

**DIFERENCIAR LA
VERDAD EN LA NUEVA
ERA DIGITAL REQUIERE
LA FORMACIÓN ACTIVA
DE LA CIUDADANÍA**

Alfabetización mediática masiva y viral contra la desinformación

Enseñar a la ciudadanía qué contenidos informativos consumir y cómo hacerlo es la única manera de crear una opinión pública capaz de lidiar con un sistema mediático complejo. La polarización ideológica, el acceso indiscriminado y masivo a todo tipo de contenidos y la desinformación como fenómeno global nos obligan a articular de forma efectiva, accesible y viral la formación en un uso crítico y responsable de la información. Esta formación debe darse a lo largo de la vida y es la garantía de un sistema democrático con futuro.

TEXTO: MARTA MONTAGUT
ILUSTRACIÓN: EMMA GASCÓ



Palabras clave:

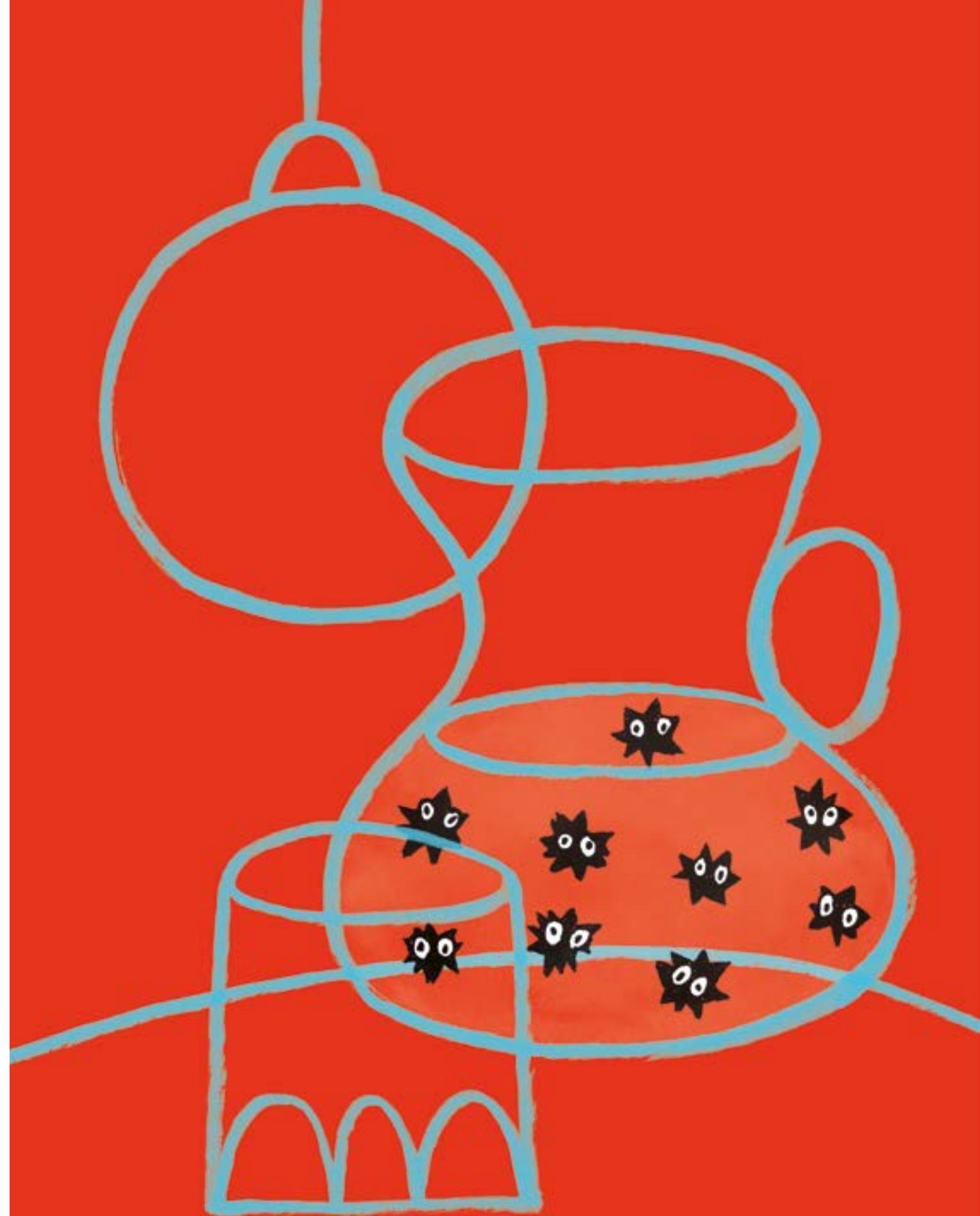
AMI, desinformación, fake news, esfera pública digital, democracia.

