

Alfabetización mediática contra la desinformación: análisis de 25 iniciativas promovidas en España

Media Literacy Against Disinformation: An Analysis of 25 Initiatives Promoted in Spain



José Juan Verón Lassa. Profesor de Periodismo Especializado en la Universidad San Jorge, donde ocupa el cargo de director del Grado en Periodismo. Doctor en Periodismo y Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona. Sus investigaciones abordan aspectos relacionados con la comunicación política y los efectos de la información en la opinión pública, y en los últimos años viene trabajando los fenómenos relacionados con la desinformación. Ha publicado artículos en revistas indexadas, así como algunos monográficos y numerosos capítulos en libros colectivos. Forma parte de varios proyectos de investigación, así como del grupo de investigación Comunicación, Periodismo, Política y Ciudadanía, reconocido como de referencia por el Gobierno de Aragón.

Universidad San Jorge, España 

jjveron@usj.es

ORCID: 0000-0003-4406-4762



Belén Sancho-Ligorred. Profesora asociada e investigadora en la Universidad San Jorge en el Grado de Periodismo. Doctoranda en Comunicación y Periodismo por la Universidad Autónoma de Barcelona. En su tesis doctoral confluyen las líneas de investigación de desinformación promovida por discursos de odio y la Alfabetización Mediática e Informativa. Ha publicado artículos de investigación en revistas indexadas y participado en congresos nacionales. Otras de las líneas de trabajo son las relacionadas con el área de inteligencia artificial y su relación en el ejercicio periodístico. Forma parte del grupo de investigación Comunicación, Periodismo, Política y Ciudadanía, reconocido como de referencia por el Gobierno de Aragón.

Universidad San Jorge, España 

absancho@usj.es

ORCID: 0000-0003-2472-1470



Brenda Pérez-Zapater. Docente e investigadora en la Universidad San Jorge con experiencia en el campo del periodismo, las relaciones públicas y el marketing. Sus líneas de investigación se centran en el sector audiovisual de entretenimiento y la transformación de la industria cinematográfica ante el auge de las plataformas de *streaming*. Ha trabajado en medios como Agencia EFE en Londres. Otras líneas de trabajo son las relacionadas con la desinformación, la inteligencia artificial y la Alfabetización Mediática e Informativa en sus proyectos. Forma parte del grupo de investigación Cultura y Comunicación Audiovisual, reconocido como de referencia por el Gobierno de Aragón.

Universidad San Jorge, España 

bperez@usj.es

ORCID: 0000-0002-6551-6660

Cómo citar este artículo:

Verón Lassa, J. J.; Sancho-Ligorred, B. y Pérez-Zapater, B. (2025). Alfabetización mediática contra la desinformación: análisis de 25 iniciativas promovidas en España. *Doxa Comunicación*, 41, pp. 447-467.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n41a2899>



Este contenido se publica bajo licencia Creative Commons Reconocimiento - Licencia no comercial. Licencia internacional CC BY-NC 4.0

Resumen:

La desinformación se ha convertido en un problema social grave en todo el mundo. Es por ello por lo que organismos públicos y privados llevan años impulsando iniciativas y proyectos para combatir y contrarrestar su impacto en la sociedad, especialmente entre colectivos vulnerables como los jóvenes y las personas de avanzada edad. Esta investigación busca, profundiza y compara la diversidad de proyectos que se han creado en los últimos años desde el ámbito educativo en España. A partir de una investigación cualitativa de metodología de casos, se identifican las bondades de cada una de las iniciativas y se incide en la importancia de considerar el ámbito educativo el motor principal para combatir la desinformación.

Palabras clave:

Desinformación; innovación educativa; noticias falsas; comunicación; Alfabetización Mediática e Informativa.

Abstract:

Disinformation has emerged as a serious global social issue. As a result, public and private organisations have spent years promoting initiatives and projects aimed at combating and counteracting its impact on society, particularly among vulnerable groups such as young people and older people. This research examines and compares the wide range of educational projects developed in Spain in recent years. Using a qualitative, case-based research methodology, the study identifies the benefits of each initiative and emphasises the importance of education as the primary driver in the fight against disinformation.

Keywords:

Disinformation; educational innovation; fake news; communication; media literacy.

1. Introducción

La desinformación se constituye como fenómeno con la llamada Guerra Fría en los años 50 del siglo XX, aunque sus orígenes reales se remontan a la Antigüedad. En los últimos años, se ha convertido en un desafío global que afecta de manera significativa a la juventud, especialmente en el contexto de la multiculturalidad y la raza (Unesco, 2023).

Existen algunos factores que han convertido a la desinformación, que “no es en sí misma un fenómeno nuevo” (Gelfert, 2018: 93), en una de las “mayores amenazas a las que se enfrenta la humanidad” (Foro Económico Mundial, 2024).

Y una de las claves para que esto sea así es que la universalización de ciertas tecnologías ha generalizado la capacidad para producir informaciones falsas con unos estándares de calidad altísimos, así como la posibilidad de difundirlas de forma inmediata y casi ilimitada. Al mismo tiempo, se han eliminado los intermediarios (medios de comunicación y periodistas, entre otros) sin que la sociedad en general haya sido formada para ser autónoma en su capacidad de distinguir información de desinformación.

En este contexto, se observan algunos grupos sociales especialmente vulnerables. La Unión Europea y la Unesco han subrayado la vulnerabilidad de los jóvenes (European Commission, 2020) por su inexperiencia mediática, la cual les dificulta detectar con determinación engaños. En esta línea, diversos estudios destacan la falta de habilidades de alfabetización mediática y crítica como una de las razones esenciales por la que se produce esta situación de vulnerabilidad (Livingstone, 2004). Sin embargo, no se están implementando programas educativos para su prevención.

La presente investigación coincide con el planteamiento de Anderson (2021) en el sentido de considerar el peligro de la situación actual, pero al mismo tiempo valorar la oportunidad que supone en cuanto que la sociedad en su conjunto está comprendiendo la relevancia de la comunicación y, en consecuencia, la necesidad de formar e investigar en este ámbito. Este autor aboga por una visión de la cultura mediática no dependiente de las plataformas digitales, con una perspectiva más humanista.

Por ello, es crucial intervenir tempranamente utilizando estrategias de alfabetización mediática. Esta investigación trata de recopilar, ordenar y caracterizar aquellas iniciativas que se han puesto en marcha en los últimos años en España para trabajar en la alfabetización mediática desde el ámbito no formal.

La presente investigación parte de un trabajo anterior de tipo parcial realizado sobre un menor número de iniciativas que sirvió como experiencia exploratoria. El desarrollo del anterior estudio permitió mejorar y adecuar el sistema de análisis, así como ampliar significativamente la muestra.

Partimos de la consideración de que la alfabetización mediática es una herramienta eficaz para frenar la desinformación. Las investigaciones indican que estas estrategias son efectivas entre adolescentes, quienes están en una fase de formación de identidad y tienden a asumir una postura activa ante problemáticas sociales cuando se sienten empoderados (Zalve, 2022).

