

# La desinformación, enfermedad de la sociedad posdigital: amenazas y desafíos

CARMEN MARTA LAZO\*

## RESUMEN

En el contexto actual, asistimos a un desorden informativo que genera incertidumbre en todos los terrenos. La desinformación supone el polo opuesto del buen hacer periodístico, del rigor, del contraste de fuentes y de la fundamentación en los contenidos noticiosos. El gran despliegue de redes sociales y las posibilidades de que la ciudadanía pueda emitir contenidos, sin poseer el criterio que otorgan las pautas de cómo elaborar información de calidad, deriva en un fenómeno preocupante, al que con frecuencia se denomina "infodemia". Como solución a este problema de escala global, se propone la alfabetización mediática, que implica dotar a las personas de las habilidades necesarias para saber analizar los mensajes y las intenciones que pueden esconderse tras las fuentes.

## 1. INTRODUCCIÓN

La propagación de rumores y falsedades es una característica inherente al ser humano, pero, con la llegada de Internet, su alcance se ha disparado. La velocidad de difusión y viralización ha aumentado exponencialmente, multiplicando el número de desinformaciones y su accesibilidad. Las informaciones falsas tie-

\* Universidad de Zaragoza (cmarta@unizar.es).

nen una mayor probabilidad de volverse virales en las redes sociales, donde miles de seguidores las validan y comentan, generando un efecto multiplicador. Según un estudio publicado por el Massachusetts Institute of Technology (Vosoughi *et al.*, 2018), las *fake news* son un 70 por ciento más propensas a ser compartidas y convertirse en fenómenos virales que la información verídica, con mayor impacto aún en contenidos de política que en temas de terrorismo, desastres naturales, ciencia, leyendas urbanas o información financiera. Además, incluso cuando se proporciona información corregida o desmentidos de noticias falsas, las personas tienden a seguir creyendo en la información errónea, especialmente si proviene de su círculo cercano. De este modo, las noticias falsas tienden a propagarse más rápidamente y en mayor cantidad que las correcciones, lo que hace que los esfuerzos por contrarrestar la desinformación sean prácticamente invisibles ante su alcance viral.

En la sociedad posdigital nos enfrentamos a un fenómeno ampliamente discutido: la posverdad, definida por la Real Academia Española como "información o afirmaciones que no se basan en hechos objetivos, sino que apelan a las emociones, creencias o deseos del público". Esta noción se relaciona estrechamente con la de desinformación y conlleva consecuencias profundas en la manera en que percibimos la realidad.

Como advertía el emperador y filósofo romano Marco Aurelio, lo que oímos y lo que vemos son interpretaciones subjetivas, que no necesariamente se corresponden con la realidad tal cual ha sido. Esta idea filosófica refleja la naturaleza relativa de la verdad: mientras que los hechos son objetivos, las perspectivas sobre ellos son infinitas. Así, lo advertía C. P. Scott, quien fuera editor del diario británico *The Guardian*, en su máxima: “Los hechos son sagrados, las opiniones libres”.

La posverdad no solo implica la ignorancia o el menosprecio de la verdad objetiva, sino que también socava conceptos fundamentales como la imparcialidad, el contraste de información y el respeto a las evidencias científicas. Se relaciona estrechamente con fenómenos como la mentira, la ignorancia, la desinformación y el populismo, que caracterizan a las redes sociales, donde se propagan ideas falsas sobre temáticas importantes como ha sido la pandemia de COVID-19 o lo es el cambio climático.

Este fenómeno ha conducido a una normalización de la distorsión y manipulación de la información, lo que ha generado un clima de desconfianza generalizada, tanto en los medios de comunicación como en las personas que la comparten. El riesgo no solo radica en la dificultad para distinguir entre lo verdadero y lo falso, sino también en la indiferencia hacia esta distinción, tal y como advierte el filósofo Michael Sandel (2023).

En esencia, la posverdad es un fenómeno complejo que refleja una disminución de la confianza en la verdad objetiva y la proliferación de información manipulada que busca apelar a las emociones en lugar de a los hechos. Esto plantea desafíos significativos para la sociedad contemporánea y subraya la necesidad urgente de promover la alfabetización mediática y el pensamiento crítico para enfrentar esta realidad.

## 2. INFORMACIONES FALSAS: RIESGOS Y PELIGROS SOCIALES

Actualmente, se prefiere el uso del término desinformación al de noticias falsas. El concepto *fake news* es, en rigor, una contradicción, ya que las noticias siempre deben basarse

en hechos reales, respondiendo a criterios de selección informativa tales como la actualidad, la novedad, la importancia, el interés general o la notoriedad. Por tanto, lo falso no debe ser considerado noticia. No es esta, sin embargo, la principal razón por la que la Comisión Europea (2018b) desaconseja el uso del término *fake news*, prefiriendo el de “desinformación”. Lo hace porque, según argumenta, los políticos han utilizado este término para desacreditar a medios críticos que proporcionan información precisa y veraz. La Comisión aboga por definir la desinformación como “toda información falsa, imprecisa, o engañosa, presentada y promovida para obtener ingresos o causar daño público intencionadamente” (Comisión Europea, 2018b).

