

smiles



Estudio de línea de base

Informe de país – España



Platoniq

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación del contenido, el cual refleja únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la misma.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Colofón

Fundación Platoniq, 2021

Autoras: Marta Anducas & Nadia
Nadesan

Este documento tiene licencia
Creative Commons Atribución
4.0 International.



Tabla de contenidos

:: Parte 1 :: Desinformación y COVID-19 en el Estado español	2
Bulos, noticias falsas y desinformación	2
El fenómeno de la desinformación	2
¿Desinformación, bulo o fake news?	3
La desinformación en los tiempos del COVID-19	4
Infodemia	4
Características de los bulos	4
Comunicación durante la pandemia	6
Impacto de la desinformación	7
Combatir la desinformación.....	8
Alfabetización mediática e informacional.....	8
Plataformas de verificación.....	9
:: Parte 2 :: Educación en medios digitales: recursos y metodologías existentes	10
Objetivo y método	10
Metodología para la investigación documental	11
Metodología para las entrevistas	12
Resultados de la investigación documental	13
Formación a docentes y personal bibliotecario.....	13
Recursos formativos para jóvenes de entre 12 y 15 años.....	15
Resumen de recursos formativos mapeados.....	17
Listado de recursos formativos mapeados	18
Resultados de las entrevistas.....	23
Recomendaciones.....	25
Conclusiones	26
Bibliografía.....	28

:: Parte 1 ::

Desinformación y COVID-19 en el Estado español

Bulos, noticias falsas y desinformación

El fenómeno de la desinformación

En 1984, la Real Academia de la Lengua Española (RAE) definió “desinformar” como “dar información intencionalmente manipulada al servicio de ciertos fines” ⁽¹⁾. La desinformación no es un fenómeno nuevo ⁽²⁾ y Ryszard Kapuscinski lo narra perfectamente en Lapidarium IV: “Desde que se descubrió que la información es un producto que proporciona succulentos beneficios, dejó de estar sujeta a los criterios tradicionales de la verdad y la mentira” ⁽³⁾.

A lo largo de la Historia, la desinformación ha tenido un papel determinante ⁽¹⁾. Encontramos ejemplos documentados de desinformación en las estrategias utilizadas por británicos y aliados en la Primera Guerra Mundial ⁽⁴⁾, en las elecciones de la Gran Bretaña de los años veinte ⁽¹⁾ o, más reciente, en las últimas elecciones generales españolas ⁽⁵⁾ y en la carrera electoral entre Donald Trump y Hillary Clinton de 2016, donde se evidenció que la mentira distribuida masivamente es un arma muy potente de propaganda ^(6,7).

En la sociedad cibernética actual, el fenómeno de la desinformación se ha globalizado. La evolución e implementación de las tecnologías ha permitido a muchas personas acceder a herramientas de distribución de información en todo el mundo, aumentando, en consecuencia, el número de remitentes ^(8,9). Esto tiene, obviamente, consecuencias positivas en términos de participación ciudadana, pero también negativas en cuanto a la distribución de noticias falsas ⁽¹⁰⁾.

Mientras que el medio social se ha convertido en el lugar de referencia donde enterarse de lo que está pasando, la consolidación de las redes sociales fácilmente usables, como Twitter y Facebook, ha permitido el crecimiento de las noticias falsas ⁽⁶⁾, las cuales, además, se difunden más rápido y en mayor medida que las noticias verdaderas ^(11,12). La combinación de estos factores es preocupante en países como España, donde el 60% de la población evita las noticias cuando navega, ubicándose entre los países avanzados de la UE que menos periodismo consulta a través de Internet ^(11,13). De hecho, el público de este país se ha mostrado muy poroso ante la desinformación, algo también esperable dada su tradición de polarización política ^(11,14).

¿Desinformación, bulo o fake news?

Cuando hablamos de desinformación, se tiende a usar la expresión “fake news” o noticias falsas. Este término preocupa al ámbito académico, por ser conceptual y epistemológicamente confuso ⁽¹⁵⁾, ya que el fenómeno va más allá de las noticias —englobando el ecosistema completo de información— y de la falsedad, término que no alcanza a describir la complejidad de los diferentes tipos de información errónea y desinformación ⁽¹⁶⁾. Además, la expresión “fake news” cuenta con una gran variedad de definiciones que no permiten alcanzar un acuerdo universal sobre dónde se encuentra el problema y cómo enmarcarlo ⁽¹⁷⁾.

Por otro lado, desde el punto de vista periodístico “fake news” constituye un oxímoron inaceptable, dado que un texto o enunciado deliberada e interesadamente falso en ningún caso se puede considerar “noticia”. Si es falso, no es noticia; y si es noticia (y por tanto ha habido verificación de contenidos), no es falso ⁽¹⁸⁾.

En este sentido, organizaciones como la Comisión Europea o la Unesco han preferido evitar el término “fake news” y optar por la expresión “desórdenes informativos” ⁽¹⁶⁾, en la cual se incluye ⁽¹⁹⁾:

- la desinformación (*disinformation*): creación y difusión deliberada de información falsa, difundida por motivos económicos, ideológicos o alguna otra razón;
- la información errónea (*misinformation*): difusión involuntaria de información falsa;
- la mala información (*mal-information*): información verdadera pero de ámbito restringido o privado difundida para hacer daño.

En el ámbito español se ha extendido el uso del término “bulo”, definido por la RAE como “noticia falsa propalada con algún fin”, definición que puede ser exployada como: “todo contenido intencionadamente falso y de apariencia verdadera, concebido con el fin de engañar a la ciudadanía, y difundido públicamente por cualquier plataforma o medio de comunicación social” ⁽¹⁹⁾.

La desinformación en los tiempos del COVID-19

Infodemia

La pandemia del COVID-19 ha generado una crisis sanitaria y comunicativa sin precedentes ⁽²⁰⁾. A inicios del 2020, la Organización Mundial de la Salud alertaba sobre una “infodemia” superpuesta a la pandemia de coronavirus ⁽¹⁹⁾, que definía como:

“una sobreabundancia de información —alguna exacta y otra no— que hace difícil que la gente encuentre fuentes dignas de crédito y fiables”

(OMS, 2 febrero 2020).

Durante la pandemia, el consumo de noticias por parte de la ciudadanía se incrementó de forma notoria ⁽²¹⁾. En España, el volumen de noticias en los medios digitales aumentó considerablemente desde que se decretó el estado de alerta ⁽²²⁾. El informe sobre “Consumo de información durante el confinamiento por coronavirus” destaca que más del 80% de las personas encuestadas admitían haber recibido noticias falsas o de dudosa veracidad sobre la pandemia ^(23, 24). De hecho, otra encuesta realizada en marzo y abril del 2020 por el Reuters Institute for the Study of Journalism ⁽²⁵⁾, indicaba que, de entre seis países analizados, España era el lugar donde más personas señalaban el problema de haber visto contenidos engañosos en torno a la pandemia, tanto en las redes sociales como en las aplicaciones de mensajería ⁽¹⁹⁾.

La ingente circulación de información falsa, inexacta o descontextualizada sobre el coronavirus ⁽²⁰⁾ combinada con la incertidumbre de la situación de pandemia ha propiciado las condiciones perfectas para la creación y difusión de desinformaciones ⁽²⁵⁾. Se ha identificado, además, un aumento significativo de la desinformación a medida que la pandemia se iba desarrollando ⁽²³⁾.

Características de los bulos

La gran mayoría de desinformación sobre la COVID-19 no se fundamenta en la invención, sino en la reconfiguración, recontextualización o distorsión de materiales preexistentes ⁽²⁶⁾.