2. Marco teórico

En los últimos lustros ha ido ganando espacio el concepto de alfabetización digital como un elemento cada vez más necesario para un aprendizaje activo y efectivo sobre la realidad.

En España, se han implementado diversas iniciativas educativas para promover la alfabetización digital entre los jóvenes y dotarles de herramientas que les ayuden a no caer en la desinformación. Un ejemplo es el proyecto Conecta Joven que involucra a jóvenes en la formación digital de adultos, promoviendo así una alfabetización digital intergeneracional (González, 2010). Por otro lado, programas como Alfabetización Digital Hoy buscan reducir la brecha digital y fomentar un uso crítico y reflexivo de la tecnología (Vicens Vives, 2021).

La población destinataria de estos proyectos son jóvenes y adolescentes de la generación Z, caracterizados por su intenso uso del móvil y las Tecnologías de la Relación, la Información y la Comunicación (TRIC). Según un informe de Unicef, el 90,8% de los adolescentes españoles se conecta casi todos los días y el 31,5% usa internet más de cinco horas al día entre semana (Unicef, 2022). Este uso intensivo y, en muchos casos, sin supervisión, puede derivar en problemas de convivencia y en una mayor exposición a la desinformación.

Investigaciones recientes han identificado la efectividad de la alfabetización mediática al dotar a los jóvenes de herramientas para analizar críticamente los contenidos que consumen (Geers et al., 2020; Wardle y Derakhshan, 2017). La alfabetización mediática no solo mejora la capacidad crítica de los jóvenes, sino que también fortalece su resiliencia frente a la manipulación informativa (Livingstone, 2020). Así, se ha comprobado que las personas que han recibido formación en Alfabetización Mediática e Informativa (AMI) son más capaces de determinar la autenticidad de la información, menor probabilidad de compartir bulos, y más capaces de emitir juicios informados sobre la calidad de la información (Dame Adjin-Tettey, 2022).

Para situar el punto de partida del presente estudio, se ha adoptado una conceptualización amplia del término “desinformación”, entendida como cualquier forma de difusión de información falsa o carente de rigor que distorsione los hechos, independientemente de los objetivos que persiga.

Algunas instituciones, como la Comisión Europea, definen la desinformación como toda información falsa o engañosa cuya finalidad está en el engaño, ya sea con fines lucrativos o ideológicos, que puede causar perjuicio público (Congreso de los Diputados, 2023). Este concepto integra, además, otros términos más específicos, como los de bulo o *fake news*.

Un ámbito de creciente preocupación tanto para las autoridades como para la comunidad académica, aunque con divergencias en el diagnóstico, es el impacto que la desinformación tiene en la población. Diversos estudiosos apuntan que “hay evidencia de los efectos negativos de usar las redes para difundir información errónea”, lo cual genera “consecuencias perjudiciales para la salud y el bienestar mundial” (Pulido et al., 2020, p.2). Asimismo, se señala que “la desinformación repercute negativamente sobre la salud o la seguridad ciudadana, erosiona la democracia y algunos derechos fundamentales que no pueden darse por sentados y han de ser protegidos” (Congreso de los Diputados, 2023).

Otros se centran en los aspectos sociales y políticos (Benavides Vanegas, 2020; Blanco-Alfonso et al., 2022). La desinformación resulta especialmente dañina en situaciones de emergencia, tales como la crisis sanitaria de la COVID-19 o los atentados yihadistas ocurridos en Europa. Además, la polarización generada o amplificada por la desinformación en las redes sociales contribuye a un contexto de mayor crispación, al aumento de la violencia y al desgaste de la propia democracia y sus instituciones.

La desinformación sigue una lógica incremental que comienza en sitios web anónimos, se amplifica primero en redes cerradas y posteriormente en grupos organizados y, finalmente, alcanza las redes y los medios de comunicación convencionales. De hecho, aplicaciones como WhatsApp favorecen “el intercambio de contenido, que aumenta el sesgo de confirmación de los/as adolescentes encuestados en un ambiente de confianza que relaja el juicio sobre la fiabilidad del contenido recibido” (Herrero-Diez et al., 2020, p.11).

Algunas investigaciones destacan la creciente preeminencia de la dimensión emocional sobre la factual en los discursos y consideran que “esta es la cuestión fundamental que está en el origen del resurgimiento de la crítica a las noticias falseadas y, consecuentemente, en el fenómeno de la emergencia de la nueva alfabetización periodística” (Pérez Tornero et al., 2018, p.215).

Así, en plataformas como Twitter (ahora X), se observa que el contenido falso tiene una mayor probabilidad de ser compartido en comparación con el contenido verdadero, incluso “a pesar de los factores individuales y de red que favorecen la verdad” (Vosoughi et al., 2018, p.1151). Esta tendencia refleja un cambio significativo, donde la sociedad ha dejado de ser exclusivamente receptora de desinformación para convertirse en su generadora y vehículo imprescindible de su propagación. Este fenómeno está relacionado, en gran medida, con el papel central que desempeñan las redes sociales y los servicios de mensajería, donde la credibilidad percibida de la fuente emisora puede “rebajar las facultades críticas y posicionar al lector” (Pangrazio, 2018, p.11).

En este escenario, los medios de comunicación han perdido buena parte de su peso como intermediadores de la ciudadanía con la realidad, evidenciado por el debilitamiento de su credibilidad y la desconfianza generalizada hacia ellos. Según el Eurobarómetro publicado en mayo de 2021, la ciudadanía española muestra niveles de desconfianza hacia sus medios significativamente superiores al promedio de la UE (Comisión Europea, 2021).

A pesar de ello, la Unesco afirma que el periodismo sigue siendo “un elemento esencial de nuestras vidas” y subraya la importancia de “fortalecer los medios de comunicación” para mitigar los efectos de la desinformación (Unesco, 2020). Sin embargo, estudios como el de Tsfaty et al. (2020, p.158) advierten que, aunque los medios intenten corregir la desinformación, en ocasiones contribuyen a su difusión al replicarla.

En consecuencia, algunos expertos han señalado el paso de una sociedad informada a una “sociedad de la infoxicación o del ruido” (Tejedor Calvo et al., 2016, p.135). En este contexto de la sobreabundancia informativa, la ciudadanía necesita desarrollar habilidades para discernir entre contenidos fiables y aquellos que no lo son. Ramírez Corzo (2019) plantea en este sentido la incapacidad del ser humano de filtrar la información que recibe a diario, por lo que queda expuesto a las plataformas que tienen el poder de organizar el contenido en base a sus gustos y preferencias mediante algoritmos. Según el autor, es necesario proteger los derechos fundamentales y evitar las informaciones falsas para que no siga construyéndose “una cultura de la posverdad sin ningún límite” (Ramírez Corzo, 2019, p.401). Al respecto, Bustos y Ruiz (2020) apuntan que las industrias tecnológicas deberían tener un papel más activo contra este fenómeno.