No obstante, como señala Del Fresno-García (2019), cabe matizar que la desinformación tiene una mayor complejidad, en sí misma y para su identificación, que las *fake news*, ya que, para ser eficaz en su objetivo, no necesita ser completamente falsa. De este modo, la desinformación consiste en la elección intencional de datos parciales, incompletos o alterados. Lo complejo del asunto reside en que la ciudadanía otorgue credibilidad a esas informaciones y las consuma sin ningún tipo de filtro, al tiempo que los periodistas puedan utilizarlas como fuentes, sin llegar a contrastar la falsedad debido a las dificultades de comprobación de manera rápida, por la voracidad en el consumo informativo al que se está acostumbrado en las plataformas digitales.

Antes de la irrupción de las redes sociales, los periodistas eran los principales responsables de proporcionar información a la ciudadanía, una labor sujeta a normas deontológicas y desarrollada bajo el amparo de un derecho fundamental, que en España recogía el artículo 20 de la Constitución. Sin embargo, con la llegada de las redes sociales, los periodistas han perdido su posición exclusiva en la generación de información. Esto se debe a la emergencia de nuevos roles que implican una mayor participación e influencia por parte de la ciudadanía en la producción y difusión de contenidos informativos. Se ha generado así un contexto de saturación informativa, donde la profundidad y el análisis crítico son sacrificados en aras de la rapidez.

Desde un punto de vista global, vivir en un hábitat de desinformación es peligroso porque

el volumen de informaciones falsas de todo tipo dificulta el discernimiento entre lo que es verdad y mentira, lo cual implica el riesgo de posibles validaciones de informaciones que pueden amenazar nuestro bienestar personal, ambiental y social. La repercusión final que puedan tener depende de la tipología de información falsa, pudiendo incluso provocar efectos perniciosos en nuestra salud o en la de quienes conviven en nuestro entorno. Recordemos a este respecto, por ejemplo, el episodio protagonizado por el expresidente de Estados Unidos, Donald Trump, cuando en abril de 2020 se refirió a los efectos terapéuticos de inyecciones con desinfectante para la infección por COVID-19<sup>1</sup>.

Como afirmó Walter Lippman (1920) hace más de un siglo, la falta de medios para detectar la mentira socava la libertad de una comunidad. La desinformación, cuando responde a una estrategia y unos objetivos de desestabilización social, puede llegar a poner en riesgo incluso los valores y las instituciones de las democracias. Así lo entiende la mayoría de los ciudadanos europeos: en opinión de cuatro de cada cinco entrevistados (83 por ciento) por Eurostat en 2018, la desinformación constituye “un peligro para la democracia” (Comisión Europea, 2018a).

### 3. DIFERENTES MECANISMOS DE DESINFORMACIÓN, CON DISTINTOS OBJETIVOS

En términos de control informativo, no hay que olvidar que, cuando navegamos aguas adentro del océano de las redes sociales, a menudo damos “clic” en el botón “me gusta” sin pensarlo dos veces. Sin embargo, es importante pararse a pensar en las potenciales implicaciones de este gesto, pues las plataformas pueden utilizar algoritmos para filtrar y priorizar el contenido de cada usuario basándose en indicadores, como el comportamiento de visualización o las preferencias del contenido, y conseguir mucha más información sobre nosotros mismos de lo que podemos imaginar, para utilizarla en su beneficio.

<sup>1</sup> Véase, por ejemplo, “Coronavirus: Outcry after Trump suggests injecting disinfectant as treatment” (<https://www.bbc.com/news/world-us-canada-52407177>).

Investigadores de la Universidad de Cambridge y Stanford (Youyou *et al.*, 2015) descubrieron que los gustos de cada usuario en su cuenta de Facebook revelan más sobre su personalidad que las opiniones de sus amigos o familiares. El estudio, que contó con la participación de más de 80.000 voluntarios, analizó las páginas que les gustaban a los usuarios en Facebook, encontrando relaciones entre estos “me gusta” y rasgos de personalidad específicos. Por ejemplo, aquellos que manifiestan “me gusta” a páginas de Wikipedia tienden a ser más reservados, mientras que los aficionados a la música R&B (*rhythm and blues*) suelen ser más organizados. Se ha estimado que, para obtener una imagen precisa de la personalidad de una persona, la aplicación necesita analizar una cantidad específica de “me gusta”: 10 para conocerla tan bien como un amigo; 70, como un vecino; 150, como un familiar, y 300, como un cónyuge. Según advierte Michal Kosinski, uno de los investigadores que lideró este estudio, nuestros gustos están disponibles no solo para nuestros amigos, sino también para nuestros enemigos. Por lo tanto, debemos ser cautelosos con nuestros “clics” de “me gusta”, ya que no son tan inocentes como podrían parecer.

Sin ir más lejos, a través del rastreo de *cookies* en las redes sociales, se construye un amplio catálogo de contenidos adaptados a los intereses individuales de cada usuario. Esto propicia la formación de “cámaras de eco”, donde los sesgos de confirmación refuerzan la percepción de información alineada con las creencias e intereses personales. La desinformación, valiéndose de la automatización, aprovecha esta dinámica para generar un constante flujo de contenidos imprecisos que se difunden con rapidez. La abrumadora cantidad de información y la velocidad en la creación de estos mensajes dificulta la intervención para contrarrestar la difusión de informaciones falsas.