La alfabetización mediática es un concepto que ya tiene un largo recorrido y que responde a la necesidad de saber convivir e interpretar el mundo a través de los medios y canales de comunicación. En España se han puesto en marcha desde la década de los 80 iniciativas esporádicas centradas en el consumo televisivo y cinematográfico y en la lectura de prensa. Programas como el longevo *Prensa a les Escoles* del Colegio de Periodistas de Cataluña, la incansable actividad de la entidad Drac Màgic o programas divulgativos como *El Camaleón* (RTVE) —que ponía en cuestión los criterios informativos y de producción televisiva— son algunos ejemplos. Estas iniciativas trabajaban la interpretación crítica de los procesos de producción y de los mensajes, y la detección de información fiable. Pero a pesar de lo meritorio de estos casos, la alfabetización mediática ha sido relegada a talleres puntuales, materiales dispersos o al interés particular de docentes conscientes de la importancia de este tipo de formación.

Han pasado los años y la irrupción de internet primero, y las redes sociales después, han generado un intenso debate en los ámbitos educativo y académico sobre la necesidad de enseñar a consumir adecuadamente todo tipo de contenidos e información. Además, la explosión del fenómeno de la desinformación, cuyo peligro para la salud democrática quedó al descubierto a partir de las campañas electorales a la presidencia en Estados Unidos en 2016 y del Brexit, nos obliga a poner el foco no solo en el consumo de medios en general, sino también en los hábitos del consumo informativo.

Cuando hablamos de medios en general, hablamos del consumo de productos de entretenimiento, humor o ficción en cualquier plataforma y en cualquier formato. En cambio, cuando nos referimos al consumo informativo nos referimos a aquellos contenidos que tienen como objetivo trasladar a la ciudadanía lo que pasa en su contexto, tanto local como global, para que esté informada de cosas que pueden afectar a su vida cotidiana. Si la ciudadanía está bien informada, con contenidos veraces y rigurosos, pueden tomar decisiones bien fundamentadas sobre todos los aspectos de su vida, desde votar hasta decidir si reciclan, se vacunan, llevan a sus hijos a un colegio público o privado, entran a militar en un partido o participan en una protesta. De ahí la importancia de combatir la desinformación.

Informarnos adecuadamente supone saber reconocer fuentes fiables, detectar la manipulación y navegar por un inmenso tsunami de contenidos donde lo difícil no es encontrar información, sino encontrar buena información. De ahí que la UNESCO, ya en 2008, planteara la necesidad de una alfabetización mediática informacional (AMI)¹ que contemple de forma global los grandes retos en este terreno.





Lo difícil no es encontrar información, sino encontrar buena información

Esta formación es considerada como imprescindible por todo tipo de instituciones públicas, así como por gran parte de la ciudadanía². Pero todavía debatimos cómo articularla en los currículums escolares o quién debe impartirla. Aunque ya forma parte de las competencias transversales que se recogen en leyes diversas en toda Europa, su aplicación en los centros educativos no está del todo clara.

A menudo, la alfabetización mediática e informacional se ve desde una perspectiva tecnológica, y se basa en aprender a usar diversos dispositivos electrónicos. En institutos y escuelas, han aparecido ordenadores, *tablets* y pizarras digitales que venían a dar respuesta, por parte de las administraciones, a la integración de esta competencia en su día a día. Pero las habilidades tecnológicas u operacionales, aunque necesarias, en realidad no sirven de mucho si no se adquiere un criterio crítico de consumo y producción de productos mediáticos, especialmente los informativos.

Estamos hablando de habilidades informacionales, o lo que los investigadores de la Universidad de Twente (Países Bajos) Jan van Dijk y Alexander van Deursen (2014) denominan *informational skills*. Estas son importantes, especialmente cuando nos encontramos en un contexto en el que la ciudadanía tiene en sus manos dispositivos que les permiten un consumo masivo de información a través de todo tipo de formatos. Por muy hábil que sea un adolescente a la hora de “crear contenido” o interactuar con el contenido de otros, si no sabe distinguir lo que es cierto de lo que no lo es, la tecnología sirve de poco para combatir la desin-



formación y otras formas de manipulación mediática. Y aquí también entra el aprendizaje crítico y ético en el consumo mediático: conocer cómo los periodistas buscan información y cómo la elaboran, conocer sus limitaciones, saber quién financia determinados contenidos y cómo esto afecta al discurso, tomar conciencia de quién potencia determinadas narrativas y por qué, comprender conceptos como polarización o discurso de odio y saberlos detectar en los contenidos, aprender a verificar y encontrar fuentes fiables... La lista es larga y hay mucho trabajo por hacer.

Aprender del periodismo

El periodismo y sus rutinas tienen mucho que aportar a la alfabetización mediática e informacional. De hecho, el periodismo funciona, salvando las distancias, con la misma lógica que el método científico. Busca la verdad a través de evidencias. Y esta “verdad”, con todas sus limitaciones, se hace llegar a la ciudadanía a través de los medios. No es una verdad absoluta, una narración cerrada y perfecta como un guion de ficción o como un discurso político. Es una verdad fragmentada, interpretable, sujeta a múltiples factores que la explican.