Se han identificado cuatro tipos de bulos, los cuales muestran cierto grado de solapamiento: bromas, exageraciones, descontextualizaciones y engaños ⁽¹⁹⁾. La exageración es común en el debate político, mientras que la descontextualización está frecuentemente ligada a formatos fotográficos o de video. El engaño engloba falsificaciones de varios tipos y cabe considerar que, para que la persona receptora se crea el engaño, debe aceptar la “autoridad epistemológica” de quien emite el mensaje ⁽²⁷⁾. Este principio es manejado hábilmente por las personas que fabrican bulos, quienes a través de la suplantación de identidad combinan un elemento real (la propia fuente) con otro falso (la información), dificultando así la detección del engaño, y siendo particularmente frecuente la suplantación de marcas comerciales ⁽¹⁹⁾.

Las fuentes más frecuentes son, precisamente, las suplantadas y las anónimas, donde no se desvela la fuente de la información; mientras que las menos frecuentes son las reales, en las que se identifica correctamente a la persona física o jurídica, y las ficticias, aquellas cuya identidad es imaginaria o fabricada ⁽¹⁹⁾.

En cuanto a la temática, aunque la ciudadanía presenta un mayor nivel de confianza hacia los mensajes científicos que los políticos ⁽²⁸⁾, durante la pandemia se ha generado un gran número de bulos sobre salud y ciencia, así como también se han difundido numerosos contenidos falsos de tema político y gubernamental ⁽¹⁹⁾.

Por un lado, la combinación de “ciencia exprés” con los medios de comunicación ha hecho que se publiquen artículos de baja calidad pero de gran relevancia o repercusión pública, o que se interpreten artículos fuera de contexto o de forma errónea por personal no especializado, fomentando la aparición de bulos ⁽¹⁹⁾. Los contenidos engañosos más recurrentes en cuanto a salud y ciencia han sido los relacionados con las diferentes formas de prevenir y detectar la propagación del virus, y los medicamentos que se pueden tomar o no ante la presencia de síntomas ⁽¹⁰⁾. En esta temática toma importancia la incorporación de la cultura de la curación de contenidos, entendiendo que el mundo académico debe crear, generar y difundir conocimiento de calidad para revertir posibles olas de desinformación científica ⁽¹¹⁾.

Por otro lado, el coronavirus ha servido de arma para la batalla política y partidista, siendo la desinformación en relación con la pandemia fuertemente politizada ⁽¹⁹⁾. A diferencia de otros países, en España no ha habido un alineamiento completo de las fuerzas políticas detrás del gobierno, sino que se ha producido un juego de culpas sobre las responsabilidades políticas por la crisis, en el que cada fuerza política ha intentado crear su propio marco y estrategia de comunicación ⁽²⁹⁾.

A nivel geográfico, parece haber una relación entre el contenido de los bulos y su ámbito territorial. En la esfera internacional, los principales contenidos se relacionan con la ciencia y la salud, mientras que a nivel nacional la política es la generadora del mayor número de bulos ⁽¹⁹⁾. Se advierte una tendencia a la internacionalización de los bulos localizando piezas generadas en España en otros países, estableciendo narrativas globales en casos concretos locales ⁽²³⁾.

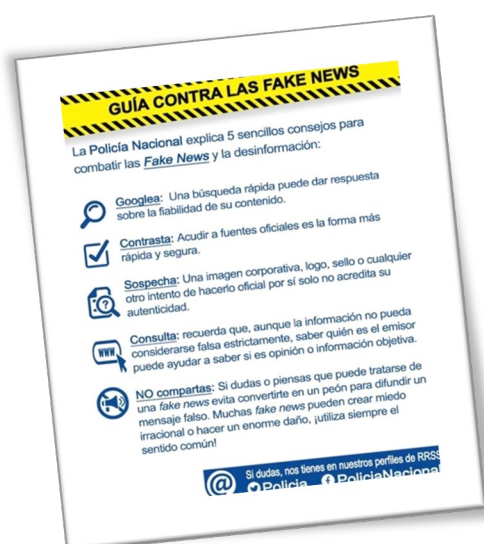
En cuanto a las plataformas, se confirma que las redes sociales en su conjunto, sean cerradas o abiertas, son el entorno principal de difusión de bulos. WhatsApp es la plataforma donde más bulos se observan, seguido por Twitter y, a mayor distancia, Facebook y YouTube ⁽¹⁹⁾. Sorprende particularmente que plataformas como WhatsApp o Facebook, consideradas de baja confiabilidad por tener más probabilidades de generar bulos, sean, en España, dos de los principales canales de acceso a la información ⁽¹⁰⁾. Por otro lado, los medios sociales se han dado cuenta de que la falta de fiabilidad en los contenidos que difunden es una amenaza a su propia existencia ⁽⁶⁾, ya que una plataforma o red social en la que las usuarias dudan si la información que consultan es cierta es una red que se va a ir debilitando ⁽¹¹⁾.

Comunicación durante la pandemia

La gestión de la comunicación institucional se ha caracterizado por la presencia permanente del gobierno español para brindar información, controlando, en todo momento, los temas y los marcos ⁽³⁰⁾. Destaca —y sorprende— el uso de un lenguaje de guerra, asociado a la unidad nacional ⁽¹⁰⁾. Aunque la policía española emitió una guía para evitar que la ciudadanía fuera manipulada con información falsa ⁽³¹⁾, cuando la comunicación política antepone lo emocional a lo racional, el éxito de los bulos está garantizado ⁽¹⁰⁾.

La estrategia de comunicación institucional se ha basado en los medios de comunicación, sin una interacción real con la ciudadanía ⁽¹⁰⁾. Nos encontramos, sin embargo, en un contexto en el que existe un problema de credibilidad hacia el poder (partidos políticos e instituciones públicas) y los medios de comunicación ⁽¹⁰⁾, derivado de los problemas de ética informativa que se observan producto de la colaboración público-privada ⁽³²⁾. Según estudios realizados en España sobre la pandemia, los medios de comunicación están condicionados por su línea editorial a la hora de informar sobre el coronavirus, habiendo un sesgo ideológico que puede constituir un puente hacia la desinformación ⁽³³⁾, incrementando la incertidumbre y desconfianza en los medios ⁽¹⁰⁾. Ello resulta demoledor para la confianza social, ya que la falta de independencia impide a las periodistas contar hechos comprobados sin ceder a intereses personales, publicitarios o ideológicos ⁽¹⁸⁾.

Por otro lado, en este nuevo marco digital, la información profesional convive con la que desarrollada de forma amateur ⁽³⁴⁾, e incluye nuevos actores que no están sometidos a los estándares de veracidad tradicionales ⁽³⁵⁾ y que pueden difundir en las redes contenidos sin contrastar ⁽³²⁾. Estos nuevos actores efectúan una actividad comunicativa cargada de elementos emotivos, que alteran los propios valores asociados a la profesión periodística ^(32, 36), e impactan de forma emocional en las usuarias en el denominado “contagio emocional” ⁽³²⁾.



Guía contra las “fake news” de la policía española

Impacto de la desinformación

La desinformación es una amenaza fundamental en países donde el uso de redes sociales es alto y las instituciones tradicionales son débiles ⁽²⁰⁾, y afecta a múltiples dimensiones sociales como al sistema político, las relaciones internacionales y las políticas sobre el cambio climático ⁽¹⁹⁾.

La inestabilidad política y los altos niveles de politización en países como España, sumada a la incertidumbre sobre la pandemia, han facilitado la circulación de información falsa a través de sistemas de mensajería y redes sociales ⁽²⁰⁾. Aunque los efectos comunicativos de la pandemia del COVID-19 son un proceso en curso ⁽³²⁾, en una encuesta realizada en España la mayoría de las encuestadas atribuyó un alto nivel de repercusión a los engaños relacionados con el COVID-19, considerando grave o muy grave el impacto social generado por la situación de alarma resultante ⁽¹⁰⁾. Otra encuesta determinó que es menos probable que personas con bajos niveles de educación digan que dependen de los medios para obtener noticias e información sobre el coronavirus y más probable que confíen en las redes sociales y las aplicaciones de mensajería ^(23, 25).