Existen diferentes tipos de desinformaciones en función de su origen y propósito: desde la información errónea que se crea por confusión, sin intencionalidad de causar daño, hasta la información maliciosa, basada en hechos reales, pero manipulados, con el fin de ocasionar daño, pasando por la desinformación, en general, referida a información falsa elaborada deliberadamente con la intención de perjudicar a una persona, grupo social, organización o Estado. Al mismo tiempo, esa información

puede ser fabricada y difundida por distintos tipos de fuentes, desde una persona anónima (el *prosumer* de Alvin Toffler o el *emirec* de Jean Cloutier), hasta un Estado, con finalidad geoestratégica, pasando por diversas instituciones o partidos políticos, con contenido manipulado sutilmente para apoyar un determinado asunto político o interés económico.

#### 4. DESPLIEGUE DE NUEVAS FORMAS DE MANIPULACIÓN Y CENSURA, POTENCIADAS POR LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Con el gran avance de la inteligencia artificial (IA), se han diversificado las técnicas de desinformación, en función de sus distintos propósitos, esbozados a continuación:

- La manipulación activa de datos, que implica la violación de la privacidad de los datos por parte de compañías tecnológicas, por ejemplo, para apoyar a determinados candidatos políticos en procesos electorales, entre otros objetivos. Un ejemplo lo ofrece la “guerra de dossiers”, mediante el uso de información comprometida para obtener beneficios políticos, generando un clima de sospecha. Así, las campañas electorales se convierten en terrenos fértiles para la propagación de desinformación, lo que alimenta una polarización tóxica y discursos de odio, que contribuyen a la formación o el refuerzo de sesgos y obstaculizan el ejercicio del voto bien informado.
- La manipulación pasiva de datos, que busca reforzar las cámaras de eco y las burbujas informativas mediante el diseño de perfiles que encapsulan y categorizan a los usuarios en función de sus gustos, preferencias y afinidades. Al aceptar las condiciones de uso de las redes sociales, los usuarios ceden el control sobre su forma de pensar que se ejerce a través de la provisión de información selectiva apuntalando los sesgos afines a sus tendencias ideológicas y de rechazo de opiniones contrarias. Esta forma de manipulación genera comportamientos cada vez más intolerantes

hacia posiciones distintas a la propia y refuerza las tendencias de polarización ideológica, un proceso que influye en las relaciones que se desarrollan en otros ámbitos sociales.

- La censura informativa, que se manifiesta, por ejemplo, desde la imposición de agendas mediáticas que enfocan la atención en ciertos temas que resultan interesantes por su dimensión escabrosa, conflictiva o extraña, mientras se ignoran otros relevantes para la sociedad, tales como los relativos al funcionamiento de la economía o a la salud mental de la población, entre otros. Así, los medios han pasado de atender a lo importante, a dejarse llevar por temas que “enganchan” a la ciudadanía en redes sociales, donde prevalece lo interesante o sorprendente sobre lo social y económicamente relevante.
- La manipulación de formatos audiovisuales, conocida por su término inglés como *deepfakes*, una técnica que consiste en falsificar algunos elementos en formatos de videos, audios o imágenes con apariencia realista, con el fin de atribuir testimonios o acciones falsas a personas públicas que dañen su reputación o creen confusión en la opinión pública.
- La creación de tramas narrativas que resulten atractivas para un determinado perfil de audiencia, en función de sus valores predeterminados, orientadas a establecer predicciones futuras sobre el posible comportamiento y modo de reaccionar ante los contenidos.
- La atención fragmentada, derivada de la fijación en pantallas que ofrecen múltiples ventanas, notificaciones, alarmas y mensajes. Esta atención fragmentada fomenta la superficialidad de la información procesada y la gratificación instantánea, lo que afecta negativamente a la capacidad de concentración y análisis, favoreciendo el procesamiento de la información mediante “atajos cognitivos”, sin cuestionar su veracidad (Carr, 2017).

En el contexto de la salud pública, la alfabetización mediática e informacional (AMI)

adquiere gran importancia en el marco de competencias para salvaguardar y proteger a la ciudadanía ante mensajes desinformativos que ponen en peligro distintos aspectos relacionados con la prevención de enfermedades. La pandemia de COVID-19 y las informaciones falsas sobre los perjuicios de las vacunas para la salud constituyen un ejemplo del modo en que las redes y otras plataformas de contenidos en Internet pueden arrojar dudas sobre las evidencias científicas, al tiempo que posibilitan la presencia de pseudoexpertos y pseudocientíficos que propagan desinformación, peligrosos consejos y opiniones sesgadas (Naeem *et al.*, 2020; Fuhrer *et al.*, 2021). Del mismo modo, podrían surgir “nuevas epidemias víricas y otras posibles nuevas enfermedades que podrían ser objeto de campañas de desinformación y motivar nuevas teorías conspirativas si no nos adelantamos a ellas con medidas eficaces que prevengan y protejan a la ciudadanía” (Quian, 2023: 15).

## 5. SOLUCIONES ANTE LA DESINFORMACIÓN, UN ESFUERZO COMPARTIDO

Tomando en consideración la amenaza social que supone la desinformación, todos los agentes implicados deben tomar medidas con un enfoque colaborativo para combatirla: los propios Estados, las plataformas digitales, los medios de comunicación y periodistas, el sistema educativo y la ciudadanía. Se trata de combinar diferentes acciones regulatorias, corregulatorias y autorregulatorias, involucrando a diversos sectores y actores políticos.