El periodismo intenta que esa verdad compleja y poliédrica sea entendible, llegue a la ciudadanía, y se base en datos reales, que deberían interpretarse de la forma más honesta posible. A partir de ahí, es la ciudadanía la que genera su propio posicionamiento sobre un determinado tema y actúa en consecuencia. El periodista es un “mediador”, alguien que criba los temas y sus enfoques, alguien que deja al descubierto al poder para poder fiscalizarlo. Esta figura profesional es, en sí misma, una garantía para un buen consumo de información, una garantía para una opinión pública sana. El problema, en los últimos años, ha sido la progresiva deslegitimación de la profesión por parte de actores interesados. Por ejemplo, el concepto *fake news*, popularizado por Donald Trump, era y es un ataque directo al periodismo, un oxímoron, un intento deliberado de despojar al periodismo de su papel clave en la salud democrática.

Las redes sociales han dado al poder la oportunidad de comunicarse de forma masiva directamente con la ciudadanía. Los que mandan ya no necesitan al “mediador”. Esto ha acelerado, en gran parte, la deslegitimación del periodismo y la pérdida de valor de la “verdad”. En este contexto, ser capaces de detectar las fuentes fiables y la información real será un reto para las nuevas generaciones, por lo que no basta con plantear esta formación en escuelas e institutos, sino que será necesario diseñarla como un conocimiento a lo largo de la vida, para todo tipo de colectivos, accesible y gratuito.

Su puesta en marcha no tiene que depender únicamente de la escuela: iniciativas de colegios profesionales de comunicadores, actividades y formación en bibliotecas públicas de todo tipo, se pueden combinar con programas de educación mediática transversales bien articulados en el currículum escolar o formación de perfiles de educadores especializados.

¿Queremos una verdad “optativa”?

El escenario ante el que nos encontramos cambia a una velocidad vertiginosa y eso implica la necesidad de estar alerta. La desinformación toma nuevos rumbos con las posibilidades que le brinda la inteligencia artificial y los *fact-checkers* se ven limitados por la falta de financiación de las grandes plataformas, que han optado por prescindir de sus filtros de verificación de la información.

Además, nos encontramos con una parte nueva de la esfera pública que los autores norteamericanos han denominado *iliberal*: contrariamente a la liberal clásica, fundamenta la construcción de sus criterios políticos y personales en discursos emocionales que reafirman su pertenencia a una identidad nacional, religiosa o ideológica. Estas comunidades *online* no dan valor a la verdad, si esta contradice su identidad. Ante un escenario como este, en el que parece que la “verdad” puede convertirse progresivamente en optativa, la alfabetización mediática e informacional es la solución más efectiva a largo plazo para preservar nuestros sistemas democráticos. Está en nuestras manos hacerla viral.

Autora



MARTA MONTAGUT
Profesora agregada de Periodismo en el Departamento de Estudios de Comunicación de la Universitat Rovira i Virgili y miembro del grupo de investigación Asterisc. Es vicepresidenta de la asociación *Learn to Check*, dedicada a la alfabetización mediática contra la desinformación. Su investigación actual se centra en el análisis del discurso político y mediático. Ha abordado temas como el conflicto político catalán, la crisis migratoria o el feminismo.

Bibliografía

- Bennett, W. L., & Kneuer, M. “Communication and democratic erosion: The rise of illiberal public spheres” en *European Journal of Communication* (2024, 39(2), pp. 177-196). Disponible en: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/02673231231217378?journalCode=ejca>
- Comisión Europea. *A Multi-Dimensional Approach to Disinformation: Report of the Independent HighLevel Group on Fake News and Online Disinformation*. Luxembourg. Publication Office of the European Union, 2018. Disponible en: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/finalreport-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>
- UNESCO (2018). *Journalism, fake news and disinformation*. París, UNESCO. Disponible en: https://web.archive.unesco.org/web/20230930104958/https://en.unesco.org/sites/default/files/journalism_fake_news_disinformation_print_friendly_0_0.pdf
- Van Dijk, J. A. G. M., van Deursen, A. J. A. M. “Defining Internet Skills”. En: Van Dijk, J. A. G. M., van Deursen, A. J. A. M. *Digital Skills: Unlocking the Information Society (Digital Education and Learning)*. Nueva York: Palgrave Macmillan, 2014. Disponible en: https://doi.org/10.1057/9781137437037_2

Notas

- 1 Disponible en: <https://www.unesco.org/es/media-information-literacy>
- 2 Comisión Europea, 2018.

English

Distinguishing truth in the new digital era requires the active education of citizens

MASS AND VIRAL MEDIA LITERACY AGAINST DISINFORMATION

Educating citizens about what informational content to consume and how to engage with it is the only means of cultivating a public sphere capable of navigating an increasingly complex media environment. Ideological polarization, the indiscriminate and large-scale access to diverse forms of content, and disinformation as a global phenomenon compel us to develop effective, accessible, and widely disseminated strategies for fostering critical and responsible information literacy. Such education must be sustained throughout life, serving as a fundamental safeguard for the future of democratic systems.

Keywords: MIL, disinformation fake news, digital public sphere, democracy.