La proliferación de bulos y desinformación sanitaria durante la pandemia ha generado un clima de desconfianza que ha impedido que la ciudadanía distinga la realidad de la ficción ⁽²⁵⁾, ha minado la credibilidad de las instituciones democráticas ⁽³²⁾ y ha quebrado la confianza de la ciudadanía en los medios de comunicación ⁽¹⁸⁾.

Estamos, además, ante un escenario en el que es difícil gestionar la incertidumbre de la población, ya que uno de los principales actores del sistema, los medios de comunicación, no tiene suficiente reputación y es valorado como instrumento de manipulación al servicio de las élites económicas ⁽³⁷⁾. Y en un contexto de incertidumbre, la desinformación se multiplica y expande, contribuyendo negativamente a la atmósfera de confiabilidad necesaria para la gestión de una crisis de estas características ⁽³⁸⁾.

Combatir la desinformación

Para hacer frente a la desinformación, las expertas insisten en la necesidad de difundir manuales o códigos de buenas prácticas y consideran que la formación de la ciudadanía, la alfabetización mediática y digital y la creación de conciencia crítica son las únicas formas de combatir la infodemia ⁽¹⁰⁾.

En este sentido, se apuesta por ir hacia políticas de formación en habilidades digitales, en lugar de restringir o prohibir el acceso, y se destaca el papel capital de las bibliotecas y el personal bibliotecario para apoyar a las usuarias en su búsqueda de información y ofrecer servicios para incrementar las habilidades de lectura ⁽⁶⁾. Se identifica un doble reto: cómo determinar el grado de confianza de una fuente de información, y cómo tratar de revertir la situación en lo posible ⁽⁶⁾. A continuación, presentamos dos estrategias que, a nuestro entender, pueden dar respuesta a dichos retos.

Alfabetización mediática e informacional

“La alfabetización informacional es la habilidad de pensar críticamente y emitir juicios equilibrados sobre cualquier información que encontremos y utilicemos. Es empoderarnos como ciudadanía para alcanzar y expresar puntos de vista informados y comprometernos plenamente con la sociedad” (Cilim, 2018) ⁽⁶⁾.

La educación mediática aparece como una condición no suficiente pero sí absolutamente necesaria para cambiar el estado de las cosas ⁽⁶⁾. En este sentido, es necesario el compromiso público proactivo de educadoras, bibliotecarias y profesionales de los medios de comunicación para promover prácticas de alfabetización mediática y formar usuarias críticas ⁽⁶⁾.

Para ello, se proponen algunas herramientas a desarrollar en del ámbito de la enseñanza, las cuales son fácilmente extrapolables a otros colectivos ⁽³⁹⁾:

- criterios para evaluar noticias y otras fuentes de información;
- utilizar sitios web de comprobación de hechos (fact checkers);
- leer fuentes acreditadas;
- buscar diferentes perspectivas;
- practicar la alfabetización de medios;
- reducir la compartición de noticias dudosas;
- apoyar y comprometerse con el periodismo de alta calidad.

En el ámbito escolar, otra propuesta consiste en utilizar las plataformas digitales de manera colegiada con las instituciones europeas y en colaboración con el profesorado para implementar un uso crítico de la información entre las nuevas generaciones ⁽³²⁾.

Por otro lado, también se proponen acciones orientadas al ámbito bibliotecario ⁽⁶⁾:

- disponer de materiales de formación online con ejemplos de noticias falsas y fuentes de información fiables;
- difundir los servicios de verificación de datos y crear vías de colaboración con la ciudadanía;
- organizar talleres prácticos sobre detección de bulos;
- reforzar las colecciones, especialmente las digitales, con suscripciones a medios de comunicación de alta calidad;
- establecer sinergias con profesionales de la comunicación para crear proyectos en común;
- reforzar el conocimiento de los códigos éticos profesionales por parte del personal bibliotecario para que les ayuden a definir las políticas de adquisiciones.

Plataformas de verificación

Las estrategias de desinformación se imponen cuando periodistas y ciudadanía no disponen de mecanismos de comprobación para cada discurso o enunciado. De ahí la importancia que se ha concedido al “fact checking” como herramienta para combatir la desinformación ⁽¹⁸⁾.

Las plataformas de fact-checking son proyectos de verificación que chequean a posteriori una información ⁽¹⁹⁾, y se ha detectado un crecimiento masivo de las mismas con motivo de la Covid-19 ⁽²⁶⁾. En un escenario incierto y cambiante, caracterizado por la infodemia, estas plataformas se han erigido como actores relevantes en la lucha contra la desinformación vinculada al coronavirus tanto en el ámbito español como en el latinoamericano ⁽²⁰⁾.

Hay dos modelos de organizaciones de fact-checking: las impulsadas por medios de comunicación (newsroom model) y los creados de forma independiente (NGO model) ⁽²⁰⁾. En el primer caso, el hecho de que la curación de contenidos se lleve a cabo por empresas privadas de fact-checking y esté financiada en ocasiones por las grandes corporaciones de Internet abre un debate ético sobre la neutralidad informativa ⁽³²⁾.

En España se han identificado las siguientes plataformas: Maldita.es, Newtral, EFE Verifica, AFP Factual (que abarca seis países iberoamericanos más), Verificat, RTVE Verifica y #saludsinbulos de Con Salud, de las cuales las cinco primeras cuentan con la acreditación de la International Fact-Checking Network (IFCN) ⁽⁴⁰⁾. Para acreditarse, las organizaciones deben caracterizarse por su imparcialidad, transparencia y por ofrecer una política de correcciones abierta y honesta ⁽²⁰⁾.

Las organizaciones de fact-checking han sabido aprovechar las redes sociales para combatir la desinformación en línea e incentivar la participación ⁽²⁰⁾. No obstante, mientras que en un estudio el 73,5% de las personas encuestadas decían comprobar los bulos, solo el 10% decían utilizar sistemas de comprobación (fact checkers) ⁽²⁴⁾.

:: Parte 2 ::

Educación en medios digitales: recursos y metodologías existentes

Objetivo y método

El objetivo de esta parte es mapear, registrar y hacer balance de los distintos tipos de herramientas, recursos, campañas y talleres desarrollados para informar y educar a las personas jóvenes sobre la desinformación digital en España. El objetivo es conocer diferentes enfoques, específicamente en España, para desarrollar nuevas intervenciones que proporcionen a las jóvenes nuevos conocimientos y herramientas para resistir y dismantelar la desinformación.

El alcance de este estudio han sido las personas jóvenes de entre 12 y 15 años. Con un enfoque en la juventud, también se han incorporado recursos y herramientas dirigidas a centros educativos y bibliotecas con la visión de que estos centros pueden ser excelentes nodos tanto para la difusión, como para la capacitación y talleres. Con este fin se plantearon las siguientes preguntas para la búsqueda de actividades y recursos:

- (1) ¿Qué iniciativas, cursos y herramientas de formación hay en el estado español dirigidas a personal docente y bibliotecario, que traten sobre la alfabetización mediática y digital, la desinformación y el desarrollo de un espíritu crítico entre el alumnado?
- (2) ¿Qué recursos formativos hay en el estado español sobre alfabetización mediática y digital, desinformación y bulos dirigidos a personas jóvenes de entre 12 y 15 años?
- (3) ¿Qué recomendaciones y aprendizajes podemos extraer de estas experiencias para desarrollar una nueva intervención dirigida a jóvenes sobre bulos y desinformación?