En este panorama, el Big Data y la Inteligencia Artificial, junto con el desarrollo de sus algoritmos, se presentan como oportunidades para abordar el problema de la desinformación, al menos en alguna de sus formas como lo han demostrado diversas iniciativas que se han puesto en marcha en los últimos años en el ámbito europeo (Moreno et al., 2024). Sin embargo, incluso estas visiones más optimistas en relación con el papel de las tecnologías consideran esencial la “realización de talleres y seminarios educativos en escuelas y universidades para mostrar la gravedad de los datos engañosos” (Moreno et al., 2024, 449).

Por otro lado, Pérez Tornero et al. (2018) abogan por la colaboración estrecha entre periodistas, investigadores, educadores y ciudadanos como un elemento crucial para enfrentar este desafío. Aunque se han impulsado proyectos en torno a la alfabetización periodística, los autores destacan la falta de coherencia entre las iniciativas existentes y consideran una debilidad la ausencia de un hilo conductor. Afirman que “emerge con fuerza el campo de la alfabetización mediática, pero no solo como una tarea que compete a las instituciones de educación, sino a los propios medios, que corresponde regular a las autoridades políticas y a los diferentes actores sociales” (Pérez Tornero et al., 2018, p.232).

Pasado un lustro de estas reflexiones, se observa que, en el contexto español, aún no se ha implementado una coordinación efectiva en el ámbito de la alfabetización mediática. Las iniciativas dirigidas principalmente a la población joven han seguido multiplicándose sin que se haya realizado siquiera una recopilación y un análisis sistemático de las mismas que permita evaluar su impacto o alcance.

Aunque los jóvenes no son los principales transmisores de informaciones falsas, sí son los más expuestos debido al elevado tiempo que pasan en redes sociales, una de las principales vías de circulación de estas (Figueira y Santos, 2019). Este grupo es especialmente vulnerable puesto que, al estar en pleno proceso de formación y socialización, carecen de herramientas y conocimientos básicos para analizar críticamente la información. Como consecuencia, diversas problemáticas derivadas de la exposición a contenidos engañosos pueden influir negativamente en su desarrollo personal. Algunos estudios señalan que el alumnado presenta dificultades para identificar y gestionar los discursos de odio, lo que lo hace susceptible a la influencia tanto de las redes sociales como de los medios de comunicación (Izquierdo-Grau, 2019).

El distanciamiento de la sociedad hacia los medios de comunicación es mayor entre los jóvenes, quienes principalmente acceden a la información a través de las redes sociales. Una encuesta de la Fad evidencia que estas plataformas son el “medio favorito para seguir la actualidad” entre los menores de 30 años en España (Barral et al., 2021, p.19).

Este hecho resulta particularmente relevante a la luz de investigaciones recientes que confirman la alta frecuencia con la que la juventud española recibe contenido que puede ser clasificado como desinformación a través de redes sociales y aplicaciones

de mensajería instantánea. Así, Bernardo et al. (2023, p.34) apuntan a que únicamente “la información engañosa alcanzaría a la casi totalidad de los encuestados (93,4%) al menos una vez al mes, y a dos tercios con periodicidad semanal”, y consideran que se puede hablar de un fenómeno generalizado.

Surge, entonces, la necesidad de reflexionar sobre cómo se está preparando a este grupo social tan significativo para enfrentar el fenómeno global de la desinformación con el que conviven de manera cotidiana; así como acerca del modo en el que se está produciendo la indispensable Alfabetización Mediática e Informativa de estos nuevos ciudadanos en un contexto dominado por la sobreabundancia de contenidos engañosos.

La investigación plantea como objetivos:

1. Recopilar un *benchmarking* de proyectos que combaten la desinformación desde el ámbito educativo en España.
2. Examinar cualitativamente la naturaleza y características de cada una de las iniciativas.
3. Explorar líneas futuras de investigación sobre innovación educativa ante el fenómeno desinformativo.

3. Metodología

La investigación posee una metodología de carácter cualitativo a través de un estudio profundo y comparativo de iniciativas. Es un análisis con un planteamiento descriptivo, explicativo y exploratorio a partir de búsqueda por palabras clave de iniciativas educativas que buscan mitigar el impacto de la desinformación en España.

La búsqueda por palabras clave se ha realizado a partir de la combinación múltiple de términos: iniciativas educativas, desinformación, proyectos educativos, jóvenes, España, innovación educativa y tercera edad. Una vez discriminados los resultados, se han obtenido un total de 25 propuestas.

La desinformación se ha convertido en una problemática social grave, por lo que, cada vez más, se hallan más iniciativas que buscan contrarrestar su impacto en la sociedad. En esta línea, el estudio de Tejedor y Sancho-Ligorred (2023), del proyecto IVERES: Identificación, Verificación y Respuesta. El estado democrático ante el reto de la desinformación desinteresada, realizó un mapeo de 50 iniciativas contra la desinformación de monitoreo y validación de contenidos, el cual se ha tomado como referencia para esta investigación. Cabe señalar que la elección de las palabras clave ha sido muy precisa y exhaustiva para que fuera acorde con el objeto de estudio, priorizando aquellas iniciativas que tienen un carácter educativo/divulgativo y que se mantienen activas en la actualidad.

Con los resultados obtenidos, se analiza cada iniciativa de forma cualitativa a partir de las categorías reflejadas en la Tabla 1.

Tabla 1. Categorías cualitativas de análisis del estudio

Categoría	Subcategoría
Nombre	
URL	
Entidad que gestiona/imparte	

Entidades que conforman el proyecto	
Comunidad Autónoma (o de ámbito nacional)	
Año de creación	
Ediciones	
Tipo	<p>Materiales educativos para docentes. Materiales educativos para jóvenes. Juegos. Talleres formativos. Proyecto de investigación. Otros.</p>
Tema	<p>Desinformación. Alfabetización mediática. Alfabetización digital. Redes sociales. Salud digital. Otros.</p>
Objetivos del proyecto	
Público	<p>Tercera Edad. Adultos. Docentes. Universitarios / Grados superiores. Bachillerato / Grados medios. ESO. Primaria. Otros.</p>
Modalidad	<p>Online. Híbrido. Presencial.</p>
Forma de evaluación	
Estructura de contenidos	
Duración	
Materiales complementarios	

Fuente: elaboración propia

Las categorías de análisis permiten ahondar en la muestra seleccionada y conocer con mayor nivel de detalle cada una de las iniciativas.

4. Resultados

Después de la aplicación de la ficha de análisis a cada una de las iniciativas, se extraen los siguientes resultados.