Por un lado, los Estados deberían potenciar las medidas que favorezcan la identificación y denuncia de la información falsa y fraudulenta que pueda impactar negativamente en el bienestar de los ciudadanos y en su capacidad de adoptar decisiones de distinto orden sobre la base de la mejor información disponible. La Unión Europea ha reconocido que la desinformación y los riesgos de interferencia electoral son fenómenos de naturaleza transnacional que van en aumento, que afectan a nuestra seguridad y a la viabilidad de nuestras sociedades libres y democráticas. Por ello, en diciembre de 2018 aprobó un Plan de Acción contra la Desinformación y decidió abordarla desde dos

ámbitos: reforzando la ciberseguridad y combatiendo la manipulación informativa, a través de la creación de un Observatorio Europeo de la Desinformación y de la realización de diferentes proyectos de verificación de información. Asimismo, coopera con plataformas digitales para que promocionen fuentes autorizadas, degraden los contenidos comprobadamente falsos y supriman contenidos ilícitos que puedan poner en riesgo la salud.

Para combatir eficazmente la desinformación, la Unesco propone una estrategia global que abarca múltiples medidas políticas, económicas, legislativas y educativas. Esto implica la implementación de acciones como la supervisión constante de información, la verificación de hechos y la curaduría de contenido, todas ellas complementarias y destinadas a fortalecer la resiliencia contra la desinformación.

Las propias plataformas de redes sociales desempeñan también una función importante al implementar medidas dentro de sus términos de uso, como filtros de verificación y mecanismos de denuncia de usuarios, para contrarrestar la difusión de información falsa o engañosa.

Por su parte, entidades confiables, como universidades, ONG y medios de comunicación, se responsabilizan de la curaduría de contenido, que implica seleccionar y proporcionar información de calidad, además de apoyar la educación de los usuarios en el manejo de la información.

En cuanto a los profesionales de la información, los periodistas, desde su rol de mediadores sociales y, por extensión, los medios de comunicación deben seguir fomentando prácticas de contraste, filtro y verificación, así como también explicando cómo hacerlo, a semejanza de lo que hacen las agencias de *fact-checking*.

Asimismo, las políticas educativas deben impulsar y potenciar la integración en los currículos escolares de la asignatura de alfabetización mediática, para fomentar el pensamiento y la actitud crítica frente a los contenidos peligrosos; en definitiva, empoderando al alumnado para conseguir que, en su faceta híbrida de emisores y receptores (*emirecs*, tal como los denominó Cloutier en 1973) sean responsables y tengan criterio a la hora de informarse y crear contenidos.

De este modo, la mejor manera de combatir la desinformación consiste en dotar a la ciudadanía de instrumentos cognitivos para discernir la verdad de la manipulación informativa, lo que venimos reivindicando los educadores desde hace varias décadas. La AMI es la fórmula para proteger y procurar defensas a la sociedad ante las constantes amenazas de manipulación y control informativo. Se potencia en el marco de una comprensión de las TIC basada en el modelo TRIC (Tecnologías de la Relación, la Información y la Comunicación) (Marta-Lazo y Gabelas, 2016), que pone particularmente de relieve las interacciones o el “factor relacional” posibilitado por la red en un clima de convivencia positivo.

## 6. LA SUPERACIÓN DE LA BRECHA DIGITAL COMO GRAN DESAFÍO

Las posibilidades que las TRIC generan para la promoción de la salud cuentan con algunos límites derivados de la brecha digital y el acceso desigual a la información. Por un lado, siguen existiendo zonas de sombra a las que no llega la conectividad y, por otro, no todas las personas cuentan con las competencias necesarias para saber utilizar los recursos disponibles en línea.

A la falta de alfabetización digital se suma la proliferación de desinformación, que merma las posibilidades de un uso preciso y confiable de la información en materia de salud. Especialmente delicado resulta el tema de la automedicación a partir de lo que se lee en páginas de Internet, sin considerar la fiabilidad de las fuentes consultadas. La desinformación es “una pandemia para la que la sociedad no está preparada y es necesario atenderla, pues supone uno de los grandes peligros para la desestabilización ciudadana, pone en amenaza las libertades públicas y la democracia” (Marta-Lazo, 2023: 17).

Como respuesta al impacto de la desinformación en el periodo de pandemia, el informe *Entender y combatir la desinformación sobre ciencia y salud* (Salavarría-Aliaga, 2021) ha propuesto una serie de medidas, tales como: “1) promover una cultura de transparencia desde las instituciones públicas y privadas;

2) activar sistemas de alerta temprana y respuesta rápida ante la desinformación; 3) impulsar la alfabetización mediática; 4) crear una base de datos o repositorio de acceso público sobre contenidos desinformativos en torno a la COVID-19; y 5) impulsar estudios multidisciplinares sobre la desinformación”. Por tanto, el impulso de la AMI es una de las principales aportaciones que se plantean para prevenir la desinformación y minimizar sus efectos. La Unión Europea apuesta por corresponsabilizar a la ciudadanía con “un modelo de lucha contra la desinformación basado en un conjunto de soluciones multinivel” (Sádaba y Salaverría, 2023).

