las personas mayores (Sádaba; Salaverría; Bringué-Sala, 2023). Este grupo de edad es particularmente relevante por su interés por las noticias y porque actúan, en muchos casos, de difusores de la desinformación entre sus círculos de iguales y familiares.

La presencia constante de la tecnología tiene también un impacto potencial en el bienestar. La pandemia del Covid-19 permitió atisbar esta influencia de una manera ambivalente: la tecnología fue una clara amortiguadora del impacto del aislamiento físico, pero al mismo tiempo también tuvo su papel en el detrimento de la salud mental por el exceso de tiempo de pantalla. Y preocupa de manera particular el acceso a contenidos con una relación clara con la salud, como los relacionados con la alimentación o la forma física (Feijoo; Vizcaíno-Verdú; Sádaba, 2024).

La tecnología tiene, por último, un potencial como herramienta de autoexpresión personal, profesional y ciudadana, que requiere la adecuada formación de quien la usa para ser consciente del impacto que puede tener en la autoimagen, en la reputación y, por supuesto, también en la democracia.

Alfabetización mediática contra la desinformación

Una adecuada alfabetización mediática e informacional puede también tener un impacto claro en la lucha contra la desinformación, en la medida en la que capacita a la ciudadanía a filtrar e identificar contenidos, y le dota de recursos para actuar ante la duda acerca de la veracidad de un contenido, o le ayuda a cuestionarse determinadas conductas. Conscientes de este papel, los organismos e instituciones internacionales han alentado en la última década estrategias que tienen como protagonista a la alfabetización mediática y como objetivo a la ciudadanía. La *Comisión Europea* ha sido particularmente activa en este ámbito y ha creado grupos de expertos que han generado documentos, líneas de acción y recomendaciones. El *Plan de Acción de Educación Digital*, aprobado en 2020 (*European Commission*, 2020), incluye la alfabetización como uno de sus requerimientos a los estados miembro.

La urgencia que reclama la desinformación, que ha encontrado en las redes sociales un caldo de cultivo adecuado para su rápida difusión, provoca un inusitado interés por esta alfabetización, olvidando a veces que, en educación, muy pocas cosas son efectivas a corto plazo.

En la lucha contra la desinformación hay muchos otros frentes. La estrategia coordinada de las agencias y fuerzas y cuerpos de seguridad de los países es una primera línea que se enfrenta a aquellas amenazas que buscan atentar o desestabilizar el propio sistema democrático. Las injerencias externas, e internas, existen, y son tratadas con la importancia que merecen (*Presidencia del Gobierno*, 2022). Otra línea de acción necesaria pasa por reclamar la responsabilidad debida a las plataformas, vehículos necesarios no solo para la difusión, sino también para incrementar el alcance de la desinformación. La *Digital Service Act*, aprobada en 2022 (*European Commission*, 2022), marca un punto de inflexión al señalar a los proveedores de estos servicios de medios sociales como responsables, también, de la difusión de contenidos nocivos.

Por último, el papel de los medios de comunicación es también relevante. No solo en la medida en que surgen iniciativas que atienden a este problema de una manera directa, como los verificadores de noticias, sino también por un mayor compromiso de los medios con los principios deontológicos de la profesión. La necesidad de identificar fuentes de información rigurosa no cesa, y los medios tienen una oportunidad para recuperar la confianza perdida.

Los retos para el futuro inmediato

El primer reto que afronta la alfabetización mediática es, sin duda, la delimitación conceptual y terminológica que permita proponer un ámbito claro de comprensión. El rico campo de la alfabetización mediática puede complementarse con visiones cercanas como las que ofrece la educomunicación (**Aguaded**, 2011), con la que comparte muchos objetivos y modos de hacer.

Junto con esto, la formación de la ciudadanía se convierte en el desafío principal para el que hay que contar con el sistema educativo formal. Esto pasa por asegurar la correcta formación del profesorado para que sean capaces de integrar esta alfabetización.

La llegada de la inteligencia artificial es, en sí misma, un desafío que se plantea, además, con una urgencia notable dado el potencial impacto que puede tener en muchas dimensiones de la vida personal y social.

Si bien es positivo por primera vez emerjan en el diálogo político y en la opinión pública conceptos como alfabetización mediática o competencia digital, existe también el riesgo de que las evidencias científicas no consigan alcanzar a quienes toman las decisiones. En el caso de la crisis de salud mental de los más jóvenes, por ejemplo, quizá con un limitado soporte científico se está apuntando de manera casi única a la tecnología como principal causa de este declive en el bienestar digital, lo que hace prever medidas excesivamente restrictivas y una visión negativa a la correcta y necesaria integración de la tecnología en la educación.