4.1. Entidades organizadoras

La muestra con la que se ha estado trabajando en la investigación pone de manifiesto la necesidad de las organizaciones de ofrecer soluciones innovadoras y educativas contra la desinformación. A partir de esta muestra de 25 resultados, los proyectos parten de fundaciones (AulaCheck, Fundación Ibercivis; Surfear la red o Familias conectadas detectando la desinformación, Fundación FAD Juventud), de asociaciones y colegios profesionales de periodismo (Desenreda, Infórmate frente a la DESinformación III, Mente crítica, Mayores con wifi, Prensa sin edad, inFORMADOS); de universidades (Universidad de Zaragoza, Universidad del País Vasco o Universidad de Nebrija); de medios de comunicación y plataformas de *fact-checking* (Desfake, DoCheck!, Que no te timen con el móvil), de instituciones privadas (Mentes AMI, Detectives contra la desinformación, No me los toques, Fake News: la fábrica de mentiras) o de instituciones públicas (Consejo del Audiovisual de Cataluña, Generalitat de Cataluña o Ministerio de Educación y Formación Profesional).

Todas las iniciativas analizadas cuentan con el apoyo de numerosos organismos públicos y privados, especialmente, en temas de financiación, desde universidades, gobiernos autonómicos, ayuntamientos o fundaciones como la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT). La Unión Europea es también una de las entidades públicas que mayor financiación está destinando para combatir la problemática desinformativa.

Tabla 2. Proyectos educativos analizados

Proyecto educativo	Página web / Información de referencia
AulaCheck	https://aulacheck.ibercivis.es/
Desenreda	https://blogsaverros.juntadeandalucia.es/programasccl/
Desfake	https://desfake.cat/
EduCAC	https://www.educac.cat/
Learn to check	https://learntocheck.org/
Unidad de Alfabetización Mediática Unizar - APA	No disponible
Surfear la red	https://www.campusfad.org/surfear-la-red/

inFORMADOS	No disponible
Cazabulos	https://www.cazabulos.es/
#NODESinformación	https://www.educacionfpydeportes.gob.es/dam/jcr:3c54f03c-c0f5-4edd-a2b9-0e320bba0ff3/-nodesinformacion-propuesta-did-ctica.pdf
<i>Qyourself</i>	https://qyourself.eu/
Mayores con wifi	https://periodistasandalucia.es/mayores-con-wifi-alfabetizacion-mediatica/
Prensa sin edad	https://aprensamalaga.com/prensa-sin-edad/portada#:~:text=Prensa%20Sin%20Edad%20es%20un,la%20posible%20brecha%20digital%20existente
El laberinto de la información	https://educaixa.org/es/recurso/jugar-laberinto-informacion
Mentes AMI	https://fundacion.atresmedia.com/Mentes-AMI/
Mente Crítica	https://laboriodedeperiodismo.org/almeria-acerca-el-periodismo-a-las-aulas-de-secundaria/
Detectives contra la desinformación	https://laboriodedeperiodismo.org/detectives-contra-la-desinformacion-el-proyecto-de-un-colegio-de-las-palmas-para-aprender-a-combatir-los-bulos/
No me los toques	https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/edublog/ceiploggles/2024/02/25/no-me-los-toques-proyecto-para-trabajar-la-desinformacion-mediatica-en-el-cole/
<i>Fake News</i> . La fábrica de mentiras	https://espacio.fundaciontelefonica.com/evento/fake-news-la-fabrica-de-mentiras/?utm_source=espacio&utm_campaign=expofakenews07052023&utm_medium=boletin
Cazadores de bulos	https://info-veritas.com/cazadores-de-bulos/
Infórmate frente a la desinformación	https://fape.es/la-appa-renueva-su-proyecto-de-alfabetizacion-mediatica-con-la-diputacion-de-alicante-por-tercera-vez/
WISE-ME	https://wiseme.eu/
DoCheck!	https://docheck.org/
Que no te timen con el móvil	http://estaticos.cibersur.com/cibersur/impe/idi/023038/ezet/espana/fundacion/malditaes/unen/combatir/timos/movil/personas/mayores
Familias conectadas detectando la desinformación	https://www.campusfad.org/curso/https-www-campusfad-org-proyecto-shield-familias-digitales-detectando-la-desinformacion-y-educando-en-el-pensamiento-critico/

Fuente: elaboración propia

4.2. Alcance geográfico de las iniciativas

La mayoría de las iniciativas estudiadas tienen un carácter autonómico, como el proyecto Desenreda o Mayores con wifi, en Andalucía; la Unidad de Alfabetización Mediática APA – Unizar, en Aragón; Desfake o EduCAC, en Cataluña; Detectives contra la desinformación, en Canarias. Destacamos también proyectos con alcance provincial, como pueden ser Prensa sin edad, en Málaga; Infórmate frente a la desinformación III, en Alicante; y otros como Cazabulos o Fake News: la fábrica de mentiras, de tipo local (Madrid, Vigo o Vitoria-Gasteiz).

Algunos proyectos, como Desenreda (Andalucía), están en proceso de réplica en otras autonomías de España (Aragón). Otras iniciativas como No me los toques se han puesto en marcha en más de diez autonomías de España a la vez: Canarias, País Vasco, Cantabria, Castilla La Mancha, Madrid, Comunidad Valenciana, Cataluña, Murcia, Andalucía, Castilla y León y Galicia.

Otras iniciativas como AulaCheck, Learn to Check, Surfear la red, #NODESinformación, El laberinto de la información o Mentas AMI tienen un alcance nacional (Tabla 3).

Tabla 3. Alcance geográfico de las propuestas

Proyecto educativo	Público objetivo
AulaCheck	Alcance nacional
Desenreda	Andalucía
Desfake	Cataluña
EduCAC	Cataluña
Learn to check	Alcance nacional
Unidad de Alfabetización Mediática Unizar - APA	Aragón
Surfear la red	Alcance nacional
inFORMADOS	Castilla y León
Cazabulos	Madrid, Vigo y Vitoria-Gasteiz.
#NODESinformación	Alcance nacional
Qyourself	País Vasco
Mayores con wifi	Andalucía
Prensa sin edad	Málaga

El laberinto de la información	Alcance nacional
Mentes AMI	Alcance nacional
Mente Crítica	Almería
Detectives contra la desinformación	Las Palmas
No me los toques	Alcance nacional
Fake News. La fábrica de mentiras	Madrid
Cazadores de bulos	Alcance nacional
Infórmate frente a la desinformación	Alicante
WISE-ME	Alcance nacional y europeo
DoCheck!	Alcance nacional y europeo
Que no te timen con el móvil	Madrid
Familias conectadas detectando la desinformación	Alcance nacional

Fuente: elaboración propia

4.3. Temas y diversidad de enfoques

No es casualidad que la mayor parte de las iniciativas analizadas se enmarquen en el contexto de la Alfabetización Mediática e Informativa (AMI). La AMI se considera una de las herramientas más poderosas en la lucha contra la desinformación, teniendo como base la educación. Es por ello por lo que muchas de estas iniciativas educativas buscan empoderar a la ciudadanía para la adquisición de competencias críticas.

Algunas de las iniciativas analizadas se relacionan directamente con campos específicos como el de periodismo y las *fake news* (Desenreda o inFORMADOS); la ciencia (AulaCheck, #NODESinformación o Cazabulos); la verificación de hechos y datos (Learn to check, Desfake o Cazadores de bulos) o la ciberseguridad y los peligros que atañen internet (Surfear la red, Mayores con wifi o Que no te timen con el móvil).