A finales de 2018, la Comisión Europea emitió una comunicación conjunta, elaborada entre el Parlamento Europeo, el Consejo Europeo, el Comité Económico y Social Europeo, para ejecutar el Plan de acción contra la desinformación. En dicho documento instaron a la elaboración de un código de conducta autorregulador en materia de desinformación por parte de las principales plataformas. También se aprobó la puesta en funcionamiento del Observatorio Social de Desinformación y Análisis de Medios de Comunicación Sociales (SOMA) para coordinar la verificación de datos independientes (Comisión Europea, 2018c). Dos años después se presentó un plan de acción específico orientado a proteger la democracia europea (Comisión Europea, 2020).

Por su parte, la OMS publicó la declaración conjunta con las Naciones Unidas, Unicef, el PNUD, la Unesco, ONUSIDA, la UIT, la iniciativa Pulso Mundial de las Naciones Unidas y la Federación Internacional Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, bajo el título *Gestión de la infodemia sobre la COVID-19*, en la que hacen un llamamiento a los Estados miembros para que “elaboren y apliquen planes de acción, con el fin de gestionar la infodemia promoviendo la difusión oportuna de información precisa basada en datos científicos y probatorios, dirigida a todas las comunidades, y en particular los grupos de alto riesgo; y previniendo y combatiendo la propagación de información errónea y falsa, siempre respetando la libertad de expresión”. Asimismo, en ese documento se instaba “a los Estados miembros a colaborar con sus comunidades y escucharlas durante la elaboración de sus planes de acción nacionales, y a empoderarlas para que encuentren solucio-

nes y se muestren firmes contra la información errónea y falsa” (OMS, 2020).

También la Organización Panamericana de la Salud estableció algunas recomendaciones para ayudar a las personas a luchar contra la desinformación, entre ellas, las de confiar en las instituciones sanitarias oficiales, identificar evidencias presentadas en las noticias, apoyar el movimiento de ciencia abierta, proteger la información privada, participar responsablemente en la información, confirmar si la información ha sido compartida por otras personas responsables, verificar las fuentes (en particular, las aparecidas en cadenas de mensajería instantánea), y, si no es posible confirmar y verificar, no compartir la información, sin olvidar seguir alfabetizándonos en temas de salud y sobre la pandemia (OPHS, 2020).

Algunos autores han planteado hasta qué punto los pacientes y, en general, los usuarios son suficientemente capaces de evaluar la información de salud encontrada en Internet aplicando indicadores o mecanismos para controlar la calidad de las referencias citadas, del etiquetado de metadatos y del nivel de evidencia indicado (Eysenbach, 2002), el filtro de la información falsa y el uso de hipervínculos para profundizar en la información (Chou *et al.*, 2013). Tampoco la capacidad de relacionarse directamente con las instituciones y empresas proveedoras de salud, participando informadamente en la salud, debe darse por supuesto (Quesinberry Stokes, 2008).

## 7. HABILIDADES PARA LA VIDA, COMO MEDIO PARA EL BIENESTAR

Las Habilidades para la Vida (HpV) responden a una iniciativa de la OMS (1993, 1998). Esta propuesta referente “ha logrado un reconocimiento amplio porque es bastante flexible y tiene aplicabilidad universal” (EDEX, 2024). Las HpV contemplan diez dimensiones estructuradas en tres categorías, HPV cognitivas, HPV emocionales y HPV sociales, que permiten guiar las estrategias y objetivos educativos para la salud integral.

Las habilidades cognitivas integran el autoconocimiento, el pensamiento creativo y crítico. Por autoconocimiento se entiende la

capacidad de saber cuáles son las fortalezas y debilidades de las que se dispone, ser consciente de las redes sociales de las que se forma parte y los recursos disponibles para afrontar momentos de posible adversidad. Incluye asimismo la definición de los propósitos que se quieren conseguir y la identificación de los elementos al alcance para construir una vida lo más grata y saludable posible. La toma de decisiones implica la destreza en la forma de actuar, tratando de llevar las riendas del rumbo de la vida, a partir de la respuesta a cada necesidad y vivencia, según los propios valores y las motivaciones, así como la anticipación de posibles consecuencias. También comprende la capacidad de encontrar la mejor alternativa para el bienestar personal y el de las personas con las que se convive, evitando que el destino decida el devenir por puro azar o factores externos. Por lo que se refiere al pensamiento creativo, apela a la capacidad de idear cosas nuevas, de manera innovadora, sin utilizar esquemas de pensamiento habituales, desde perspectivas diferentes que permitan inventar, crear e imaginar, resistiendo inercias y buscando rutas para el emprender asumir nuevos retos. Finalmente, el pensamiento crítico se refiere a la habilidad de analizar la información con criterio analítico y juicioso, evitando sesgos negativos, además de la capacidad de discernir los mensajes falsos de los verdaderos y saber filtrar los contenidos de Internet, con fundamentación y claves basadas en el rigor informativo; en definitiva, cuestionar la realidad formulando preguntas, inquiriendo e incorporando las respuestas a las propias actuaciones.