Metodología para la investigación documental

El inventario de iniciativas y intervenciones se ha realizado a partir de una búsqueda inicial en Google y el posterior análisis de la información proporcionada en cada página. Algunos de los sitios web revisados, como por ejemplo learntocheck.org, además de ofrecer información relativa a iniciativas formativas, disponen de un repositorio de recursos de interés algunos de los cuales se han incluido en el inventario. Los criterios de búsqueda se enumeran en la tabla de la siguiente sección.

Las intervenciones incorporadas en el inventario cumplen con los siguientes criterios:

- El objetivo principal de la intervención está directamente relacionado con la desinformación y/o la alfabetización mediática y digital.
- Las personas destinatarias son:
 - Personal docente y/o bibliotecario, cuando la iniciativa tiene un formato de formación a formadoras ("*train the trainers*");
 - Adolescentes de entre 12 y 16 años de edad.
- Las iniciativas se desarrollan dentro del territorio español. En el caso de los recursos digitales, estos están disponibles en español.

Criterios de búsqueda

← Y →				Idiomas búsqueda
↑ O ↓	Intervención	Desinformación	Adolescentes	Español
	Formación	Fake news	Estudiantes	Catalán
	Curso	Alfabetización mediática	Jóvenes	
	Libros		Docentes	
	Materiales		Escuela	
	Recursos		Biblioteca	

Por otro lado, el análisis y categorización de las intervenciones se ha realizado a partir de las siguientes características:

- Nombre de la intervención y enlace
- Breve descripción
- Tipo de intervención
- Entidad proveedora
- Tema(s) abordado(s)
- Personas destinatarias
- Tipo de formación: formal, no formal, informal
- Duración
- Metodología

Metodología para las entrevistas

La entrevista es un elemento básico como método cualitativo de investigación y, como tal, existen varios métodos. A los efectos de este estudio, se ha empleado una metodología de entrevista semiestructurada que permite profundizar en cómo se han desarrollado algunas de las intervenciones mapeadas, el impacto que han tenido, los resultados y lecciones aprendidas.

El cuestionario se ha desarrollado a partir de la experiencia de las investigadoras en la realización de entrevistas a profesionales en el campo de la educación, así como en el desarrollo de campañas. Los cuestionarios se han basado en conocer en detalle la experiencia de la persona entrevistada, en qué iniciativas formativas relevantes ha estado involucrada en el terreno de la desinformación, y qué recomendaciones, aprendizajes y dificultades han surgido.

Las personas entrevistadas han sido seleccionadas en función de su experiencia en la investigación, desarrollo e implementación de programas de alfabetización mediática para jóvenes y docentes en España desde el año 2020 hasta la fecha.

Se ha grabado el audio de ambas entrevistas para poder extraer, posteriormente, la información destacada. No se ha hecho una transcripción literal de la entrevista, sino un extracto de las ideas, puntos y experiencias relevantes, la digestión de las cuales se presentan en el apartado de resultados.

Resultados de la investigación documental

Formación a docentes y personal bibliotecario

Se han identificado varias iniciativas de formación a docentes a lo largo del territorio español, no tantas destinadas al personal bibliotecario. Destacan los cursos y talleres de formación, sobre todo a distancia; así como las propuestas y guías didácticas que buscan promover el desarrollo del espíritu crítico y la capacidad de análisis entre el alumnado.

Cursos y talleres de formación

Se han mapeado ocho formaciones para combatir la desinformación y promover la educación mediática en las aulas y/o bibliotecas, siete destinadas a docentes y solo una al personal bibliotecario. Las formaciones comparten objetivos comunes, de los cuales destacan:

- Formar a las participantes sobre los conceptos y características del fenómeno de la desinformación, sus formas, causas y consecuencias.
- Introducir el concepto de verificación digital, su funcionamiento, técnicas y herramientas, así como proporcionar materiales y recursos pedagógicos para trabajar la educación mediática en verificación digital en el aula.
- Ofrecer estrategias metodológicas y didácticas para desarrollar el pensamiento crítico en el alumnado, así como para transferir el conocimiento y la experiencia al aula.

A partir de estos objetivos compartidos, y alguno de más específico según la iniciativa, cada formación establece su propio programa. Dichos programas difieren en extensión y número de módulos pero, por lo general, tienen una estructura similar:

- El primer o primeros módulos se dedican a introducir y definir los conceptos clave relacionados con la desinformación (incluyendo términos como *fake news*, *deepfakes*, bulo, postverdad o manipulación) y a describir sus formas, causas, peligros y/o consecuencias.
- Los siguientes módulos se destinan a explicar las estrategias e iniciativas para combatir la desinformación: desde la verificación digital, sus claves, herramientas y plataformas; hasta métodos y casos prácticos para descubrir contenidos falsos y/o analizar cuentas sociales.
- A continuación, las formaciones se centran en proporcionar ideas y recursos para combatir la desinformación en el aula: materiales y herramientas para la educación mediática, cuadernos de trabajo y ejercicios prácticos para aplicar con estudiantes.
- Algunas iniciativas dedican el último módulo al debate o a un taller práctico relacionado con los bulos.

Las formaciones tienen diferentes extensiones, que van desde los cursos más básicos de 3 horas hasta los más completos de 40 horas. Aunque algunas presentan la opción presencial, la gran mayoría se imparten de forma digital.

A nivel metodológico, las formaciones suelen combinar la exposición conceptual y el visionado de vídeos con el debate y ejercicios prácticos.

Guías didácticas

Algunas instituciones ofrecen programas didácticos que orientan y ofrecen materiales al profesorado para trabajar la educación mediática en el aula.

La UNESCO ofrece el programa “Alfabetización Mediática e Informativa” (AMI) que, aunque no trata la temática de la desinformación de forma explícita, se considera “uno de los requisitos más importantes para fomentar el acceso equitativo a la información y al conocimiento, y para promover los medios de comunicación y los sistemas de información libres, independientes y pluralistas”. En esta guía encontramos dos grandes bloques: (1) currículum y marco de competencias y (2) módulos básicos y opcionales.

EduCAC presenta un amplio currículum para el análisis crítico mediático. En el terreno de la desinformación, destacamos la tercera unidad “¿a quién me creo?”, la cual incluye cuatro unidades didácticas, un proyecto de aula y tres tutoriales.

Be Critical es un programa educativo para la competencia mediática y el pensamiento crítico ofrecido por Educaixa, e incluye una guía de orientación pedagógica para el alumnado de primer y segundo nivel de la educación secundaria obligatoria (ESO).

La plataforma Learn to Check ofrece, entre sus múltiples e interesantes recursos sobre desinformación, la guía didáctica “Imágenes: si lo veo, tampoco lo creo”, creada para las docentes que quieran llevar al aula metodologías para identificar imágenes falsificadas.

“Get Your Facts Straight” es un toolkit para personas educadoras y formadoras, resultado de un proyecto europeo sobre educación en alfabetización mediática a través de talleres sobre desinformación destinados a jóvenes y sus progenitores. El documento incluye objetivos de aprendizaje, esquema de capacitación, materiales de aprendizaje, recomendaciones y lecciones aprendidas en una prueba piloto.

(In)fórmate ofrece varios vídeos sobre el proceso de creación y distribución de la información en diversos medios y contextos, desde la visión de una persona reportera de guerra hasta de una youtuber, pasando por la de los medios tradicionales. Junto a cada vídeo se ofrece una propuesta didáctica para trabajar con el alumnado.

Otras iniciativas

La iniciativa “Vacúnate contra la desinformación” es una de las pocas intervenciones mapeadas destinadas al personal bibliotecario. Se trata de un ciclo de webinars organizado por BiblioMadSalud que trata sobre la publicación científica y los recursos de información en salud.