Las redes sociales forman parte del fenómeno desinformativo, por lo que muchas de estas iniciativas, desde una perspectiva teórica y práctica, abordan su relación y cómo hacer un buen uso de estas plataformas. AulaCheck o Cazabulos, por ejemplo, ofrece al alumnado la oportunidad de convertirse en *fact-checkers* desmontando bulos científicos encontrados en estas plataformas.

El profesorado es parte esencial en el fenómeno desinformativo, porque son los principales agentes educativos con los jóvenes. Algunas iniciativas analizadas ofrecen herramientas y materiales educativos formativos para docentes, tales como Desfake o Qyourself.

Entre las iniciativas destacan también Learn to Check, que pone el énfasis en la importancia de saber filtrar y verificar la información que nos llega a través de las redes sociales para evitar la desinformación. A su vez, esta iniciativa ha impulsado proyectos educativos en España para combatir el fenómeno, tales como Detectives contra la desinformación o No me los toques.

Aunque una gran cantidad de los proyectos analizados se centran en el público joven, también hay iniciativas enfocadas en proteger a los mayores, otro de los colectivos vulnerables ante la desinformación. Mayores con wifi o Que no te timen con el móvil buscan empoderar a personas mayores para adquirir un mayor nivel de competencias críticas ante las tecnologías emergentes.

La mayor parte de los resultados están enfocados en talleres formativos o iniciativas que permiten un abordaje de la problemática más cercana al objeto de estudio. Sin embargo, observamos también algunos proyectos de investigación tales como Qyourself, WISE-ME o DoCheck! que buscan un alcance europeo y abordar la problemática desde una perspectiva más global, ofreciendo posibles soluciones o herramientas para combatir el fenómeno desinformativo.

4.4. Objetivos comunes de los proyectos analizados

Hasta ahora hemos observado cómo los diferentes proyectos e iniciativas poseen un carácter diverso en enfoque y metodología. Sin embargo, todos los proyectos comparten un objetivo común: mejorar la capacidad crítica de la ciudadanía para evaluar la información y no ser víctimas de la desinformación. A través de un empoderamiento de la ciudadanía, estas iniciativas fomentan la AMI para poder combatir las informaciones falsas y los bulos en internet y redes sociales. Por ejemplo: inFORMADOS, Surfear la red, Qyourself, Cazadores de bulos o DoCheck!

EduCAC busca promover la educación mediática en ámbitos educativos formales e informales, potenciando el conocimiento del lenguaje audiovisual y fomentando conocimientos y habilidades para un uso eficaz de los medios. Otras iniciativas como Learn to Check o Desfake, también buscan la capacitación del alumnado para ser críticos y aprender reglas básicas de verificación de contenidos.

La introducción de una asignatura dentro del plan de estudios de educación en España es un tema pendiente. A lo largo de los años, personas expertas señalan la necesidad de incluir formación en AMI desde edades tempranas para poder combatir el fenómeno desinformativo. En esta línea, #NODESinformación o la unidad de alfabetización mediática APA-Unizar buscan ofrecer una alternativa educativa y formativa para incluir de forma transversal en asignaturas del plan de estudios.

Tal como se ha señalado, ante la falta de una asignatura en el currículo educativo, los talleres y charlas educativas se convierten en un método alternativo para ofrecer esta capacitación crítica en jóvenes, dotándoles de información sobre el funcionamiento de medios de comunicación y redes sociales. Estas iniciativas son de las más numerosas y se desarrollan en diversas provincias de España: Desenreda, Desfake, Mente Crítica o Infórmate sobre la desinformación III.

Más allá de talleres o charlas, otra de las formas más amenas para tratar de impactar en los jóvenes y que adquieran conocimientos es a través de juegos (El laberinto de la información), vídeos educativos con personas influyentes (Mentes AMI) o a través de

dinámicas educativas para convertirse en “periodistas” por un día (Aula Check). Este tipo de proyectos resultan innovadores y buscan un enfoque más atrayente para el público adolescente.

4.5. Público objetivo

Como se ha venido observando a lo largo de la investigación, las iniciativas analizadas se dirigen a un amplio espectro de público, abarcando desde alumnado de diferentes niveles educativos, familias, docentes o personas mayores. En esta línea, es importante resaltar la modalidad de algunos de estos proyectos, los cuales ofrecen recursos educativos a través de sus plataformas, convirtiéndolo en materiales accesibles para todo tipo de públicos y sin restricciones geográficas: Learn to Check, EduCAC, Aula Check, Surfear la red, El Laberinto de la información, Cazabulos o Desfake, entre otros. Sin embargo, otros proyectos como Desenreda, Mayores con Wifi, Prensa sin edad, Mente crítica o Infórmate frente a la desinformación III destacan por su presencialidad.

Analizando más específicamente el público objetivo al que se dirigen cada una de las iniciativas, identificamos principalmente tres tipos de destinatarios: profesorado, estudiantes y personas de edad avanzada (Tabla 4).

Tabla 4. Público objetivo al que están dirigidos

Proyecto educativo	Público objetivo
AulaCheck	Profesorado de segundo ciclo de Secundaria (3º y 4º de ESO) y de 1º de Bachillerato.
Desenreda	Alumnado de segundo ciclo de Secundaria (3º y 4º de ESO).
Desfake	Alumnado de segundo ciclo de Secundaria (3º y 4º de ESO) + Profesorado en general (online) + talleres presenciales a Bachillerato y Ciclos del Área Metropolitana de Barcelona.
EduCAC	Familias y escuelas.
Learn to Check	Profesorado, alumnado de Primaria, Secundaria, Bachillerato y Universidad y personas mayores.
Unidad de Alfabetización Mediática Unizar - APA	Profesorado de 3º de ESO.
Surfear la red	Alumnado de Primaria y Secundaria, Profesorado y Familias.
inFORMADOS	Alumnado de segundo ciclo de Secundaria (3º y 4º de ESO).
Cazabulos	Profesorado de primer ciclo de Secundaria (1º y 2º de ESO).
#NODESinformación	Profesorado de Primaria y Secundaria.
Qyourself	Profesorado en general.
Mayores con wifi	Personas mayores.

Prensa sin edad	Personas mayores.
El laberinto de la información	Alumnado de 8 a 12 años + profesorado y familias.
Mentes AMI	Alumnado de Secundaria
Mente Crítica	Alumnado de Secundaria (4º de ESO).
Detectives contra la desinformación	Alumnado de Primaria (6º Primaria).
No me los toques	Alumnado de Primaria y Secundaria + Profesorado.
Fake News. La fábrica de mentiras	Familias y escuelas.
Cazadores de bulos	Alumnado de universidad.
Infórmate frente a la desinformación	Alumnado de segundo ciclo de Secundaria (3º y 4º de ESO).
WISE-ME	Alumnado de Primaria, Secundaria, Bachillerato y Formación Profesional.
DoCheck!	Alumnado de Secundaria y Bachillerato + familias + profesorado.
Que no te timen con el móvil	Personas mayores
Familias conectadas detectando la desinformación	Familias.