Las habilidades emocionales comprenden la empatía, el manejo de emociones y sentimientos, y el control de tensiones y estrés. La empatía, o capacidad de ponerse en lugar de otra persona, tratando de comprender sus pensamientos, necesidades y sentimientos, facilita la fluidez en las interacciones y fomenta la tolerancia. Requiere no solo una escucha activa, sino también la colaboración en la superación de situaciones difíciles, buscando soluciones de manera solidaria. El manejo de emociones y sentimientos consiste en aprender a atender y entender lo que transmiten las emociones propias y las de los demás, evitando el bloqueo de comportamientos, la angustia o el agobio. En cuanto al manejo de tensiones y estrés, implica la capacidad asumir las dificultades y encontrar modos de afrontarlas mediante las técnicas que mejoren eficazmente el bienestar personal.

Por último, las habilidades sociales contemplan la comunicación asertiva, las relaciones interpersonales y el manejo de problemas y conflictos. La comunicación asertiva resulta de la habilidad de expresar con claridad lo que se piensa y siente, respetando los derechos de los interlocutores y considerándolos participantes en la comunicación (y no meros receptores) y teniendo muy en cuenta el contexto, lo que conlleva el uso de las palabras oportunas, en el momento, el lugar y las circunstancias adecuadas para trasladar un determinado mensaje. El respeto y el trato sensible y honesto son también clave en las relaciones interpersonales. Entendiendo las relaciones interpersonales como procesos, es importante aprender a comenzarlas, saber mantenerlas y también ser capaces de terminarlas si resultan nocivas para el bienestar personal. Del mismo modo, la calidad de las relaciones interpersonales depende crucialmente de la capacidad de generar y participar en experiencias que favorezcan las rela-

ciones diarias con las personas con las que se convive (en el hogar, en el trabajo, en el vecindario, etc.). El manejo de problemas y conflictos requiere, en primer lugar, la capacidad e identificarlos para, después, afrontarlos y superarlos flexible y reflexivamente.

### 8. COMPETENCIAS DIGITALES, HACIA LA MULTIALFABETIZACIÓN EN RED

La aplicación de las HpV en el contexto de la actual digitalización pasa por adquirir competencias digitales. Implantar esta materia en el sistema educativo, como sería deseable, exige potenciar la formación del profesorado en estas áreas, siguiendo los estándares de la Unión Europea en el marco de Competencias Digitales (DigComp) (Carretero *et al.*, 2018). Esto comporta plantear y analizar en las aulas tanto las

CUADRO 1

### COMPETENCIAS DIGITALES (DIGCOMP)

	Dimensión 1	Dimensión 2	Dimensión 3
	5 áreas	21 competencias	Niveles de competencia
	Área	Competencia	
Nucleares	1. Información	1.1. Navegar, buscar y filtrar la información 1.2. Evaluar la información 1.3. Almacenar y recuperar la información	
	2. Comunicación	2.1. Interactuar a través de las tecnologías 2.2. Intercambiar información y contenidos 2.3. Participar en la ciudadanía digital 2.4. Colaborar a través de canales digitales 2.5. Netiqueta 2.6. Gestionar la identidad digital	
	3. Creación de contenidos	3.1. Desarrollar contenidos 3.2. Integrar y reelaborar contenidos 3.3. Copyright y licencias 3.4. Programar	
Transversales	4. Seguridad	4.1. Proteger dispositivos 4.2. Proteger datos personales 4.3. Proteger la salud 4.4. Proteger el medio ambiente	
	5. Resolución de problemas	5.1. Resolver problemas técnicos 5.2. Identificar necesidades tecnológicas 5.3. Usar la tecnología de forma creativa 5.4. Identificar lagunas en la competencia digital	

Fuente: EU Science Hub (Comisión Europea). [https://joint-research-centre.ec.europa.eu/digcomp/digcomp-framework\\_en](https://joint-research-centre.ec.europa.eu/digcomp/digcomp-framework_en)

áreas centrales (información, comunicación y creación de contenidos) como las transversales (seguridad y resolución de problemas), con sus consiguientes competencias, recogidas en el cuadro 1.

Las competencias digitales imprescindibles para la alfabetización mediática comienzan con la preparación para saber contrastar la información, para evitar que la desinformación pase inadvertida y se propague. Con este objetivo, a continuación, se relacionan pautas que pueden resultar de utilidad para poner en práctica las competencias digitales.

- Analizar la información del sitio web: al revisar la sección "Acerca de" de una página web, se puede obtener información crucial sobre la dirección, financiación y el equipo que está detrás de la publicación. Este análisis preliminar ayuda a evaluar la credibilidad del contenido.
- Verificar la autoría: identificar quién es el autor de la información permite determinar si es una fuente confiable y autorizada. Buscar y revisar otras contribuciones del autor y su reputación *online* puede proporcionar una visión más completa de su autoridad en la materia y fiabilidad de la información.
- Contrastar con fuentes confiables: comparar la información con fuentes oficiales o reconocidas en la materia ayuda a confirmar su veracidad. Este proceso de verificación es fundamental para evitar la propagación de información errónea.
- Examinar el contenido y los enlaces: analizar el contenido de la información y verificar los enlaces incluidos puede revelar cualquier indicio de falsedad. La búsqueda de citas específicas en buscadores ayuda a confirmar la autenticidad de declaraciones atribuidas a determinadas personas.
- Profundizar en el contexto: no limitarse a captar los titulares, leer los textos al completo, proporciona una mejor comprensión de la información, permitiendo así contextualizarla y evitar su manipulación.