Finalmente, “Educación en el aula sobre Fake News” es un libro manual para docentes que proporciona información fundamental sobre el tema e incluye un cuaderno de trabajo con ejercicios específicos y prácticos sobre *fake news* para llevar a cabo con el alumnado.

Recursos formativos para jóvenes de entre 12 y 15 años

Se han mapeado varios recursos formativos dirigidos a jóvenes en temáticas de alfabetización digital, *fake news* y desinformación. De entre una gran diversidad de intervenciones, destacan los cursos y talleres formativos, así como los juegos y los videos, con el predominio del formato digital.

Cursos y talleres de formación

Se han identificado seis entidades que ofrecen talleres formativos a adolescentes y estudiantes de la educación secundaria. Cuatro de estas formaciones están enfocadas a impartirse de forma presencial en el ámbito escolar, aunque dos de ellas también ofrecen la variante digital. En mayor o menor grado, estos talleres ofrecen formación a medida, la cual es contratada por entidades educativas o gubernamentales e implementada por las entidades proveedoras (Maldita, Learn to Check, Javi Polinario, Junior Report) directamente en los centros educativos o bibliotecas. La duración es variable y oscila, por lo general, entre una y tres horas.

Las formaciones comparten algunos objetivos comunes:

- Fomentar el espíritu y pensamiento crítico entre las personas jóvenes;
- Comprender el fenómeno de la desinformación, aprender a identificar sus múltiples formas y reflexionar sobre sus causas y consecuencias;
- Dotar al alumnado de técnicas y herramientas prácticas que permitan identificar noticias falsas y verificar la veracidad de una información.

Aunque las formaciones dedican más o menos tiempo a la explicación teórico-reflexiva inicial, todos los talleres se focalizan en analizar casos prácticos de desinformación y a poner en práctica procesos, pautas, técnicas y/o herramientas para verificar cualquier tipo de contenido, desde información y fotografías, hasta vídeos y cuentas de redes sociales.

Vídeos

Se han destacado algunos recursos audiovisuales, aunque solo son una pequeña parte de la gran cantidad de vídeos que se puede encontrar en español sobre *fake news* y desinformación en la red.

Los recursos mapeados son vídeos animados aptos para todos los públicos aunque el formato y vocabulario utilizado los hace más cercanos a las personas jóvenes. Los videos oscilan entre uno y cuatro minutos y hacen énfasis en qué es la desinformación, sus causas y consecuencias, así como algunas técnicas básicas para verificar la información que se recibe.

Formación Gamificada

Aprender a través del juego es un recurso que también ha sido explorado en algunas intervenciones. En este sentido, se han mapeado tres tipos de iniciativas: un juego sencillo tipo quiz, un escape room digital y una aventura gráfica orientada al contexto escolar. Las tres iniciativas tratan el fenómeno de la desinformación a través de las diferentes modalidades de juego, todas ellas en formato digital.

Otras iniciativas

Pel proyecto Gen-Z de Verificat propone una iniciativa con un formato innovador: una comunidad embrionaria de fact-checkers, formada por el alumnado de Bachillerato de una escuela de la provincia de Barcelona. En una primera fase, las estudiantes aprenden a detectar y verificar contenidos para, a continuación, construir canales de comunicación a través de Youtube, Instagram y TikTok donde compartir su experiencia y verificaciones.

Por otro lado, Maldita comparte una caja de herramientas con elementos básicos para poder comprobar noticias falsas; así como una recopilación de cómics contra los bulos científicos bajo el título "Yo, Doctor". Otro recurso escrito destacado es el libro "Con las fake news no se juega", destinado a jóvenes y complementario al libro manual dirigido a docentes mencionado en el apartado anterior.

Finalmente, destacar la campaña de sensibilización "A mi no me engañan" promovida por el CAC (Consejo Audiovisual de Catalunya) y con el objetivo de despertar el espíritu crítico y fomentar buenos hábitos ante las nuevas formas de consumo audiovisual y tecnológico. Aunque la campaña está dirigida fundamentalmente a jóvenes, su intención es interpelar a la ciudadanía en general con un mensaje que empodere a las personas jóvenes y adultas frente a las pantallas.

Resumen de recursos formativos mapeados

Dirigidos a docentes y personal bibliotecario:



- Cursos formativos
- Guías didácticas
- Webinars
- Libros

Dirigidos a jóvenes y adolescentes:



- Campaña de sensibilización
- Talleres y cursos formativos
- Eventos online
- Juegos
- Libros
- Vídeos
- Comunidad embrionaria
- Caja de herramientas



Listado de recursos formativos mapeados

Recursos formativos para personal docente y bibliotecario						
Nombre y enlace	Breve descripción	Tipo de intervención	Entidad Proveedora	Destinatarias	Tipo de educación	Duración
Verificación en el aula: curso para docentes	Curso sobre desinformación, como afecta a la sociedad, procesos y herramientas de verificación digital, y recursos y propuestas para aplicar en el aula.	Cursos presenciales o a distancia	Learn to Check	Docentes	No formal	De 3h a 15h
Contra les fake news: verificació digital a l'aula	Formación sobre las principales características de la desinformación, técnicas y herramientas de verificación en entornos digitales y recursos para implantar la educación mediática en verificación digital en el aula.	Curso a distancia	FCRI	Docentes de secundaria	No formal	10h
"Fake News" en el aula, desinformación VS pensamiento crítico	Propuesta metodológica que aprovecha la abundante desinformación actual para desarrollar la capacidad crítica informacional de las personas en el contexto educativo y contribuir a su Alfabetización Mediática e Informacional.	Curso a distancia	CPR Plasencia	Docentes	Formal	10h
Educar en el aula sobre Fake News	Curso sobre fake news donde se tratan conceptos básicos, origen, categorías, tipos de desinformación con ejemplos, y cómo enseñar sobre este tema.	Curso a distancia	Taller Telekids	Docentes	No formal	
Desinformació, fake news i ciutadania crítica	Curso a docentes para actualizar su formación en los enfoques metodológicos más innovadores, proporcionando nuevos recursos para su aplicación en el aula.	Curso a distancia	Generalitat Valenciana - CEFIRE	Docentes de secundaria	Formal	40h
Combatir la desinformación desde las bibliotecas	La formación tiene como objetivo introducir a los participantes en las técnicas, las herramientas y los recursos de verificación digital.	Formación online	JIEB	Personal bibliotecario	No formal	2h
Fake news i educació mediàtica	Curso sobre la desinformación, consecuencias y fundamentos de la verificación digital, entre otros.	Curso semi-presencial	CEP IBSTEAM	Docentes	No formal	10h



Comunicación en el siglo XXI Fake News. Desenmascarar las noticias falsas	Formación a docentes para tomar conciencia de las consecuencias de la desinformación y la trascendencia social de una ciudadanía madura bien informada y transferir el conocimiento y la experiencia al aula.	Curso autodirigido	Gobierno de Canarias	Docentes	Formal	
eduCAC	Currículo para el análisis crítico mediático, con 12 unidades didácticas, 3 itinerarios transversales y 4 módulos de soporte	Currículo para docentes	CAC	Docentes	Formal	
Si lo veo, tampoco lo creo	Guía didáctica para docentes para la identificación de imágenes falsificadas	Guía didáctica	Learn to Check	Docentes	No formal	
(In)fórmate	Varios vídeos sobre el proceso de creación y distribución de la información en diversos medios y contextos. Junto a cada vídeo se ofrece una propuesta didáctica para trabajar con el alumnado.	Vídeos + propuesta didáctica	Fad & Google	Docentes	No formal	
Alfabetización mediática e informacional	Este Currículo AMI para Profesores representa un componente de una estrategia integral para auspiciar que las sociedades sean alfabetizadas en medios e información	Currículo para docentes	UNESCO	Docentes	Formal	
Be Critical: Programa educativo & Guía de orientación pedagógica	Programa educativo para la competencia mediática y el pensamiento crítico	Programa educativo	eduCaixa	Docentes	Formal	
Vacúnate contra la desinformación	Ciclo de webinars sobre la publicación científica y los recursos de información en salud	Webinars	Biblio Mad Salud	Sanitarias y bibliotecarias	No formal	9h
Get your facts straight	Toolkit para la educación en alfabetización mediática que incluye objetivos de aprendizaje, esquema de capacitación, materiales de aprendizaje y recomendaciones	Toolkit	Colectic y otros	Educadoras y formadoras	No formal	10h
Educar en el aula sobre Fake News	Manual para docentes con información fundamental sobre la desinformación que incluye un cuaderno de trabajo con ejercicios prácticos	Libro	Jacquelin Sánchez Carrero	Docentes	No formal	