Fuente: elaboración propia

Otro público objetivo no citado anteriormente es el que representa las familias. El papel de la familia en la educación de los jóvenes es fundamental, por lo que algunas de estas iniciativas se dirigen también a las familias con el objetivo de ofrecer recursos para ayudar en la capacitación crítica de los jóvenes.

4.6. Metodología, contenido y herramientas

La mayor parte de las iniciativas analizadas utilizan los talleres y charlas formativas, tanto presenciales como online, como metodología principal. Además, tal como se ha señalado con anterioridad, algunos de estos contenidos se encuentran albergados en plataformas digitales, ofreciendo sus materiales a un público diverso a través de recursos digitales diferentes, tales como vídeos, juegos interactivos o infografías, entre otros.

AulaCheck ofrece materiales didácticos diseñados para apoyar a los docentes en el desarrollo de actividades en el aula. Asimismo, proporciona asesoramiento personalizado al profesorado a través de Telegram y ofrece retroalimentación sobre los contenidos que los centros educativos suben a su plataforma. En esta misma línea, Desfake pone a disposición recursos educativos gratuitos para el aula, con la opción de acceder a materiales adicionales mediante un plan de suscripción.

Familias Conectadas Detectando la Desinformación es una formación de tres horas y 100% gratuita dirigida a familias que buscan ayudar a sus hijos/as para combatir el fenómeno desinformativo. Learn to Check también ofrece talleres formativos en línea y guías didácticas para que sea accesible a todo tipo de públicos; al igual que EduCAC, que alberga en su plataforma contenidos y propuestas para familias para educar sobre el consumo audiovisual e internet.

Surfear la red ofrece un aula virtual, con vídeos y juegos interactivos con contenidos dirigidos a mayores y menores de 12 años. Destaca el juego interactivo Interland, que ayuda a los niños a desenvolverse con las herramientas digitales de forma segura.

La metodología de los talleres presenciales se fundamenta en la participación activa del alumnado, abarcando tanto proyectos dirigidos a estudiantes, como inFORMADOS o Desenreda, como iniciativas orientadas a un público senior, entre las que destacan Prensa sin edad y Mayores con wifi. Este último programa consta de diez sesiones formativas basadas en un manual didáctico elaborado por el Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía (CPPA), diseñado específicamente para promover la alfabetización mediática y digital en personas mayores. En líneas generales, todas estas iniciativas combinan cuestiones prácticas relacionadas con temas de actualidad y dinámicas lúdicas para facilitar el aprendizaje.

Por último, la pretensión de los proyectos de investigación analizados es generar recursos educativos abiertos con un enfoque práctico y reflexivo contra la desinformación que permita al alumnado adquirir capacidades críticas (Qyourself, DoCheck! y WISE-ME).

4.7. Proyectos impartidos por periodistas

La labor del periodista es fundamental en el fenómeno desinformativo, por lo que no resulta sorprendente la implicación de estos profesionales en iniciativas educativas para impartir talleres formativos para jóvenes y mayores. La intervención de estos periodistas está directamente relacionada con los temas clave del fenómeno: desinformación, noticias falsas, fuentes información, redes sociales y bulos. Estos aportan una perspectiva práctica y actualizada sobre el manejo de la información en esta era de tecnologías emergentes.

Desenreda, Mente Crítica o Infórmate frente a la Desinformación III son solo algunos de los ejemplos impulsados por asociaciones de periodistas, que trabajan para enseñar al alumnado la diferencia entre información veraz y desinformación. Los proyectos Mayores con wifi y Prensa sin Edad también están impartidos por periodistas que tratan de proteger a personas mayores frente al fenómeno, empoderándolos a través de consejos y trucos para identificar bulos.

4.8. Actividades complementarias

La innovación es una de las premisas de las iniciativas analizadas, por lo que podemos observar la inclusión de diferentes materiales y actividades dentro de un mismo proyecto. En algunos proyectos, se incluye la organización de un concurso como parte de su programación antes de finalizar las actividades: Aula Check, Mentes AMI, Cazabulos, EduCAC o Cazadores de Bulos.

Otra forma de impulsar la capacitación crítica de nuestra sociedad es a través de iniciativas culturales. Fake News: la fábrica de mentiras es una exposición que estuvo disponible en 2024 sobre desinformación en Madrid, permitiendo hacer una experiencia inmersiva en el fenómeno para toda la familia.

5. Discusión y conclusiones

La presente investigación realiza un análisis exhaustivo del fenómeno de la desinformación en España a través del estudio detallado de 25 iniciativas puestas en marcha desde diversas organizaciones públicas y privadas. Este estudio ha permitido responder de forma clara a los objetivos planteados inicialmente. En primer lugar, se ha identificado y clasificado una amplia variedad de proyectos e iniciativas orientados a mitigar los efectos de la desinformación. Estas propuestas abarcan desde programas educativos dirigidos a estudiantes de diferentes niveles escolares hasta talleres para profesionales y campañas de sensibilización con el objetivo de abordar este fenómeno desde diferentes perspectivas. La selección de todas ellas como muestra de estudio permite obtener una visión integral del esfuerzo colectivo que se está llevando a cabo en el contexto español para mitigar los efectos de esa información falsa o manipulada.

En segundo lugar, se han analizado los contenidos, metodologías y públicos destinatarios de estas propuestas, lo que ha facilitado una evaluación crítica tanto de sus fortalezas como de sus carencias u oportunidades de mejora que existen para luchar de forma efectiva contra la desinformación, especialmente, entre los colectivos más vulnerables. Al mismo tiempo, se han detectado tendencias comunes, carencias compartidas y buenas prácticas replicables, contribuyendo así a una mejor comprensión del estado actual de la Alfabetización Mediática e Informativa (AMI) en el contexto español.

Un resultado destacado en este sentido es el aumento de iniciativas promovidas tanto por instituciones públicas como entidades privadas en los últimos años. La mayoría de ellas tratan de mitigar los efectos de la desinformación a través de programas educativos, por lo que podemos concluir que la educación se contempla como una herramienta transformadora clave para hacer frente a esta problemática, al mismo tiempo que se pone de manifiesto la necesidad urgente de incorporar la AMI de manera transversal y estructurada en los planes de estudios desde las etapas escolares más tempranas. Este hallazgo está alineado con los marcos europeos que promueven su integración en los sistemas educativos y con los planteamientos de Figueira y Santos (2019) sobre la importancia de dotar de herramientas a los más jóvenes para que puedan detectar y analizar críticamente la información.

La formación e implementación de contenidos destinados a detectar y combatir la desinformación, así como a desarrollar habilidades y competencias para desenvolverse en el entorno mediático actual, producir contenido y analizar de manera crítica la información recibida, deben llevarse a cabo a través de formatos innovadores y participativos; una conclusión que coincide con trabajos previos como el de Tejedor Calvo et al. (2016). Estas metodologías deben empoderar igualmente a los docentes, permitiéndoles abordar este desafío más allá de materias aisladas o secundarias, sino como un eje vertebrador del proceso de formación de los estudiantes. En este sentido, la mayor parte de ellas parecen alineadas con el enfoque humanista y que aboga por el potenciamiento del pensamiento crítico que subyace en los planteamientos de Anderson (2021).