- Evaluar el tratamiento de la información: determinar si el contenido presenta un enfoque serio y fundamentado o si apela solo a las emociones, al impacto o a lo satírico, es clave para discernir su credibilidad y propósito.
- Analizar el lenguaje utilizado: el uso de un lenguaje descriptivo y objetivo o, por el contrario, hiperbólico y valorativo, carente de datos fiables, ayuda a evaluar su calidad y veracidad.
- Considerar los posibles intereses que existen detrás de la información: reflexionar sobre los motivos y agendas ocultas que se esconden detrás de la información es especialmente importante en temas sensibles y/o que generan controversia, por ejemplo, relacionados con curas milagrosas que pueden poner en riesgo la salud.
- Evitar la propagación de información no verificada: limitar la difusión de información no contrastada previene la propagación de la desinformación.
- No dejarse influir por la identidad de los remitentes del mensaje: aunque el/la remitente de un determinado mensaje sea una persona cercana, es importante evaluar la calidad y fiabilidad de la información en sí misma, sin excluir la posibilidad de que esa persona próxima haya podido compartir la información sin comprobar la fuente ni el contenido.
- Reconocer los prejuicios y ser consciente de su impacto: tratar de evitar que los sesgos ideológicos (en sentido amplio) disminuyan la capacidad de mantener una perspectiva neutra y crítica, la única que protege ante las trampas de la desinformación urdidas por intereses políticos o comerciales.

Todas estas pautas de acción proporcionan un marco sólido para desarrollar habilidades de alfabetización mediática, mediante el fomento de actitudes críticas sobre el tratamiento informativo, más allá de la percepción de la red como instrumento meramente tecnológico, potenciando la dimensión comunicativa y relacional que albergan las TRIC. Precisa-

mente, los nodos y conexiones que posibilita la tecnología constituyen la esencia del humanismo digital, que aspira a recuperar los principios nucleares positivos de la relación entre la ciudadanía. Desde un planteamiento holístico, la multialfabetización, siguiendo los principios del New London Group (1996), se despliega en una serie de dimensiones esenciales que abarcan tanto habilidades prácticas como actitudes y valores fundamentales, tal como se expone a continuación:

- **Dimensión instrumental:** se centra en enseñar a los individuos a manejar tanto el *hardware* como el *software* de diversas herramientas tecnológicas disponibles en el entorno digital. Se trata de adquirir competencias prácticas para utilizar de manera adecuada dispositivos, aplicaciones y programas, conociendo su funcionamiento y potencialidades.
- **Dimensión cognitiva:** consiste en desarrollar habilidades que permitan interactuar de manera inteligente en el mundo digital, lo cual implica aprender a seleccionar, procesar, evaluar y compartir información de forma crítica y reflexiva, así como también comprender el impacto de nuestras acciones en línea.
- **Dimensión actitudinal:** se enfoca a promover actitudes equilibradas hacia la tecnología, buscando evitar tanto la tecnofobia, o el rechazo y miedo hacia la tecnología, como la tecnofilia, que implica una dependencia excesiva de ella. Implica, además, el fomento de actitudes prosociales de comunicación, que favorecen el respeto, la empatía y la colaboración en entornos digitales.
- **Dimensión axiológica:** se orienta al desarrollo del pensamiento crítico y de la capacidad de discernimiento ético ante la información propagada a través de los medios digitales. Adopta un planteamiento emancipador, buscando desarrollar criterios para el análisis crítico de la información y fomentar valores éticos positivos en el ecosistema mediático móvil.

La alfabetización mediática, como parte integral de esta multialfabetización, abarca

diversas formas de participación, incluyendo el análisis, la crítica, la creatividad, la ética y la estética (Marta-Lazo y Gabelas, 2023). Su objetivo último es educar la mirada, permitiendo no solo ver, sino también profundizar en la comprensión de las imágenes que se miran en las diferentes pantallas digitales. Esto implica desarrollar un comportamiento proactivo hacia aspectos que promuevan la salud personal y colectiva en el entorno digital, todo ello englobado en el marco de la ciudadanía digital.

## 9. CONCLUSIONES

El periodismo de calidad se ve cada vez más afectado por la desinformación. Los criterios de selección periodística, como la importancia, la notoriedad, el interés social y la utilidad pública, son eclipsados por la rapidez y brevedad impuestas por las redes sociales, así como por criterios poco ortodoxos, tales como el morbo, el conflicto o lo anómalo. Las informaciones falsas apelan a nuestras emociones, dificultando un análisis racional. La velocidad del consumo informativo y la falta de alfabetización mediática nos llevan a procesar la información mediante “atajos cognitivos”, sin plantearnos si algo es falso y sin profundizar en su veracidad.

La desinformación requiere ser combatida mediante una combinación de enfoques y acciones coordinadas en múltiples niveles, desde políticas gubernamentales hasta acciones individuales, con el fin de construir una sociedad más informada y resistente a las informaciones falsas.

La verificación de información, que ha adquirido mayor relevancia con el aumento de la desinformación, implica el análisis crítico de la autenticidad de la información mediante técnicas como la consulta de múltiples fuentes, la verificación y contextualización de la información utilizando fuentes plurales.