Recursos formativos para jóvenes de entre 12 y 15 años						
Nombre y enlace	Breve descripción	Tipo de intervención	Entidad Proveedora	Destinatarias	Tipo de educación	Duración
Que no te la cuelen	La formación tiene como objetivos adquirir conceptos sobre la desinformación, aprender a identificar sus formas y reflexionar sobre sus causas y consecuencias, además explicar las técnicas y herramientas de verificación digital.	Taller presencial o online	Learn to Check	Estudiantes de ESO, bachillerato y ciclos formativos	No formal	1 a 3 horas
Sin verificar, no compartas	Curso dirigido a adolescentes cuyo objetivo es fomentar su espíritu crítico, enseñándoles a cuestionar y verificar la información que reciben a diario en sus pantallas	Curso online	Levanta la cabeza & Newtral Educación	Estudiantes de ESO y Bachillerato	No formal	
Taller: Fake news. No todo lo que ves en internet es verdad	Curso que pretende ayudar a las personas a detectar una noticia falsa y evitar así que sean engañadas.	Curso presencial	Javi Polinario	Adolescentes y personas mayores	No formal	1 hora (conferencia) o 1,5 horas (taller)
Taller de periodismo y "fake news"	En este taller se trabaja la lectura crítica de los periódicos, se aprende a identificar las 'fake news' y se trasladan los grandes temas de actualidad a las aulas.	Curso presencial	Junior Report	Estudiantes de ESO y Bachillerato	No formal	2 horas
Aprender a verificar en redes sociales	Maldita Educa ofrece formación a medida de alfabetización mediática, cultura crítica y metodología y herramientas de verificación	Formación a medida	Maldita	Todos los públicos	No formal	
Cómo combatir la desinformación y las noticias falsas	Formación en alfabetización mediática en el ámbito de la desinformación, la información engañosa y las noticias falsas en las RRSS	Curso presencial	Colectic	Jóvenes y sus familias	No formal	10 horas

Claves para combatir los bulos y la desinformación	Evento online en el que se charla con periodistas, jóvenes y famosos youtubers sobre la importancia de la alfabetización mediática y el pensamiento crítico.	Evento online	Fad & Google	Jóvenes	No formal	1 h
Vídeos Learn to Check	Vídeos sobre temas relacionados con la verificación digital	Vídeo	Learn to Check	Todos los públicos	Informal	
¿Qué hacemos con tanta noticia falsa en Internet?	Prácticas para hacer frente a la desinformación que circula por internet	Vídeo	Magic Markers	Todos los públicos	Informal	3:21
¿Cómo no caer en las trampas de la desinformación?	En este video se describen varias tácticas de desinformación y manipulación mediática usadas en internet, y se dan herramientas para identificarlas y defenderse ante ellas	Vídeo	Centro Gabo	Todos los públicos	Informal	2:34
Manual para que no te la cuelen	Causas de la desinformación y seis reglas para identificar noticias falsas	Vídeo	Maldito Bulo	Todos los públicos	Informal	4:00
¿Cómo frenar la desinformación en tiempos de coronavirus?	Muestra como identificar los contenidos no verificados que se reciben y como evitar reproducir datos por las redes sociales que no hayan sido chequeado por fuentes fidedignas.	Vídeo	UNESCO	Jóvenes	Informal	0:43
Quiz Fakes	Videojuego tipo quiz sobre noticias falsas	Quiz	Nuria Segura	Jóvenes	Informal	
Breaking the wall	Escape Room para desmontar las fake news y prejuicios sobre las personas migrantes y refugiadas	Escape Room	Alboan	Todos los públicos	Informal	
(In)fórmate - Eraser	Aventura educativa gamificada, pensada para capacitar al alumnado a manejar información en contextos digitales.	Formación gamificada	Fad & Google	Estudiantes de secundaria	No formal	

Proyecto Gen-Z / Desfake	Proyecto en que el alumnado aprende a detectar y verificar el contenido que circula en sus redes con la idea que construyan un canal de Youtube y perfiles en Instagram o TikTok para compartir sus verificaciones	Comunidad embrionaria de fact-checkers	Verificat	Estudiantes de Bachillerato	No formal	
Caja de herramientas	Caja de herramientas con elementos básicos para poder comprobar las noticias falsas que llegan	Caja de herramientas	Maldita	Todos los públicos	Informal	
Yo, Doctor	Recopilación de cómics contra los bulos científicos	Cómics	Maldita	Todos los públicos	Informal	
Con las "fake news" no se juega	En este libro se presenta, de manera sencilla e ilustrada, el mundo de las "fake news" o noticias falsas con el fin de que sean comprendidas por las personas más jóvenes	Libro	Jacqueline Sánchez - Carrero	Jóvenes	Informal	
#AMiNoMenganyen	Campaña de sensibilización que tiene como objetivo despertar el espíritu crítico y fomentar un uso responsable de la tecnología, los medios y las redes sociales	Campaña de sensibilización	CAC	Jóvenes & ciudadanía en general	Informal	

Resultados de las entrevistas

Para aportar información cualitativa a esta parte del estudio, así como para conocer el impacto, resultados y lecciones aprendidas de algunas de las intervenciones mapeadas, se han realizado las siguientes entrevistas:

Nombre	Entidad	Breve Descripción
Esther Subias	Colectic	Coordinadora de proyectos tecno-pedagógicos y europeos. En el 2020 ha estado involucrada en el proyecto europeo sobre desinformación " Get your facts straight " cuyas personas beneficiarias fueron docentes, estudiantes y familias.
Nereida Carrillo	Learn to Check	Periodista independiente, especializada en Internet y redes sociales, y directora de Learn to Check. A través de esta plataforma ofrecen recursos y formación a docentes, personal bibliotecario y estudiantes, y han impartido varias formaciones sobre <i>fake news</i> y desinformación en formato digital y presencial a lo largo del territorio español.

Personas destinatarias

Las personas destinatarias de las intervenciones han sido, por un lado, jóvenes y sus familias, y por el otro docentes, personal bibliotecario y estudiantes. En el primer caso, se decidió incluir a las familias en la formación para crear consciencia y maternidad responsable frente al fenómeno de la desinformación, especialmente en las familias con riesgo de exclusión social. En este sentido, se creó dos itinerarios, uno para jóvenes y otro para familias, los cuales convergían en las sesiones finales. El objetivo era formar, además de a las personas jóvenes, también a sus familias para que estuvieran más involucradas en la educación y acompañamiento en las redes sociales y canales digitales.

Por otro lado, las intervenciones de Learn to Check consistieron, inicialmente, en varios talleres de educación mediática y alfabetización digital dirigidos a jóvenes. Fruto de estos talleres, se detectó un gran interés y necesidad formativa en este campo y se decidió ampliar el público destinatario a docentes, quienes son referentes y tienen la capacidad de incorporar estos temas en el aula, y personal bibliotecario, quienes son gestores de conocimiento, también digital.