No obstante, a pesar del crecimiento en el número de iniciativas y del esfuerzo significativo por parte de las entidades públicas y privadas, el análisis evidencia ciertas limitaciones recurrentes, como la falta de continuidad de las acciones, la insuficiente colaboración interinstitucional y la escasa adaptabilidad de las iniciativas a contextos sociales más específicos, como ya criticaban autores como Pérez Tornero et al. (2018).

Si bien todas las iniciativas se han llevado a cabo con las mejores intenciones, muchas de ellas presentan contenidos incompletos y carecen de continuidad una vez concluyen los plazos de ejecución. Estas deficiencias, sin duda, comprometen la sostenibilidad y el impacto a largo plazo de los esfuerzos humanos y económicos invertidos en su desarrollo.

Por otro lado, la mayor parte de las propuestas están dirigidas a jóvenes, por lo que existe una carencia significativa de formación dirigida a personas mayores y aquellos con menor acceso a recursos tecnológicos o educativos, grupos particularmente vulnerables frente a las campañas de desinformación. Este aspecto subraya la necesidad de diversificar los programas de alfabetización mediática para cubrir todas las edades y contextos sociales.

Además, el estudio revela un equilibrio en la distribución de propuestas a nivel nacional, con algunas iniciativas de alcance europeo. Sin embargo, se observa que ciertas comunidades, como Andalucía, Aragón y Cataluña, están dedicando un mayor esfuerzo y recursos a la lucha contra la desinformación mediante programas educativos y talleres formativos. Este enfoque diferencial pone de manifiesto el compromiso de estas regiones con la alfabetización mediática, aunque también resalta la necesidad de extender estos esfuerzos a otras regiones menos representadas para garantizar una cobertura equitativa y efectiva en todo el territorio español.

Finalmente, el estudio concluye que la legislación vigente no es suficiente para abordar de manera efectiva el problema de la desinformación. Sin una implementación obligatoria y debidamente estructurada en los colegios e institutos españoles, así como en los centros de recursos para personas mayores y personas en riesgo de exclusión digital, las iniciativas contra la desinformación seguirán siendo propuestas loables, pero insuficientes. Es por eso por lo que este análisis refuerza la necesidad de un compromiso político y social para institucionalizar la alfabetización mediática como una de las prioridades educativas a nivel nacional, así como la urgencia de una colaboración a largo plazo entre organismos públicos y privados para desarrollar programas integrales que infunden en la ciudadanía una capacidad crítica para hacer frente a los efectos nocivos de la desinformación.

Coincidimos con planteamientos como los de Dame Adjin-Tetty (2022) en el sentido de que es necesario y urgente incorporar la AMI en el currículo educativo oficial a todos los niveles y en que debe ser una incorporación dinámica, pues se trata de una realidad en constante evolución.

Otro de los aspectos positivos de la AMI estaría en que reduciría la necesidad de elaborar una legislación compleja y restrictiva, uno de los peligros sobre los que reflexiona Magallón Rosa (2019) pues podría derivar en prácticas de censura y en la pérdida de la libertad de expresión.

Este análisis pretende ser un punto de partida para la reflexión y el avance científico en torno a una de las problemáticas más acuciantes de nuestro tiempo: la necesidad de dotar a la ciudadanía de herramientas eficaces para interpretar críticamente la información en un entorno digital cada vez más complejo. En este sentido, más allá del análisis de carácter cualitativo y descriptivo realizado, sería pertinente que futuros trabajos adopten enfoques metodológicos mixtos o cuantitativos que permitan medir el grado de mejora del alumnado en las competencias mediáticas e informacionales tras la participación en estos programas. Asimismo, sería interesante explorar en investigaciones posteriores la percepción de los beneficiarios directos de estas iniciativas, como estudiantes, docentes o personas mayores, y su capacidad para trasladar lo aprendido a su vida cotidiana. También se abre la posibilidad de investigar con mayor profundidad el papel de los medios de comunicación y las plataformas digitales en la colaboración con estas iniciativas educativas, así como el desarrollo de políticas públicas que aseguren su financiación y sostenibilidad a largo plazo.

6. Agradecimientos

Este artículo ha sido traducido al inglés por Sophie Phillips a quien agradecemos su trabajo.

Este trabajo ha sido parcialmente financiado por el Departamento de Empleo, Ciencia y Universidades del Gobierno de Aragón, dentro del Grupo de Investigación Comunicación, Periodismo, Político y Ciudadanía (S03_23R). Y nace en el marco del proyecto Desenreda impulsado por el Colegio Profesional de Periodistas de Aragón / Asociación de Periodistas de Aragón.

7. Contribuciones específicas de cada autor/a

	Nombre y apellidos
Concepción y diseño del trabajo	Belén Sancho-Ligorred, José Juan Verón Lassa y Brenda Pérez-Zapater
Metodología	José Juan Verón Lassa y Belén Sancho- Ligorred
Recogida y análisis de datos	Belén Sancho-Ligorred
Discusión y conclusiones	Brenda Pérez-Zapater
Redacción, formato, revisión y aprobación de versiones	José Juan Verón Lassa

8. Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

9. Referencias bibliográficas

Anderson, C. W. (2021). Fake News is Not a Virus: On Platforms and Their Effects. *Communication Theory*, 31(1), 42-61. <https://doi.org/10.1093/ct/qtaa008>

Aula Check (s.f.). <https://aulacheck.ibercivis.es/>

Barral, L., Moraño; X., Barral, P., & Guiteras, X. (2021)- Desactiva tus prejuicios y piénsalo otra vez. Encuesta sobre prejuicios nocivos en la juventud española. Informe de Resultados. Madrid. Fad: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4742074>

Benavides Vanegas, F. S. (2020). Emoticons, memes and cyberbullying: gender equality in Colombia. *Social Semiotics*, 30(3), 328-343. <https://doi.org/10.1080/10350330.2020.1731169>

Blanco-Alfonso, I., Rodríguez-Fernández, L., & Arce-García, S. (2022). Polarization and hate speech with gender bias associated with politics: analysis of interactions on Twitter. *Revista de Comunicación*, 21(2), 33-50. <https://doi.org/10.26441/RC21.2-2022-A2>