La alfabetización mediática consiste en capacitar a las personas para saber analizar los mensajes, los canales de información y la intencionalidad de las fuentes. En este contexto, el “factor relacional” es el eje nuclear de las Tecnologías de la Relación, la Información y la

Comunicación (TRIC); un factor centrado en el humanismo digital, que resalta la importancia de recuperar los valores esenciales de las interacciones humanas, tales como el respeto o la empatía, con el fin de potenciar los aspectos positivos que también trae la era digital.

## BIBLIOGRAFÍA

CARR, N. (2017). *Superficiales: ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Taurus.

CARRETERO, S., PUNIE, Y., VUORIKARI, R., CABRERA, M., y O'KEEFE, W. (eds.). (2018). *DigComp Into Action*. Publications Office of the European Union.

CHOU, W. ET AL. (2013). web 2.0 for Health Promotion: Reviewing the Current Evidence. *American Journal of Public Health*, 103, 1, E9-E18.

CLOUTIER, J. (1973). *La communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self média*. Les Presses de l'Université de Montreal.

COMISIÓN EUROPEA. (2018a). Lucha contra la desinformación. [https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/health/coronavirus-response/fightingdisinformation\\_es](https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/health/coronavirus-response/fightingdisinformation_es)

COMISIÓN EUROPEA. (2018b). A multi-dimensional approach to disinformation: Report of the independent high-level group on fake news and online disinformation. European Commission, High Level Expert Group on Fake News and Disinformation. <https://op.europa.eu/es/publication-detail/-/publication/6ef4df8b-4cea-11e8-be1d-01aa75ed71a1>

COMISIÓN EUROPEA. (2018c). Eurobarometer: Fake news and disinformation online. Febrero. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-results-eurobarometer-fake-news-and-online-disinformation>

COMISIÓN EUROPEA. (2020). European Democracy Action Plan. <https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12506-EuropeanDemocracy-Action-Plan>

DEL-FRESNO-GARCÍA, M. (2019). Desórdenes informativos: sobreexposados e infrainformados en la era de la posverdad. *El profesional de la información*, 28, 3, e280302.

EYSENBACH, G. (2002). Infodemiology: The epidemiology of (mis)information. *The American Journal of Medicine*, 113(9), 763-765.

FUHRER, J. ET AL. (2021). Pseudoexpertise: A Conceptual and Theoretical Analysis. *Frontiers in Psychology*, 12, 732666.

FUNDACIÓN EDEX. (2024). Habilidades para la vida. <https://habilidadesparalavida.net/edex.php>

LIPPMAN, W. (1920). *Liberty and the News*. Hancourt, Brace and Howe.

MARTA-LAZO, C. (2023). La alfabetización mediática, vacuna ante la desinformación en la era de las TRIC. *Anuario ThinkEPI*, 17, e17a47

MARTA-LAZO, C., y GABELAS-BARROSO, J. A. (2016). *Comunicación Digital. Un modelo basado en el Factor Relacional*. UOC Press.

MARTA-LAZO, C., y GABELAS-BARROSO, J. A. (2023). *Diálogos posdigitales. Las TRIC como medios para la transformación social*. Gedisa Editorial.

NAEEM, S. B. ET AL. (2020). An exploration of how fake news is taking over social media and putting public health at risk. *Health Information & Libraries Journal*, 38, 143-149.

NEW LONDON GROUP. (1996). A pedagogy of multiliteracies: Designing social futures. *Harvard Educational Review*, 66, 60-92.

OMS. (1998). Informe sobre la salud en el mundo. La vida en el siglo XXI: una perspectiva para todos. LI Asamblea Mundial de la Salud. Organización Mundial de la Salud.

OMS. (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-infodemicpromoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-anddisinformation

ORGANIZACIÓN PANAMERICANA DE LA SALUD (OPS). (2020). Entender la infodemia y la desinformación en la lucha contra el COVID-19. Caja de herramientas: Transformación digital. Herramientas de conocimiento. [https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52053/Factsheet-Infodemic\\_spa.pdf?sequence=16](https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52053/Factsheet-Infodemic_spa.pdf?sequence=16)

QUESINBERRY STOKES, A. (2008). The paradox of pharmaceutical empowerment: Healthology and online health public relations. En: H. M. ZOLLER y M. J. DUTTA (Eds.). *Emerging Perspectives in Health Communication* ( 335-356). Routledge.

QUIAN, A. (2023). (Des)infodemia: lecciones de la crisis de la COVID-19. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 28, 1-23.

SÁDABA, CH., y SALAVERRÍA, R. (2023). Combatir la desinformación con alfabetización mediática: análisis de las tendencias en la Unión Europea. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 17-33.

SANDEL, M. (2023). Entrevista posverdad. Telos. Fundación Telefónica España. <https://telos.fundaciontelefonica.com/wp-content/uploads/2023/06/telos-122-entrevista-posverdad-michael-sandel.pdf>

VOSOUGHI, S., ROY, D., y ARAL, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359, 1146-1151.

YOUYOU, W., KOSINSKI, M., y STILLWELL, D. (2015). Computer-based personality judgments are more accurate than those made by humans. *PNAS*, 112(4), 1036-1040.