Esto se suma al escaso interés específico por fomentar la investigación académica en este ámbito a nivel nacional, y el diálogo entre investigadores se penaliza por la excesiva fragmentación de los grupos de trabajo.

Los medios de comunicación también tienen un papel clave en este punto, y serán bienvenidos todos los esfuerzos por mejores prácticas profesionales, comprometidas con la ética que reclama atender el derecho a la información de los ciudadanos. La formación de los futuros profesionales de la comunicación es también un reto que no se puede dilatar en el tiempo (**Sádaba; Núñez-Gómez; Pérez-Tornero**, 2022).

Son muchas las organizaciones e instituciones que llevan tiempo poniendo en marcha iniciativas para paliar esta necesidad. Si fuera posible diseñar un escenario de trabajo colaborativo, donde los esfuerzos puedan confluír y compartir recursos e ideas, seguramente avanzaríamos más seguros.

La necesaria supervisión y el impulso de las autoridades pueden asegurar que el interés y el impulso adquirido se mantenga. Por ejemplo, entre las últimas medidas señaladas por la Comisión Europea, está la de instar a los proveedores de servicios y plataformas a colaborar en estos esfuerzos, lo que sin duda puede ser una oportunidad.

La alfabetización mediática está en una encrucijada relevante de la que solo puede salir reforzada con trabajo en equipo e investigación.

Referencias

Aguaded, Ignacio (2011). "Media education: An international unstoppable phenomenon UN, Europe and Spain support for edu-communication. [La educación mediática, un movimiento internacional imparable La ONU, Europa y España apuestan por la educomunicación]". *Comunicar*, n. 37, pp. 7-8.
<https://doi.org/10.3916/C37-2011-01-01>

Aufderheide, Patricia (1993). *Media literacy: A report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. The Aspen Institute Wye Center, Queenstown, Maryland, December 7-9, 1992. Aspen Inst.
<https://eric.ed.gov/?id=ED365294>

European Commission (2020). Plan de acción de educación digital (2021-2027). European Education Area.
<https://education.ec.europa.eu/es/focus-topics/digital-education/action-plan>

European Commission (2022). *The Digital Services Act package*.
<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act-package>

Feijoo, Beatriz; Vizcaíno-Verdú, Arantxa; Sádaba, Charo (2024). *Entre lo saludable y el culto al físico. Incidencia del contenido publicado por fitinfluencers en el cuidado del cuerpo de los adolescentes TEEN_ONFIT. Informe de resultados*. Universidad Internacional de la Rioja.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.11238284>

Grizzle, Alton; Wilson, Carolyn; Tuazon, Ramon; Cheung, Chi-Kim; Lau, Jesus; Fischer, Rachel; Gordon, Dorothy; Ak-yempong, Kwame; Singh, Jagtar; Carr, Paul R.; Stewart, Kristine; Tayie, Samy; Suraj, Olunifesi; Jaakkola, Maarit; Thé-sée, Gina; Gulston, Curmira; Andzongo-Menyeng, Blaise-Pascal; Zibi-Fama, Paul-Alain (2023). *Ciudadanía alfabetizada en medios e información. Pensar críticamente, hacer clic sabiamente*. Unesco. ISBN: 978 923 300 204 3
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000385119>

Herrero-Curiel, Eva; La-Rosa, Leonardo (2022). "Secondary education students and media literacy in the age of disinformation [Los estudiantes de secundaria y la alfabetización mediática en la era de la desinformación]. *Comunicar*, n. 30.
<https://doi.org/10.3916/c73-2022-08>

Kačínová, Viera; Sádaba, Charo (2022). "Conceptualization of media competence as an 'augmented competence'". *Revista latina de comunicación social*, n. 80.
<https://doi.org/10.4185/rlds-2022-1514>

Presidencia del Gobierno (2022). Lucha contra las campañas de desinformación en el ámbito de la seguridad nacional. Propuestas de la sociedad civil, Presidencia del Gobierno, Gobierno de España.
<https://www.dsn.gob.es/es/documento/lucha-contra-campa%C3%B1as-desinformaci%C3%B3n-%C3%A1mbito-seguridad-nacional-propuestas-sociedad-civil>

Sádaba, Charo; Salaverría, Ramón; Bringué-Sala, Xavier (2023). "How to teach the elderly to detect disinformation: a training experiment with WhatsApp". *Profesional de la Información*, v. 32, n. 5.
<https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.04>

Sádaba, Charo; Núñez-Gómez, Patricia; Pérez-Tornero, José-Manuel (2022). *La alfabetización mediática e informacional en las Facultades de Comunicación en España*. Observatorio ATIC n. 5. Comunicación Social, Sevilla.
https://www.comunicacionsocial.es/libro/la-alfabetizacion-mediatica-e-informacional-en-las-facultades-de-comunicacion-en-espana_140788