- Bustos Díaz, J., & Ruiz del Olmo, F. J. (2020). Fuentes verificadas ante las Fakes News. El caso de Facebook, Google y Microsoft frente a la desinformación durante el COVID-19. *Revista De Estilos De Aprendizaje*, 13(26), 7–18. <https://doi.org/10.55777/rea.v13i26.2158>
- Caza bulos (s.f.). <https://www.cazabulos.es/>
- Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía (s.f.). Puesta en marcha del Taller ‘Mayores con Wifi’ para la alfabetización mediática de las personas de edad avanzada. *Periodistasandalucia.es*. <http://bit.ly/4j45JAp>
- Comisión Europea. (2021). Eurobarómetro Standard 94. Opinión Pública en la Unión Europea - España invierno 2020-2021. Kantar Belgium. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2355>
- Congreso de los Diputados, Oficina de Ciencia y Tecnología del Congreso. Informe C: Desinformación en la era digital. (2023) www.doi.org/10.57952/j3p6-9086
- Dame Adjin-Tetty, T. (2022). Combating fake news, disinformation, and misinformation: Experimental evidence for media literacy education. *Cogent Arts & Humanities*, 9(1), 2037229. <https://doi.org/10.1080/23311983.2022.2037229>
- Desenreda (s.f.). <https://bit.ly/454SMCU>
- Digital Education Action Plan (2021-2027) <https://bit.ly/4kclJRE>
- EduCAC (s.f.). <https://www.educac.cat/>
- Figueira, J., & Santos, S. (2019). Percepción de las noticias falsas en universitarios de Portugal: análisis de su consumo y actitudes. *Profesional de la Información*, 28(3), 1-16. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.15>
- Foro Económico Mundial. (2024). Informe sobre riesgos globales 2024. <https://bit.ly/44y8LJJ>
- García Avilés, J. A. (2024). Nueve propuestas para llevar la alfabetización mediática a otro nivel. *Revista de Innovación en Periodismo*. <https://bit.ly/4n02rBh>
- Geers, S., Boukes, M., & Moeller, J. (2020). Bridging the gap? The impact of a media literacy educational intervention on news media literacy, political knowledge, and political efficacy among lower-educated youth. *Journal of Media Literacy Education*, 12(2), 41-53. <https://doi.org/10.23860/JMLE-202012-2-4>
- Gelfert, A. (2018). Fake news: A definition. *Informal Logic*, 38(1), 84-117. <https://doi.org/10.22329/il.v38i1.5068>
- Gómez-Calderón, B., Córdoba-Cabús, A., y López-Martín, A. (2023). Las fake news y su percepción por parte de los jóvenes españoles: el influjo de los factores sociodemográficos. *Doxa Comunicación*, 36, 19-42. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n36a1741>
- González, M. (2010). “Conecta Joven”. Jóvenes protagonistas de la alfabetización digital de personas adultas. En *Congreso Euro-Iberoamericano de Alfabetización Mediática y Culturas Digitales* Sevilla. Universidad de Sevilla <http://hdl.handle.net/11441/57308>
- Herrero-Diez, P., Conde-Jiménez, J., & Reyes de Cózar, S. (2020). Teens’ Motivations to Spread Fake News on WhatsApp. *Social Media and Society*, 6(3), 1-14. <https://doi.org/10.1177/2056305120942879>

Izquierdo-Grau, A. (2019). Contrarelatos de l'odi a l'ensenyament i l'aprenentatge de les Ciències Socials. Una recerca interpretativa i crítica a l'Educació Secundària. *En Tesis Doctoral en Universitat Autònoma de Barcelona*.

Learn to check (s.f.). <https://learntocheck.org/>

Livingstone, S. (2004). Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies. *The Communication Review*, 7(1), 3-14. <https://doi.org/10.1080/10714420490280152>

Magallón Rosa, R. (2019). *Unfaking news. Cómo combatir la desinformación*. Pirámide.

Moreno Espinosa, P., Abdulsalam Alsarayreh, R. A., & Figuereo-Benítez, J. C. (2024). El Big Data y la inteligencia artificial como soluciones a la desinformación. *Doxa Comunicación*, 38, pp.437-451. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n38a2029>

Pangrazio, L. (2018). What's new about 'fake news'? Critical digital literacies in an era of fake news, post-truth and clickbait. *Páginas de Educación*, 11(1), 6. <https://doi.org/10.22235/pe.v11i1.1551>

European Commission. (2020). Tackling online disinformation: A European approach. <https://bit.ly/3EZeg9S>

Pérez Tornero, J. M., Samy Tayie, S., Tejedor, S., & 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>

Periodistas de Castilla y León (2023). El proyecto 'inFORMADOS' ha formado en alfabetización mediática a más de 800 alumnos de 34 institutos de Castilla y León. <https://bit.ly/3FKsAn5>

Pulido, C. M., Ruiz-Eugenio, L., Redondo-Sama, G., & Villarejo-Carballido, B. (2020). A new application of social impact in social media for overcoming fake news in health. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(7), <https://doi.org/10.3390/ijerph17072430>

Prensa sin edad (s.f.). Proyecto de alfabetización mediática de la Asociación de la Prensa de Málaga. *Aprensamalaga.com*. <https://bit.ly/3GO6OyR>

Qyourself (s.f.). <https://qyourself.eu/>

Ramírez Corzo, C. A. (2019). Noticias falsas: el nuevo poder en la era de la posverdad. *Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, Año 35, Es (25), 364-413.

Surfear la red (s.f.). Obtenido de: <https://www.campusfad.org/surfear-la-red/>

Tejedor Calvo, S., Sabés Turmo, F., García Graña, G., & Portales Oliva, M. (2016). Algunas tendencias del escenario ciberperiodístico: del periodismo «fact-checking» al periodismo «slow». En F. Sabés Turmo & J. J. Verón (Eds.), *La comunicación del presente: Más allá de las pantallas* (Número March, pp.134-141). Asociación de Periodistas de Aragón.

Tejedor, S., & Sancho-Ligorred, B. (2023). Cartografía mundial de herramientas, fact-checkers y proyectos contra la infodemia. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(4), 933-942. <https://doi.org/10.5209/esmp.87838>

Tsfati, Y., Boomgaarden, H. G., Strömbäck, J., Vliegenthart, R., Damstra, A., & Lindgren, E. (2020). Causes and consequences of mainstream media dissemination of fake news: literature review and synthesis. *Annals of the International Communication Association*, 44(2), 157-173. <https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1759443>

- Unesco (2020). *Periodismo, libertad de prensa y COVID-19*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373573_spa
- Unesco (2023). *Global Education Monitoring Report*. <https://doi.org/10.18356/9789210028660>
- Universidad de Zaragoza, & Asociación de Periodistas de Aragón (s.f.). *Unidad de alfabetización mediática*. Aragón.
- Unicef (2022). *Impacto de la tecnología en la adolescencia. Relaciones, riesgos y oportunidades*. <https://bit.ly/4l4nilj>
- Vicens Vives. (2021). *Alfabetización digital hoy. 6 iniciativas contra la brecha digital*. <https://bit.ly/3SyLtMk>
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Social Science*, 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe report*. <https://bit.ly/4mdcrXz>
- Zalve Barreda, R. (2022). *Alfabetización mediática contra la desinformación: Caso de estudio de creación y coordinación de un informativo para la detección de Fake News en adolescentes*. Universitat Politècnica de València. <http://hdl.handle.net/10251/189265>