Ambas entrevistadas destacan que hay mucha demanda educativa sobre esta temática, detectándose un gran interés por parte del personal docente y bibliotecario para formarse y, a su vez, poder formar. Destacan también que las nuevas formaciones propuestas tienen muy buena aceptación y las inscripciones se completan con celeridad, sin llegar a hacer una gran difusión.

Temario

Las intervenciones siguen un guión similar: en primer lugar, se trata el fenómeno de la desinformación (qué es, tipologías, causas y consecuencias) y, a continuación, se introduce la verificación digital (cómo reaccionar y cómo verificar contenidos). En los cursos destinados a personas formadoras, se incluye un apartado donde se aportan recursos para implementar la verificación digital en el aula.

En ambas entrevistas se destaca la importancia de ejemplificar el fenómeno de la desinformación con casos prácticos y cercanos a las personas destinatarias. En las formaciones al personal docente se propone, por ejemplo, tratar el tema de la desinformación en el aula desde el temario de cada materia: en matemáticas hablar de como los errores en estadística pueden convertirse en desinformación, en filosofía reflexionar sobre las implicaciones éticas de la desinformación, en inglés conversar sobre dicho fenómeno, o en física y química desmontar el bulo que aseguraba que la nieve era plástico. En los cursos dirigidos a estudiantes, se recomienda usar ejemplos que interesen a las personas jóvenes o en los que haya referentes jóvenes, hablar de las redes sociales que usan normalmente (Instagram o TikTok) y usar ejemplos cercanos (no hablar, por ejemplo, de bulos en política internacional).

Una actividad destacada es organizar una competición o concurso en la que se tenga que crear una noticia falsa para engañar a las demás personas, las cuales ya han sido formada previamente. En este sentido, el reto está, por un lado, en crear un bulo que evite las alarmas que hacen sospechar que es una noticia falsa; y por otro, en identificar un bulo que ha sido cuidadosamente elaborado.

Personas jóvenes y alfabetización mediática

Las entrevistadas coinciden en que no se trabaja mucho la alfabetización mediática y que es necesario dotar a las personas jóvenes de competencias para analizar críticamente la información. En este sentido, destacan la importancia de trabajar y entrenar el espíritu crítico entre las más jóvenes.

Para ello, recalcan que es imprescindible la formación a través de talleres y otro tipo de intervenciones en que se trate el fenómeno de la desinformación con casos y ejercicios prácticos que estimulen a las personas participantes y les proporcione acceso al conocimiento.

Recomendaciones

Pensando en futuras intervenciones, las entrevistadas hicieron las siguientes recomendaciones:

- Explicar no solo el fenómeno de la desinformación, sino también el negocio y las trampas que hay detrás, así como la existencia de algoritmos que fabrican realidades a medida en función del propio comportamiento y de los intereses económicos ajenos. Entender el fenómeno y como funciona, así como disponer de esta información, fue una estrategia muy valorada por el profesorado.
- Hay una gran brecha entre el mundo de las personas jóvenes y el de las adultas. Las personas jóvenes entran de forma muy rápida en ciertas dinámicas que tardan en llegar al mundo adulto, a quienes les cuesta enterarse y reaccionar. Por ello, se lanzan algunas propuestas como generar algún tipo de red de alerta, potenciar el liderazgo de las personas jóvenes o formarles para que puedan ser líderes de opinión.
- Los proyectos creativos, muy prácticos y con ejemplos cercanos pueden funcionar muy bien con jóvenes de entre 12 y 15 años.
- En cualquier intervención es importante tener una parte formativa y de conocimientos donde se aprendan los conceptos y técnicas, y una parte de retos donde se ponga en práctica lo aprendido.



Conclusiones

La revisión de literatura y artículos académicos llevada a cabo en la primera parte de este estudio nos muestra una situación preocupante en un país cuya ciudadanía ha sido fuertemente impactada por el fenómeno de la desinformación, la cual se ha incrementado durante la pandemia del Covid-19. Dicha situación se ve agravada por diversos motivos:

- (1) La falta de credibilidad de la ciudadanía en las instituciones públicas y en los medios de comunicación;
- (2) El aumento de personas que se informan a través de las redes sociales, y el aumento de bulos en dichas plataformas;
- (3) La elevada polarización política ciudadana y la falta de unidad de los partidos políticos en la gestión de la pandemia;
- (4) El desconocimiento o no uso generalizado de las plataformas de verificación.

La situación es crítica y la necesidad de combatir la desinformación es urgente. Para ello, es necesaria la alfabetización mediática e informacional para crear usuarias críticas que sean capaces de identificar y no propagar la desinformación, así como de alertar a su entorno del peligro de este fenómeno. En este sentido, el personal docente y bibliotecario tienen un papel fundamental para la educación mediática e informacional de la ciudadanía.

Por otro lado, del mapeo y revisión de recursos e intervenciones sobre desinformación afloran las siguientes conclusiones:

- Hay un gran interés y demanda educativa en formación sobre desinformación tanto para estudiantes como para personal docente.
- A diferencia de otros países, en el estado español hay muy poca formación dirigida a personal bibliotecario.
- El profesorado busca formación general sobre desinformación y también recursos sobre cómo transferir esta información en el aula: ideas prácticas, recomendaciones...
- Una dinámica práctica tipo juego puede funcionar muy bien para las personas jóvenes, pero se recomienda incluir un espacio para el conocimiento y la reflexión.
- Los estudios y la información muestran que todavía se requieren materiales, recursos e iniciativas que fomenten el desarrollo de las habilidades de las personas jóvenes para analizar críticamente la información.

- El profesorado valora el desarrollo de capacidades y contenidos que ayuden al alumnado a comprender el porqué de la desinformación y los intereses detrás de esta.
- Existe una gran brecha entre las personas jóvenes y adultas. Es importante fortalecer el liderazgo de las personas jóvenes para que puedan actuar como alerta y guía para otras.
- La formación práctica funciona bien, utilizando ejemplos de Tik-tok, instagram y youtubers famosos sobre temas cercanos al alumnado.



Bibliografía

- (1) Fraguas de Pablo, M. (1986). La desinformación en la sociedad actual. Cuadernos. Info, (3). <https://doi.org/10.7764/cdi.3.887>
- (2) Rodríguez-Fernández, L. (2019). Desinformación y comunicación organizacional: estudio sobre el impacto de las fake news. Revista Latina de Comunicación Social, pp. 1714 a 1728. <http://www.revistalatinacs.org/074paper/1406/89es.html>
- (3) Kapuscinski, R. (2003). Lapidarium IV. pp. 109.
- (4) Ponsonby, A. (1928). Falsehood in War Time: Containing an Assortment of Lies Circulated Throughout the Nations During the Great War.
- (5) Smith, R. (2019). Venezuelan bots, WhatsApp and disinformation in Spain. First Draft. <https://firstdraftnews.org/articles/venezuelan-bots-whatsapp-and-disinformation-in-spain/>
- (6) Lopez-Borrull, A.; Vives-Gràcia, J.; Badell, J.-I. (2018). Fake news, ¿amenaza u oportunidad para los profesionales de la información y la documentación?. Profesional De La Información, 27(6), 1346-1356. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.17>
- (7) Journell, W. (2017). Fake news, alternative facts, and Trump: Teaching social studies in a post-truth era. Social studies journal, v. 37, n. 1, pp. 8-21. <http://www.uncg.edu/~awjourne/Journell2017ssj.pdf>
- (8) Almansa-Martínez, A.; Fernández-Torres, M.J. Estudios sobre la comunicación digital de las organizaciones sociales en España. Vivat Acad. Rev. Comun. 2011, 117, 252-337. <https://doi.org/10.15178/va.2011.117E.337-352>
- (9) Almansa-Martínez, A. Estudio sobre el uso de las nuevas tecnologías en comunicación institucional. Icono 2008, 6, 1-14. <https://doi.org/10.7195/ri14.v6i2.349>
- (10) Fernández-Torres, M.J.; Almansa-Martínez, A.; Chamizo-Sánchez, R. Infodemic and Fake News in Spain during the COVID-19 Pandemic. Int. J. Environ. Res. Public Health 2021, 18, 1781. <https://doi.org/10.3390/ijerph18041781>
- (11) López-Borrull, A.; Ollé, C. (2020). "Curación de contenidos científicos en tiempos de fake science y Covid-19: una aproximación entre las ciencias de la información y la comunicación". En: Comunicación y diversidad. Selección de comunicaciones del VII Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC). Valencia, España, 28-30 de octubre, pp. 281-289. <https://doi.org/10.3145/AE-IC-epi.2020.e16>
- (12) Vosougui, S.; Roy, D.; Aral, S. (2018). "The spread of true and false news online". Science, v. 359, n. 6380, pp. 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- (13) Newman, N.; Fletcher, R.; Schulz, A; Andi, S. y Nielsen, R. K. (2020). Reuters Institute digital news report 2020. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf



- (14) Humprecht, E.; Esser, F. y Van Aelst, P. (2020). Resilience to Online Disinformation: A Framework for Cross-National Comparative Research. *The International Journal of Press/Politics*, 1-24. <https://doi.org/10.1177/1940161219900126>
- (15) Tandoc Jr., Edson C.; Lim, Zheng-Wei; Ling, Richard (2018). "Defining 'fake news'". *Digital journalism*, v. 6, n. 2, pp. 137-153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- (16) Ireton, Ch.; Posetti, J. (2018). *Journalism, 'fake news' & disinformation: handbook for journalism education and training*. Paris: Unesco Publishing. https://en.unesco.org/sites/default/files/journalism_fake_news_disinformation_print_friendly_0_0.pdf
- (17) Alemanno, Alberto (2018). "Editorial: How to counter fake news? A taxonomy of anti-fake news approaches". *European journal of risk regulation*, v. 9, pp. 1-5. <https://doi.org/10.1017/err.2018.12>
- (18) Mayoral, J.; Parratt, S.; Morata, M. (2017). Desinformación, manipulación y credibilidad periodísticas: una perspectiva histórica. *Historia y comunicación social* 24, pp. 395-409.
- (19) Salaverría, R.; Buslón, N.; López-Pan, F.; León, B.; López-Goñi, I.; Erviti, M.C. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19. *El profesional de la información*, v. 29, n. 3, e290315. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>
- (20) Ramon-Vegas, X., Mauri-Ríos, M., y Rodríguez-Martínez, R. (2020). Redes sociales y plataformas de fact-checking contra la desinformación sobre la COVID-19. *Hipertext.net*, (21), 79-92. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2020.i21.07>
- (21) Casero-Ripollés, A. (2020). Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. *El profesional de la información*, 29 (2), e290223. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>
- (22) Lázaro-Rodríguez, P.; Herrera-Viedma, E. Noticias sobre Covid-19 y 2019-nCoV en medios de comunicación de España: El papel de los medios digitales en tiempos de confinamiento. *Inf. Prof.* 2020, 29. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.02>
- (23) Sánchez-Duarte, J.M.; Magallón Rosa, R. (2020). Infodemia y COVID-19. Evolución y viralización de informaciones falsas en España. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 2020, Suplemento 1, S31-S41. <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5417>
- (24) Masip, P.; Almenar, E.; Aran, S.; Capilla, P.; Puertas, D. Ruiz, C.; Suau, J.; Vila, P.; Zilles, K. (2020). El consumo de información durante el confinamiento por el coronavirus: medios, desinformación y memes. https://www.researchgate.net/publication/340685890_El_consumo_de_informacion_durante_el_confinamiento_por_el_coronavirus_medios_desinformacion_y_memes
- (25) Nielsen, Rasmus-Kleis; Fletcher, Richard; Newman, Nic; Brennen, J. Scott; Howard, Philip (2020). *Navigating the 'Infodemic': How people in six countries access and rate news and information about coronavirus*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://cutt.ly/ryTKzYp>
- (26) Brennen, J. S., Simon, F.M., Howard, P.N., y Nielsen, R.K. (2020). Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/types-sources-and-claims-covid-19-misinformation>



- (27) Bochenski, J. M. (1974). Was ist autorität? Einführung in die logik der autorität. Friburgo: Herder. [Trad. esp.: ¿Qué es autoridad? Introducción a la lógica de la autoridad. Barcelona: Herder, 1989].
- (28) Pulido, C. M.; Villarejo-Carballido, B; Redondo-Sama, G.; Gómez, A. (2020). COVID-19 infodemic: More retweets for science-based information on coronavirus than for false information. *International Sociology*, 1-16. <https://doi.org/10.1177/0268580920914755>
- (29) Crespo, I.; Garrido, A. (2020). La Pandemia del Coronavirus: Estrategias de Comunicación de Crisis. *Más Poder Local* 2020, 41, 12–19.
- (30) Castillo-Esparcia, A., Fernández-Souto, A.-B., & Puentes-Rivera, I. (2020). Comunicación política y Covid-19. Estrategias del Gobierno de España. *Profesional De La Información*, 29(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.19>
- (31) Ministerio de Interior. La Policía Nacional Presenta La Primera Guía Para Evitar Ser Manipulados Por Las Fake News. 2020. Available online: http://www.interior.gob.es/prensa/noticias/-/asset_publisher/GHU8Ap6ztqsg/content/id/11676535 (accessed on 5 July 2021).
- (32) Fajardo-Trigueros, C.; Rivas-de-Roca, R. (2020). La acción de la UE en España ante la “infodemia” de desinformación por el COVID-19. *Revista de estilos de aprendizaje*, Vol. 13, Nº. 26, 2020, pp. 19-32
- (33) Masip, P., Aran-Ramspott, S., Ruiz-Caballero, C., Suau, J., Almenar, E., Puertas-Graell, D. (2020). Consumo informativo y cobertura mediática durante el confinamiento por el Covid-19: sobreinformación, sesgo ideológico y sensacionalismo. *Profesional De La Información*, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.12>
- (34) Karlsen, R. (2015). Followers are opinion leaders: The role of people in the flow of political communication on and beyond social networking sites. *European Journal of Communication*, 30(3), 301–318. <https://doi.org/10.1177/0267323115577305>
- (35) Vraga, E.K.; Bode, L. (2020). Defining Misinformation and Understanding its Bounded Nature: Using Expertise and Evidence for Describing Misinformation. *Political Communication*, 37:1, 136-144. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1716500>
- (36) Wahl-Jorgensen, K. (2020) An Emotional Turn in Journalism Studies?, *Digital Journalism*, 8:2, 175-194. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1697626>
- (37) Villafañe, J., Ortiz-de-Guinea-Ayala, Y., & Martín-Sáez, J.-L. (2020). Reputación de los medios de comunicación españoles. *Profesional De La Información*, 29(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.07>
- (38) López-García, X.; Costa-Sánchez, C.; Vizoso, Á. (2021). Journalistic Fact-Checking of Information in Pandemic: Stakeholders, Hoaxes, and Strategies to Fight Disinformation during the COVID-19 Crisis in Spain. *Int. J. Environ. Res. Public Health* 2021, 18, 1227. <https://doi.org/10.3390/ijerph18031227>
- (39) Farmer, Lesley S. J. (2017). “Don’t get faked out by the news: Preparing informed citizens”. *CSLA journal*, v. 41, n. 1, pp. 12-13. http://csla.net/wp-content/uploads/2012/09/CSLA_Journal_41-1_-2017_V2.pdf
- (40) Verified signatories of the IFCN code of principles. <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/signatories>